



**O PAPEL DAS FONTES NA CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA:  
O AGENDAMENTO DO TEMA TRABALHO INFANTIL DOMÉSTICO NO  
JORNALISMO IMPRESSO BRASILEIRO, NO ANO DE 2003**

Willian Silva Bonfim

Orientador: Prof. Dr. Luiz Martins da Silva

Dissertação de Mestrado

Brasília-DF: março / 2005



O PAPEL DAS FONTES NA CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA:  
O AGENDAMENTO DO TEMA TRABALHO INFANTIL DOMÉSTICO NO  
JORNALISMO IMPRESSO BRASILEIRO, NO ANO DE 2003

Willian Silva Bonfim

Dissertação de Mestrado submetida à Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do Grau de Mestre em Comunicação.

Aprovado por:

---

Prof. Dr. Luiz Martins da Silva  
(Orientador e Presidente)

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Dione Moura Oliveira  
Membro da Banca

---

Prof. Dr. PhD Vicente de Paula Faleiros  
Membro da Banca

---

Prof. Dr. PhD Luiz Gonzaga Motta  
Suplente

Brasília-DF, 28 de março de 2005.

BONFIM, WILLIAN SILVA

O papel das fontes na construção da notícia: o agendamento do tema trabalho infantil doméstico no jornalismo impresso brasileiro, no ano de 2003, 176 p. (UnB-Faculdade de Comunicação, Mestre, 2005)

Dissertação de Mestrado – Universidade de Brasília. Faculdade de Comunicação.

Palavras-chave: Jornalismo, sociedade, fontes e agendamento.

1.  
3.

2.  
4.

I. UnB

II. Título (série)

Eu sou aquela  
a quem o tempo muito ensinou  
ensinou a amar a vida.  
Não desistir da luta.  
Renunciar a palavras  
e pensamentos negativos.  
Ser otimista.

**Cora Coralina**

“Só aos poucos é que o escuro é claro”.

**Guimarães Rosa**  
Grande Sertão Veredas

Dedico à minha mãe: Sebastiana Silva Barros; ao meu pai: José Antônio Bonfim; aos irmãos e irmã: Valteir Silva Bonfim, Dilma Silva Bonfim Barbosa, Vanderlei Silva Bonfim e Wellington Silva Bonfim; aos meus sobrinhos e sobrinhas; e aos amigos e amigas.

## AGRADECIMENTOS

Devo muitas gratidões... Primeiro a Deus, que desejou que eu viesse ao mundo experimentar as agruras e alegrias da vida.

Aos amigos e amigas, alguns mais especiais, mas todos igualmente importantes: Azésio Barreto Sobrinho, Lourival Rodrigues, Victor Martins dos Santos Jr., Rezende Bruno, Vanildes Gonçalves, Carmem Lúcia, Edina Lima, Roney Maciel, Gisa Ferreira, Cleber Castilho, Lucimar Lellis, Cristina Silva e tantos outros.

À Pastoral da Juventude, organização de jovens cristãos, ligada à Igreja Católica, que me fez acreditar no meu potencial e plantou em meu coração a semente da liberdade e o desejo de alçar vôos cada vez mais ousados.

À Casa da Juventude Pe. Burnier, Instituto de Formação, Assessoria e Pesquisa para organizações juvenis, de Goiânia, lugar onde conheci pessoas, idéias e valores...

Aos meus professores e professoras que, do primário ao mestrado, ensinaram-me a amar a ciência e o conhecimento, sobretudo os professores da graduação na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Goiás, onde cursei Rádio e TV e Jornalismo, especialmente Raquel Mourão e Edson Sphentof.

À professora Dione Moura, minha co-orientadora, e à professora Lavina Madeira Ribeiro, e, na pessoa delas, todos os professores e professoras da FAC/UNB.

À Daniela Rocha e Marco Túlio, ambos da Agência de Notícias dos Direitos da Infância, pelo apoio, acolhida e exemplo de compromisso e profissionalismo.

Ao Márcio Sanches e à Jussara de Goiás que me trouxeram à Capital Federal para trabalhar no Movimento Nacional de Meninos e Meninas de Rua.

Aos amigos e amigas da Rede de Educação Cidadã, especialmente à Célia Regina pelo apoio na construção dos gráficos.

***In memoriam*****Avós, tios e primos:**

Romualdo José da Silva

Albertina Silva Barros

Nelson Divino da Silva

Julieta de Araújo

Almir José de Barros

Antônio José Bonfim

Benedita Maria de Jesus

Divina Miguel Bonfim

**Mestres e amigas:**

Ir. Rosa Maria Dal'Bó

Ângela Cristina Alves Corregozinho

## RESUMO

Entender o papel das fontes na construção social da notícia, relevando a sua importância como um dos fatores-chave na definição da *Agenda Setting*, a partir da relação sociedade civil organizada com o jornalismo impresso brasileiro, é o objetivo central deste trabalho. À luz dos conceitos de agendamento e enquadramento, o autor da pesquisa acompanhou, como observador participante, à época representando o Movimento Nacional de Meninos e Meninas de Rua, como seu assessor de imprensa, o desenvolvimento do Plano de Comunicação para o Enfrentamento do Trabalho Infantil Doméstico, que a Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI) desenvolveu, em parceria com outros organismos e financiado pela Organização Internacional do Trabalho (OIT), de 2002 a 2004, para dar ao tema Trabalho Infantil Doméstico visibilidade na mídia, em geral, e no jornalismo impresso em particular. As conclusões não deixam dúvidas de que não apenas houve o agendamento no jornalismo de um tema até então desconhecido da sociedade brasileira, como também, ocorreu o enquadramento do assunto nos grandes e pequenos jornais impressos do Brasil definido a priori pela ANDI, o que corrobora a idéia dos *primary definers*. Esta pesquisa conclui que é preciso colocar em xeque o poder do jornalismo, tão aclamado pela Teoria do Agendamento, retomando as questões colocadas por Maxwell E. MacCombs e Donald Shaw, pioneiros nos estudos do agendamento: “São os próprios media a estabelecer a agenda ou estes apenas refletem uma agenda estabelecida pelas suas fontes de informação?”.

**Palavras-chave:** jornalismo, sociedade, fontes e agendamento.

## ABSTRACT

The main objective of this thesis is to understand the role of the sources in the social construction of the news highlighting their importance as one of key-factors when defining the Agenda Setting from the relation between the organised civil society and the Brazilian written journalism. In the light of the concepts of setting and organising an agenda, the researcher, as a participant observer and representing the National Movements of Street Children as its press officer, followed the developments of the Communication Plan for the Fight Against Domestic Child Labour created by the Childhood Rights News Agency – ANDI (acronym in Portuguese) in partnership with other organisms and sponsored by the International Work Organisation (IWO), from 2002 to 2004, to give more visibility to the issue of domestic child labour in the media and, in particular, on the written means of journalism. The conclusions assure that there was not only the agenda setting of an issue then unknown to the Brazilian society in the journalism but also the organisation/inclusion of the topic in the small and big newspapers printed in Brazil defined, a priori, by ANDI, which corroborates the idea of primary definers. This research concludes that it is necessary the power of journalism, so much acclaimed in the Agenda Setting Theory, be challenged referring back to the questions made by Maxwell E. MacCombs and Donald Shaw, pioneers in the agenda setting studies: “does the media set its own agenda or does it only reflect an agenda set by its information source?”

**Key-words:** journalism, society, sources and agenda setting.

## SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS .....	12
LISTA DE QUADROS .....	13
GLOSSÁRIO.....	14
<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>15</b>
<b>1 JORNALISMO, DOIS CONTEXTOS E DUAS EXPLICAÇÕES PARA UMA MESMA CRISE</b> .....	<b>18</b>
1.1 JORNALISMO COMO APÊNDICE DO ENTRETENIMENTO .....	19
1.2 CONTRADIÇÃO NÃO RESOLVIDA: ORIGEM PRIVADA E FUNÇÃO SOCIAL .....	22
1.3 PARA ONDE VAI O JORNALISMO?.....	27
1.4 REAPROXIMAR O JORNALISMO DO INTERESSE PÚBLICO É POSSÍVEL? .....	30
1.4.1 Controle social para a prática da responsabilidade .....	32
1.4.2 O envolvimento do jornal em campanhas públicas .....	34
1.4.3 Mudança nos valores-notícia .....	35
1.4.4 Educação dos jornalistas e dos leitores/consumidores .....	37
<b>2 A FONTE NA TEORIA DA NOTÍCIA E NO CAMPO SOCIOLÓGICO</b> .....	<b>39</b>
2.1 TODO PODER AOS EMISSORES.....	40
2.1.1 A descoberta das fontes .....	42
2.1.2 O retorno da idéia da mídia poderosa .....	47
2.1.3 Enquadramento como prolongamento da <i>agenda setting</i> .....	49
2.2 SOCIOLOGIA DAS FONTES .....	52
2.2.1 Terceiro setor entre o Estado e o Mercado .....	53
2.2.2 Sociedade civil: limites e virtualidades.....	57
2.3 MOVIMENTO SOCIAL PELOS DIREITOS DA CRIANÇA .....	63
<b>3 PRESSUPOSTOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA</b> .....	<b>67</b>
3.1 PERSPECTIVA METODOLÓGICA .....	68
3.2 ESTUDO DE CASO PARADIGMÁTICO.....	68
3.2.1 Tarefas enfatizadas nos procedimentos de campo .....	70
3.2.2 O trabalho com as fontes de evidências.....	70
3.2.3 O que faz um estudo de caso exemplar? .....	72

.3	CONCEITO DE CAPITAL SOCIAL.....	72
3.4	O CONCEITO DE REDE .....	73
3.5	TEORIA CONSTRUCIONISTA COMO PERSPECTIVA METODOLÓGICA ..	75
3.6	AGENDAMENTO E ENQUADRAMENTO COMO CATEGORIAS DE ANÁLISE.....	78
3.7	OBJETIVO GERAL.....	79
3.8	HIPÓTESES DA PESQUISA.....	80
3.9	O CAMPO DA PESQUISA – OBJETO E DELIMITAÇÃO .....	81
3.10	A COBERTURA DO TRABALHO INFANTIL PELA IMPRENSA BRASILEIRA.....	83
3.10.1	O trabalho infantil e o trabalho infantil doméstico .....	85
<b>4</b>	<b>O QUE PENSAM OS JORNALISTAS SOBRE O TRABALHO DA ANDI.....</b>	<b>88</b>
4.1	A PESQUISA NA FACULDADE DE COMUNICAÇÃO DA UNB.....	89
<b>5</b>	<b>AGENDAMENTO E ENQUADRAMENTO DO TEMA EM 2003.....</b>	<b>98</b>
5.1	TRABALHO INFANTIL DOMÉSTICO, UM TEMA INVISÍVEL .....	99
5.2	CENÁRIOS DO PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO .....	99
5.3	ETAPAS DA FORMULAÇÃO DO PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO .....	101
5.4	ESTRATÉGIAS IMPLEMENTADAS .....	104
5.5	MATERIAIS PRODUZIDOS .....	106
5.6	TRABALHO COM A MÍDIA E COM OS JORNAIS .....	107
5.7	A INTEGRAÇÃO EM REDE POR UMA AGENDA NACIONAL .....	111
5.8	O TRABALHO COM ONGs, OGS E EMPRESÁRIOS .....	112
5.9	AS AÇÕES JUNTO AOS JORNALISTAS .....	115
5.9.1	Recomendações para melhorar cobertura dos jornalistas .....	116
5.10	SOBRE ESTRATÉGIAS E MATERIAIS DE COMUNICAÇÃO .....	118
5.11	MOBILIZAÇÃO DA MÍDIA .....	120
5.12	SENSIBILIZAÇÃO E MOBILIZAÇÃO DE ATORES SOCIAIS .....	121
5.13	CAPACITAÇÃO DE COMUNICADORES SOCIAIS .....	121
	<b>CONCLUSÕES .....</b>	<b>123</b>
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	127
	ANEXOS .....	131

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1	– Circulação média dos principais jornais do país .....	28
FIGURA 2	– Terceiro Setor entre o Estado e o Mercado .....	53
FIGURA 3	– Seminário de Capacitação em Comunicação (Belém, 27 a 29 de agosto de 2002) .....	108
FIGURA 4	– Seminário de Capacitação em Comunicação (Belo Horizonte, 14 a 16 de agosto de 2002).....	109
FIGURA 5	– Seminário de Capacitação em Comunicação (Brasília, 28 a 30 de outubro de 2002).....	109
FIGURA 6	– Seminário de Capacitação em Comunicação (Recife, 12 a 14 de setembro de 2002).....	109
FIGURA 7	– Seminário de Capacitação em Comunicação (Salvador, 16 a 18 de setembro de 2002).....	110
FIGURA 8	– Seminário Nacional de Comunicação (Recife, 03 de dezembro de 2002).....	110
FIGURA 9	– Distribuição Instituição por todos os Seminários.....	112
FIGURA 10	– Inserções do tema na mídia brasileira no ano de 2003 .....	122

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – A evolução da cobertura da pauta trabalho infantil nos rankings.....	84
Quadro 2 – Distribuição de Instituições por todos os Seminários.....	111
Quadro 3 – Inserções do tema na mídia brasileira no ano de 2003 .....	122

## GLOSSÁRIO

ABRAS	Associação Brasileira de Supermercados
ANDI	Agência Nacional dos Direitos da Infância
CBIA	Fundação Centro Brasileiro para a Infância e Adolescência
CEAFRO	Centro de Estudos Afro-descendentes
CEDECA	Centro de Defesa da Criança e do Adolescente
CENDHEC	Centro Dom Hélder Câmara de Estudos e Ação Social
CLT	Consolidação das Leis de Trabalho
CNBB	Conferência Nacional dos Bispos do Brasil
CONANDA	Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente
CONIC	Conselho Nacional das Igrejas Cristãs
ECA	Estatuto da Criança e do Adolescente
ECA	Escola de Comunicações e Arte
FUNABEM	Fundação Nacional de Bem Estar do Menor
IPEC	Programa Internacional para Eliminação do Trabalho Infantil
MARS	Meios de Assegurar a Responsabilidade Social da Mídia
MNMMR	Movimento Nacional de Meninos e Meninas de Rua
MPT	Ministério Público do Trabalho
OIT	Organização Internacional do Trabalho
ONG	Organização Não-Governamental
ONU	Organização das Nações Unidas
PÁS	Planos de Ação
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra Domiciliar
PRONAICA	Programa Nacional de Atenção Integral à Criança e ao Adolescente
TID	Trabalho Infantil Doméstico
UFBA	Universidade Federal da Bahia
UFG	Universidade Federal de Goiás
UNICEF	Fundo das Nações Unidas para a Infância

## INTRODUÇÃO

Esta pesquisa procurou entender o papel das fontes na construção social da notícia, com relevância à sua atuação como um dos fatores-chave no agendamento, a partir da relação de organismos da sociedade civil organizada com o jornalismo impresso brasileiro. Analisamos o trabalho realizado pela Agência de Notícias dos Direitos da Infância para agendar/enquadrar o tema “trabalho infantil doméstico”, com recorte específico para o ano de 2003.

Esta dissertação é resultado de uma pesquisa iniciada há mais de três anos acerca do papel que as fontes desempenham na construção da notícia, produto final da prática jornalística, com enfoque especial para as fontes que se situam dentro de um campo hoje denominado, no campo das ciências sociais, como Terceiro Setor.

De saída, no primeiro capítulo, o presente trabalho começa problematizando a natureza do jornalismo, apresentando-a como um conflito permanentemente não resolvido. Como equacionar a sua origem burguesa, portanto ligada à necessidade de consolidação do capitalismo em suas fases iniciais, com a sua vocação para o esclarecimento? Ainda hoje, esta contradição permanece não resolvida. A produção jornalística, em sua maioria, é organizada segundo a lógica de mercado mas não perdeu a sua vocação para a dimensão pública.

O 1º capítulo, ao problematizar a natureza da prática social conhecida como jornalismo, aponta um distanciamento do jornalismo do interesse público quando quem o produz, os jornalistas e donos dos jornais, deixam-se guiar predominantemente pela lógica de mercado, segundo a qual o que mais vende são matérias que apresentam valores-notícia como o escândalo, a corrupção, a banalização, as celebridades.

Além da pesquisa, cujos resultados são apresentados no capítulo empírico, procuramos fazer um diagnóstico das condições atuais de produção do jornalismo, situando a prática como uma instituição que um compromisso com o interesse público e o jornalista como um profissional tributário da confiança das pessoas para exercer seu ofício.

O primeiro capítulo termina colocando uma pergunta: reaproximar o jornalismo do interesse público é possível? Porém não se encerra nesta pergunta e procura

apontar experiência que a própria realidade vem apresentando como alternativa para melhorar o compromisso e fazer com que o jornalismo, de fato, assuma a sua responsabilidade social: jornalismo público, meios de responsabilização da mídia, controle social, criação de conselhos de leitores.

Em razão deste distanciamento ou desinteresse do jornalismo em abordar certos temas, têm surgido movimentos de organizações que se articulam estrategicamente para agendar temas que consideram relevantes do ponto de vista social e, portanto, do ponto de vista público, como é o caso das crianças brasileiras em situações de exploração e risco social. Esse é o motivo pelo qual o trabalho buscou aprofundar como se processa um agendamento que se dá a partir de fora das redações dos jornais.

O segundo capítulo ajuda na tarefa a situar como as fontes são tratadas no campo teórico. Ora tratadas como *News Promoters* ora como *Primary Definers*, conceitos que serão explicados no 2º capítulo, há no campo teórico um consenso de que as fontes exercem um certo poder sobre os jornalistas, em alguns casos com o poder de definir até mesmo o enfoque a ser tratado. Os jornalistas, por seu turno, procuram ter um acesso regular a estas fontes que, em razão dos lugares sociais que ocupam, são canais de acesso a informações. Esta relação relativiza, sobremaneira, o papel dos jornalistas na construção social da notícia.

O trabalho tratou de também situar as fontes dentro de grupos sociais mais amplos, para além da sua caracterização como institucionais, oficiais e não oficiais, entre outras. Em alguns casos, conforme o capítulo 2º, é necessário falar de fonte no plural e não no singular.

Por outro lado, ainda no campo teórico, é forte a corrente de estudos e os desdobramentos de pesquisas que tratam da teoria da *Agenda Setting*. Em análise recente, Nelson Traquina recoloca o poder do jornalismo exercido na sua capacidade de influenciar as pessoas sobre que assuntos pensar e como pensar. Questões, portanto, relacionadas ao agendamento que se dá a partir das redações.

Foi também necessário construir um caminho metodológico capaz de abarcar a complexidade das dinâmicas e estratégias desenvolvidas pela ANDI para manter o tema permanentemente na mídia. Para dar conta desta complexidade, o trabalho operou com conceitos recentes no campo da sociologia como os conceitos de rede e

capital social. A metodologia de estudo de caso, descrita no capítulo 4º, permitiu apresentar esta campanha como um caso exemplar.

Para melhor fundamentar a dissertação, o 4º capítulo expõe parte do trabalho de graduação *Criança e Adolescente na Imprensa – Mudança de Abordagem*, desenvolvido por alunos de jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (FAC/UNB) em junho de 2001. Os alunos entrevistaram, de forma estruturada, 10 jornalistas responsáveis pelas redações ou editores ligados à área da criança e adolescentes de jornais impressos que mais publicaram matérias sobre crianças e adolescentes em 1999. A fala de quem está nas redações, em cargos de edição e chefia, ajuda-nos a perceber a posição dos próprios jornalistas a respeito do tema e do trabalho desenvolvido pela ANDI.

O trabalho de pesquisa acompanhou o desenvolvimento do *Programa de Comunicação e Ação para o Enfrentamento do Trabalho Infantil Doméstico*, desenvolvido pela ANDI, de 2002 a 2004, em parceria com diversas organizações. Os resultados do trabalho, apresentados no 5º capítulo, são surpreendentes do ponto de vista qualitativo e quantitativo. O material empírico revelou-se riquíssimo para análise. Pareceu à pesquisa impossível frente à tamanha eficácia, não perceber, como um fenômeno, uma estratégia de comunicação que, por meio de um rico e criativo trabalho em rede, tirou o trabalho infantil doméstico do anonimato no qual ele se encontrava até então. Como não ficar perplexo diante da eficiência de uma estratégia de comunicação que conseguiu dar visibilidade a um tema até então invisível?

O trabalho encarou o desafio de tentar entender esta campanha e seus resultados, acreditando que esse é um caso único no mundo que precisa ser estudado com maior acuidade. Muitas luzes esta experiência tem a dar ao campo teórico, sobretudo para as correntes teóricas que advogam o predomínio quase absoluto do jornalismo na construção social da notícia. Isto, de certo modo, relativiza tanto poder dado ao jornalismo e recoloca a questão de que, em muitos casos, ele é, antes de tudo, agendado por suas fontes.

**1 JORNALISMO, DOIS  
CONTEXTOS E DUAS  
EXPLICAÇÕES PARA UMA  
MESMA CRISE**

## 1.1 JORNALISMO COMO APÊNDICE DO ENTRETENIMENTO

Neste primeiro capítulo, parte-se de duas visões de experientes jornalistas que analisam o jornalismo tendo como base diferentes contextos técnicos, políticos e históricos, buscando apontar as causas e as conseqüências de sua crise, ambas baseadas na experiência prática. O objetivo final é, de saída, problematizar a natureza da produção do jornalismo impresso, pontuar as contradições que estão presentes no processo de sua produção e os possíveis caminhos que estão sendo apontados pelo próprio jornalismo, pela sociedade e pela pesquisa acadêmica.

Problematizar a partir das experiências trazidas e apontar que a grande crise do jornalismo não é de recursos, mas está na contradição presente desde a sua gênese. E está em, sobretudo, responder a quem deve servir: aos interesses do mercado, que o mantém como instituição; ou ao interesse público, para quem, em tese, deveria ser vocacionado. Aí está o cerne de uma contradição que sempre existirá neste campo e que será analisado mais detalhadamente a seguir.

De tempos em tempos, nos Estados Unidos, volta à tona o debate sobre os rumos do jornalismo no país. Uma dessas ondas está em curso e guarda semelhança com o que se passa no Brasil, com a concentração de jornais, revistas, emissoras de TV e rádio em grandes grupos econômicos, verdadeiros oligopólios. Desviando da função principal das empresas de mídia, onde muitas delas se tornam apenas divisões de corporações, que atuam ao mesmo tempo nas áreas de comunicação, tecnologia ou entretenimento.

A banalização das grandes reportagens investigativas, muitas vezes fazendo os jornalistas reféns de procuradores – que, assim como no Brasil, se transforma na grande fonte de notícias. Outro ponto a ser considerado é a desmoralização do formato clássico de reportagens e noticiários de TV, agora imitados por programas, cuja finalidade é outra. Todas essas situações estão listadas no livro “Os elementos do Jornalismo”<sup>1</sup>, escrito por Bill Kovach e Tom Rosenstiel, dois dos mais respeitados jornalistas norte-americanos.

---

<sup>1</sup> Lançado nos EUA, em abril de 2001, o livro só foi publicado no Brasil quase dois anos mais tarde, em março de 2003.

Os autores apontam em sua obra o que consideram o problema mais dramático da atual crise porque passa o jornalismo: o confinamento das empresas jornalísticas em grandes conglomerados com atividades múltiplas e de entretenimento, como por exemplo, a compra da *Time Warner* pela *América Online*; da *ABC News* pela *Walt Disney Company*; da *NBC News* pela *General Electric*. Outros exemplos continuaram a surgir depois da impressão do já citado livro”, com foi o caso da Disney que comprou 100% da Fox Family World-wide por US\$ 3 bilhões.

Mesmo rentáveis, algumas grandes e tradicionais empresas jornalísticas ficam perdidas dentro de megacorporações, segundo os dados apresentados no prefácio à edição brasileira do livro:

“A ABC News representa menos de 2% dos lucros da Disney. A operação de notícias era responsável pela maior parte das receitas da Time, Inc., mas agora é só uma pequena fração dentro da operação da AOL (América Online). A NBC News responde por menos de 2% dos lucros da General Electric. (KOVACH e ROSENSTIEL, ano 2003, p. 11).

Como as empresas jornalísticas vão fazer a cobertura de assuntos que envolvam companhias que pertencem a um mesmo conglomerado? Kovach e Rosenstiel recordam de uma declaração do alto executivo da Disney, Michael Eisner, logo depois da aquisição da empresa ABC News. Segundo os autores, o representante da Disney declarou não considerar apropriado que a Disney cubra jornalisticamente a própria Disney.

A sobreposição de empresas jornalísticas e não-jornalísticas na mesma corporação, segundo a tese defendida pelos autores, fez com que os líderes jornalistas dos EUA se transformassem em homens de negócios, processo bem descrito no capítulo terceiro do livro *Elementos do Jornalismo*. Metade dos entrevistados para o livro de Kovach e Rosenstiel disse gastar pelo menos um terço do tempo de trabalho com assuntos de negócios da empresa do que com jornalismo.

Apesar de mostrarem um quadro pessimista para o futuro do jornalismo, os autores apresentam uma análise que passa longe da histeria usual que se observa em alguns tratados de *media criticism*; e ainda fazem uma compilação de um extenso trabalho iniciado em 1997, quando 25 dos mais importantes jornalistas dos

Estados Unidos se reuniram em Harvard para discutir o que tinha acontecido com a profissão nos anos entre *Watergate* (1974) e *Whitewater* (Era Clinton)<sup>2</sup>.

Depois da reunião no clube da Faculdade de Harvard, no Estado de Massachusetts, Costa Leste, os 25 jornalistas criaram um grupo chamado *Committee of Concerned Journalists*<sup>3</sup>. Por que preocupados? A resposta está no próprio livro.

Os jornalistas compareceram porque sentiram que alguma coisa estava seriamente errada com a sua profissão. (...) O público, por sua vez, cada vez mais passou a desconfiar dos jornalistas ou até a odiá-los. Em 1999, apenas 21% dos norte-americanos achavam que a imprensa se preocupava com as pessoas. Esse percentual era de 41% em 1985. Apenas 58% respeitavam o papel de “cão de guarda” da imprensa, sendo que o percentual era de 67% em 1985. Menos da metade, apenas 45%, achavam que a imprensa protegia a democracia. (KOVACH e ROSENSTIEL, ano 2003, p. 13).

Para a construção do livro, os autores promoveram 21 fóruns, dos quais participaram mais de 3.000 pessoas. Foram tomados os depoimentos de 300 jornalistas, gravados por uma equipe de pesquisadores universitários gravou 103 horas de entrevistas a respeito dos valores da profissão.

Duas perguntas básicas foram feitas: primeiro, se os profissionais da área consideram jornalismo uma forma diferente de comunicação em relação aos outros meios e, em caso afirmativo, qual seria a diferença; e segundo, se são necessárias mudanças no jornalismo praticado nos EUA, mas se também, é preciso manter alguns princípios centrais, e quais seriam esses princípios.

O estudo concluiu que há nove princípios básicos, que são os elementos do jornalismo que dão, inclusive, o título e a estrutura dos capítulos do livro:

- 1) A primeira obrigação do jornalista é com a verdade;
- 2) Sua primeira lealdade é com os cidadãos;
- 3) Sua essência é a disciplina da verificação;
- 4) Seus praticantes precisam manter independência em relação a quem é protagonista de suas reportagens;
- 5) O jornalismo precisa servir como um monitor independente do poder;
- 6) O jornalismo deve abrir espaço para a crítica e o compromisso público;
- 7) O jornalismo deve se esforçar para apresentar o que é significativo de forma interessante e relevante;
- 8) O

---

<sup>2</sup> O *Watergate* é o nome empregado para definir o escândalo – revelado pela mídia norte-americana – que culminou com a queda do então presidente Richard Nixon. *Whitewater*, por sua vez, registra um dos casos mais turbulentos do período Clinton: o envolvimento com a estagiária da Casa Branca, Mônica Lewinski.

<sup>3</sup> Em português, algo como Comitê dos Jornalistas Interessados ou Preocupados.

jornalismo deve manter a notícia completa e proporcional; 9) Os jornalistas devem ter permissão para exercer sua consciência pessoal.

Obviamente que as teses defendidas em cada um dos capítulos, que tratam dos elementos apresentados acima, podem ser debatidas. É discutível, por exemplo, a tese da objetividade apresentada pelo livro como possível, desde que seguidos os passos da disciplina da verificação.

O conceito de “verificação” tratado no capítulo 4º do livro *“Elementos do Jornalismo”*, defende que a objetividade é possível desde que os repórteres cavem os fatos e os ordenem direito. A verificação, segundo o livro, se estrutura de acordo com a observação dos princípios: a) nunca acrescente nada que não exista; b) nunca engane o público; c) seja o mais transparente possível sobre seus métodos e motivos; d) confie só no seu próprio trabalho de reportagem; e e) seja humilde.

Por outro lado, para a autora Gaye Tuchman (1993) a “objetividade” é um ritual que, usado pelos jornalistas, ajuda a se protegerem dos riscos da profissão. Segundo a autora, o jornalista precisou desenvolver estratégias que lhe permitam afirmar: “Isto é uma notícia: objetiva, impessoal, imparcial”. Esta estratégia está baseada no uso de certos procedimentos para elaborar a notícia: a) apresentação de possibilidades conflituais; b) apresentação de provas auxiliares; c) uso judicioso das aspas; e d) estruturação da informação numa seqüência apropriada. Afirma ainda Tuchman (1993, p. 88): “O manuseamento da ‘estória’, isto é, o uso de certos procedimentos perceptíveis ao consumidor da notícia, protege o jornalista dos riscos de sua atividade”.

Neste primeiro capítulo, contudo, interessa pontuar alguns elementos da crise do jornalismo que ajudam a problematizar o debate sobre o processo de produção da notícia e as condições nas quais ele acontece atualmente no Brasil e no mundo.

## 1.2 CONTRADIÇÃO NÃO RESOLVIDA: ORIGEM PRIVADA E FUNÇÃO SOCIAL

Entre a publicação do livro *Os Elementos do Jornalismo*, em 2001, e a publicação do livro *O Papel do Jornal*, de Alberto Dines, em 1974, há um abismo de quase três décadas, que marcaram profundamente o processo de produção e distribuição das notícias no Brasil e no mundo. Como o próprio Dines preconiza anos mais tarde no prefácio da 4ª edição do mesmo livro:

“O extraordinário progresso experimentado pelas técnicas de comunicação de 1970 para cá, representa para a humanidade uma conquista e um desafio. Conquista, na medida em que propicia possibilidades para a difusão de conhecimentos e informações numa escala antes inimaginável. Desafio, na medida em que o avanço tecnológico impõe uma séria revisão e reestruturação dos pressupostos teóricos de tudo que se entende por comunicação” (DINES, 1974, p 17).

Contudo, já naquele período, no qual a imprensa brasileira estava às voltas com a censura imposta pelos militares, Alberto Dines tratava dos problemas colocados só agora pelos autores norte-americanos. É necessário ressaltar o caráter de vanguarda do jornalista brasileiro. O problema naquela época, segundo Dines (1974), não era **onde** colocar a informação, dada a carência de matéria-prima para imprimir, mas **o que** colocar na folha em branco, desafiando censura e autocensura. Hoje, por outro lado, conforme Ciro Marcondes Filho, no seu livro *A Saga dos Cães Perdidos*, com a Internet, a informação tornou-se mais ampla, abrangente, diversificada e acessível. Além do volume de dados inapreensível pela sua magnitude, a rede conta com fornecedores de todo tipo, o que, segundo ele, questiona até mesmo o exercício profissional dos jornalistas.

Neste contexto, Bill Kovach e Tom Rosenstiel falam de uma crise de sentido e colocam a pergunta: para que serve o jornal? Alberto Dines usa a crise do papel e do petróleo de 1973 como mote para explicar a crise mais ampla do jornalismo e o papel da mídia impressa diante de novos desafios e emergências.

A questão central, todavia, destas duas crises, mesmo vividas em contextos diferentes, e dos conflitos experimentados pelos jornalistas no exercício diário de sua atividade está na própria natureza da instituição jornalismo: sua origem burguesa, e, portanto, a necessidade de se organizar segundo a lógica liberal e lucrativa de um negócio capitalista e, ao mesmo tempo, o seu caráter de serviço ao interesse público. Há uma contradição que dificilmente se resolverá: como, ao mesmo tempo, servir ao interesse do mercado (privado) e ao interesse público, mais amplo da sociedade?

O interesse público aqui não é confundido com o do Estado. Ajuda a fazer esta distinção a autora Nuria Cunill Grau. Em seu livro *Repensando o Público através da Sociedade* (Editora Revan, 1998), ela aponta a limitação da esfera pública à esfera estatal como uma falácia, indicando o desenvolvimento da competência pública na

sociedade burguesa. Ao apontar a democratização do Estado e da própria democracia como problemas, ela demonstra que há um deslocamento do público para o social. Perspectiva que interessa para a análise do presente trabalho.

Segundo Josenildo Luiz Guerra<sup>4</sup> para superar os limites do regime liberal de produção da informação, desenvolveram as idéias de direito à informação e responsabilidade social dos meios de comunicação. O direito à informação busca preservar, tanto a possibilidade de apurar e noticiar os fatos por parte dos jornalistas, quanto do acesso às informações, sem nenhum tipo de restrição, por parte do público. Assim, o direito de informar da mídia<sup>5</sup>, sustentado no princípio da liberdade de expressão, é também assegurado pelo direito à informação, desde que satisfaça às necessidades de informação do público.

A doutrina da responsabilidade social surge com a mesma preocupação da qual se ocupa a idéia de direito à informação. Esta doutrina considera o trabalho da imprensa como um serviço público que, como tal, precisa atender a determinadas exigências. O relatório *Mac Bride* sobre os meios de comunicação já apontava para a doutrina da responsabilidade social: “A responsabilidade social dos meios acarreta obrigação para com a opinião pública e a sociedade no seu conjunto”.<sup>6</sup>

Baseado nos direitos fundamentais da sociedade: liberdade de expressão e o direito à informação, a instituição jornalística, num primeiro momento, ainda quando exercida artesanalmente, teve um papel fundamental nas lutas contras as monarquias absolutistas européias e no processo de independência dos Estados Unidos. Neste momento, portanto, a liberdade de expressão exercida por meio da imprensa era um exercício de afirmação de um direito do cidadão contra o poder do Estado.

Não por acaso, o conceito de *esfera pública* cunhado por Jurgen Habermas está associado ao mesmo período histórico que marca o nascimento da instituição

---

<sup>4</sup> Artigo *Notas para uma abordagem normativa da notícia*. Anais da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compôs), em seu XI Encontro Nacional, realizado na Universidade do Rio de Janeiro-RJ, de 30 de maio a 2 de junho de 2002.

<sup>5</sup> Será usada a palavra “mídia” em vez de “media”, por ser melhor assimilada, embora o correto fosse usar *media*, no latim, o plural de *médium* (meio) e embora *media* (com a pronúncia anglo-saxônica), seja a forma reduzida de *mass media* (meios de comunicação de massa).

<sup>6</sup> ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA – UNESCO/ONU. *Um mundo e muitas vozes*. Relatório da Comissão Internacional. Editora Vozes, Petrópolis, 1980.

que se conhece como “jornalismo”. A comunicação e a informação, incluindo folhetos, volantes e os primeiros tipos de jornais que circulavam especialmente entre a elite intelectual que freqüentava as casas de chá, comunidades de comensais e os cafés, notadamente os londrinos, contribuíram decisivamente para o estabelecimento de uma “zona alternativa” da maior liberdade de expressão e crítica ao governo monárquico no século XVIII. Zona essa que ficou conhecida graças ao trabalho de Habermas por “esfera pública”.

Habermas demonstrou que *esfera pública* adquiriu conteúdo político e questionou a legitimidade do próprio Estado monárquico. A *esfera pública* reclamou a publicidade e a transparência nas ações do Estado. Para efeito dessa análise, não interessa as críticas e limites do próprio conceito. Há quem afirme que hoje é a imprensa, as páginas dos jornais e outros meios midiáticos que ocuparam os espaços outrora ocupados pelos cafés, salões e comunidades de comensais. Há quem, continuando a reflexão do próprio Habermas, afirme que a decadência da esfera pública aconteceu quando ocorreu uma mudança do público que pensa a cultura para o público e que a consome.

O que não se pode negar é que com a ação dos jornais e outras formas de comunicação, o virtual monopólio da corte sobre a política oficial foi passo-a-passo se extinguindo. Assim, a abertura e a publicidade representadas pela esfera pública significaram a quebra do isolamento e do sigilo das cortes reais. Estavam dadas as condições para mudanças sociopolíticas mais radicais. Portanto, a imprensa para Habermas é o fórum para onde se dirigiam as pessoas privadas a fim de obrigar o poder público a se legitimar perante a opinião pública.

Ao longo de mais de dois séculos o jornalista vem atuando como um profissional legitimado por uma espécie de delegação da sociedade para a consecução de um direito coletivo da comunidade política: o direito a receber uma informação tecnicamente correta. É em função do interesse público, portanto, da sociedade, que o jornalista sempre buscou exercer a sua profissão e praticar a liberdade de expressão e o direito à informação.

Conquistadas as liberdades políticas, foi iniciada a fase de estabilidade das instituições democráticas, por um lado; a Revolução Industrial e o desenvolvimento do sistema capitalista, por outro; tudo isso, descentrou a imprensa de seu caráter político,

artesanal e de audiência restrita, para reestruturá-la em outras bases, a da moderna empresa de comunicação.

Como fica claro nesta breve exposição, o serviço ao interesse público e ao fortalecimento da democracia, e o serviço aos interesses do mercado estiveram presentes no exercício da produção de notícias desde a sua gênese num conflito não resolvido.

Alberto Dines, em *O Papel do Jornal*, falou do caráter de mercadoria da informação. Segundo o autor, as notícias são produzidas para um mercado real e encerram em si, a dupla dimensão da mercadoria: o valor de uso e o valor de troca. Todas as mercadorias (e não somente o jornal) veiculam também ideologias; no jornal, para o autor, isso aparece mais claramente.

O processo de transformação da atividade jornalística em grande empresa capitalista foi detalhadamente explicado por Ciro Marcondes Filho em seu livro “*O Capital da Notícia*”. O autor demonstra que o aparecimento do jornal está subordinado ao desenvolvimento da economia de mercado e das leis de circulação econômica, e afirma:

“O jornal surge como instrumento de que o capitalismo financeiro e comercial precisava para fazer que as mercadorias fluíssem mais rapidamente e as informações sobre exportações, importações e movimento do capital chegassem mais depressa e mais diretamente aos componentes do circuito comercial” (MARCONDES, 1989, p. 56).

O desenvolvimento das forças produtivas e das relações capitalistas traz duas conseqüências básicas: a procura por mais informações e, pelo fato das mesmas não poderem ser obtidas diretamente pelos indivíduos, surge assim, a possibilidade de uma indústria da informação.

Há, por sua vez, quem tente suavizar esta contradição. Adelmo Genro Filho, citando o poema de João Cabral de Melo Neto, apontou que o jornalismo não pode ser desqualificado em função do domínio da lógica capitalista. Segundo este autor, no capitalismo, o jornalismo é atravessado pela ideologia burguesa como uma fruta é passada por uma espada. Nem por isso, defende Adelmo, a fruta será sinônimo de espada, afirmando ainda:

“Embora o jornalismo expresse e reproduza a visão burguesa do mundo, ele possui características próprias enquanto forma de conhecimento

social e ultrapassa, por sua potencialidade histórica concretamente colocada, a mera funcionalidade do sistema capitalista”.

O jornalismo, para Genro Filho, não pode ser reduzido às condições de sua gênese histórica, nem à ideologia da classe que o trouxe à luz, uma vez que, como defende o autor, é um fenômeno cuja essência ultrapassa os contornos ideológicos de sua gênese burguesa.

Por outro lado, há quem seja menos condescendente com o jornalismo. O professor emérito da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, José Marques de Melo<sup>7</sup>, afirma que o jornalismo contemporâneo encontra-se transitando de um modelo erigido no século XIX, que se esgotou em meados do século XX, para um novo modelo no qual a internet exerce importante papel.

### 1.3 PARA ONDE VAI O JORNALISMO?

Em nome do “interesse do público”, o jornalismo de mercado, em muitos casos, organizou sua produção e distribuição da informação. Hoje, é mais do que notável o peso que jogam as técnicas de *marketing* na definição da forma e conteúdo dos jornais. Contudo, há um esgotamento desse modelo. Passado o ciclo das promoções e brindes, os jornais não conseguiram manter o aumento de tiragem e o número de leitores vem registrando queda a cada ano.

Conforme demonstra o gráfico na página seguinte, desde 1995 há uma queda na circulação média anual dos principais jornais do país. Fica evidente o pico de 1994 e 1995, quando a Folha de São Paulo, por exemplo, teve circulação média de 606 mil exemplares dia.

---

<sup>7</sup> MELO, José Marques de. *Jornalismo Brasileiro* – Porto Alegre: Sulina, 2003.

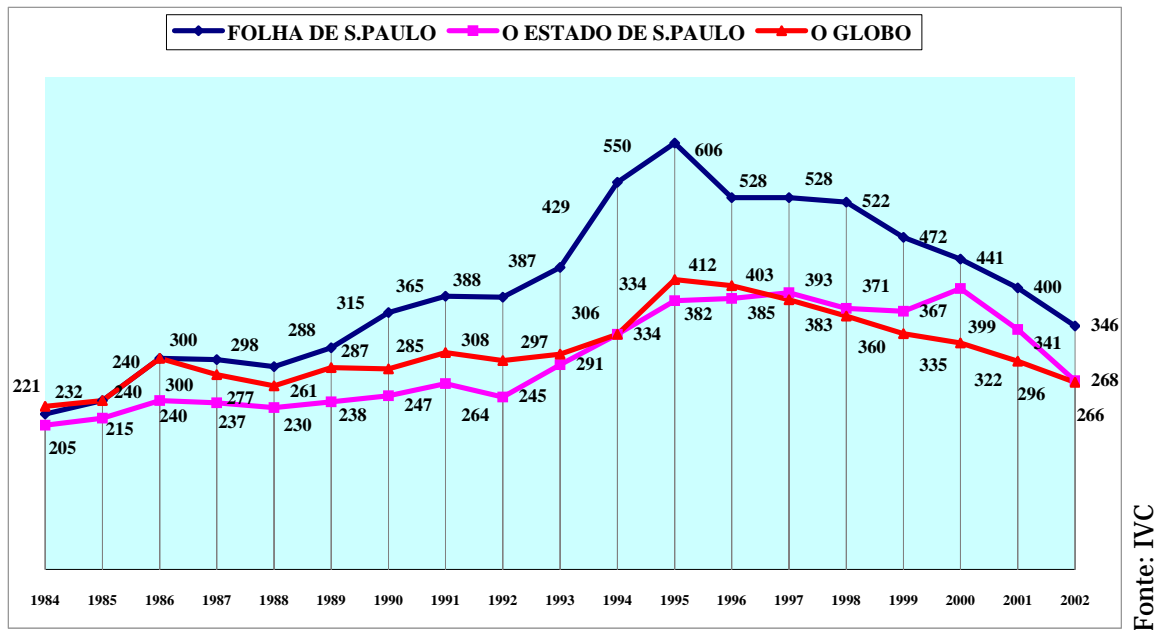


Figura 1 – Circulação média dos principais jornais do país.

O pico, conforme o então *ombudsman* da Folha de São Paulo<sup>8</sup>, Bernardo Ajzenberg, em sua coluna semanal<sup>9</sup>, foi conquistado pela realização de seguidas promoções, quando aos jornais se acoplaram atlas, enciclopédias, fascículos e dicionários, com marketing agressivo, para conquistar novos leitores. Segundo Ajzenberg, tal estratégia se baseava na idéia de que, num mercado de forte concorrência, quanto mais jornais fossem vendidos por uma empresa, mais publicidade ela atrairia para suas páginas e, assim, mais faturamento.

A despeito do investimento em *marketing*, em reformulação de projetos gráficos, profissionalização, etc., e da perspectiva de um jornalismo centrado nas estratégias mercadológicas, o número de leitores não aumentou, ao contrário, vem registrando queda paulatina na última década.

Há quem vaticine até mesmo o fim do jornalismo, como é o caso de William A. Hachten, também norte-americano, autor do livro *The Troubles of Journalism*. Ele afirma que:

“O jornalismo é uma técnica social em perigo de extinção. (...) A tecnologia eletrônica põe em perigo a sobrevivência do diário impresso e conseqüentemente do próprio jornal. A mentalidade pós-moderna está solapando seriamente os fundamentos ideológicos que fizeram possível

<sup>8</sup> Jornal de maior circulação no Brasil.

<sup>9</sup> Publicado na Folha de São Paulo, editoria Brasil, página A 6, 23 de fevereiro de 2003.

tanto o nascimento como o desenvolvimento e avanço posterior dessa modalidade de trabalho social que denominamos jornalismo (HACTEN, 2001, p. 25).”.

Para este autor, lamentavelmente a mídia de qualidade, e também o jornalismo, desafinam ao pautar e destacar fatos triviais que alternam ou combinam variáveis como celebridade, sexo, crime ou escândalo para competir com os tablóides sensacionalistas. Sua análise preocupa-se fundamentalmente com a falência da mídia confiável e da informação pública, numa conjuntura em que a engrenagem da cultura popularesca vem tragando o jornalismo de qualidade, ao fabricar uma mescla de entretenimento, endeusamento, sensacionalismo, auto-ajuda e promoção de vendas – misturando coisas que estão situadas em espaços destinados à publicidade, promoção, relações públicas e marketing, orientadas, sobretudo, como ele mesmo define, pelo “mau-gosto”:

O jornalismo de interesse público – o ingrediente vital da democracia – tem sido particularmente trivializado e corrompido. Fabricantes de opiniões e previsões, acantonados nos *talk-shows* televisivos ou nas colunas assinadas dos jornais e revistas, têm invadido o espaço da reportagem cuidadosa e da interpretação cautelosa, especialmente durante as campanhas políticas. O jornalismo da fama tem sido julgado pelo público como cínico, arrogante e distanciado dos desejos e aspirações do cidadão (HACHTEN, 2001, p. 32).

Mesmo que se trate de uma leitura situada num contexto diferente, as análises de Hachten contribuem, em muito, para entender o que se passa com o jornalismo brasileiro, muito influenciado pelo modelo norte-americano de jornalismo, como já fora demonstrado no livro *O Adiantado da Hora – A influência americana sobre o jornalismo brasileiro*, de Carlos Eduardo Lins da Silva..

Concorda com esta perspectiva o professor das universidades de Strasburgo e Nanterre, Claude-Jean Bertrand<sup>10</sup>, para quem, em quase todos os lugares, a privatização da mídia estatal e a desregulamentação da mídia comercial transformaram a antiga maquinaria da propaganda em fábricas de entretenimento. Esse processo acarretou, segundo defende, o declínio da notícia que precisa ser reinventada para garantir diversão barata em lugar de serviço público.

---

<sup>10</sup> Análise apresentada no livro: *A Deontologia das Mídias*, da editora da Universidade Sagrado Coração (EDUSC), BAURU, 1999.

Três são as crises do jornalismo, segundo análise de Dominique Wolton<sup>11</sup>: 1) Os problemas de ordem econômica: a lógica econômica é tão ameaçadora para a liberdade de imprensa quanto a repressão política; as leis do capitalismo, defende, que sempre foram onipresentes no setor de imprensa, têm hoje efeitos implacáveis, com o desenvolvimento do setor. 2) Os problemas de ordem técnica. O autor defende que as mudanças técnicas romperam a cadeia que, no passado, era relativamente contínua entre o fato e o acontecimento, a técnica e o jornalista, a informação e o público. As mudanças técnicas afetam estruturalmente o trabalho jornalístico. 3) E, por fim, os problemas de ordem política, em grande parte superados, mas sempre presentes na correlação de forças entre quem detém o poder de produção da informação e quem detém o poder político.

Arrisca-se a dizer, mesmo considerando as sucessivas crises econômicas como variável para explicar a queda no número de leitores e o descrédito, cada vez maior, da opinião pública em relação à instituição “jornalismo” em nosso país, que houve da parte dos jornais impressos um distanciamento dos interesses-chaves da sociedade e, portanto, uma separação do que é chamado de interesse público. Por muito tempo, no Brasil, o jornalismo acompanhou os interesses mais expressivos e legítimos da sociedade, dando espaço para as suas reivindicações.

#### 1.4 REAPROXIMAR O JORNALISMO DO INTERESSE PÚBLICO É POSSÍVEL?

Apesar da crise de natureza que acompanha o jornalismo desde a sua gênese, citada anteriormente, há nos campos teórico e prático, experiências que, exercitadas em conjunto, serão capazes de reaproximar o jornalismo com a sua vocação original. Kovach, Rosenstiel e Alberto Dines não apenas levantaram e contextualizaram a crise, mas também apontaram caminhos para a saída dos impasses com os quais o jornalismo está às voltas desde o fim do milênio que se foi, e de forma mais aguda no início deste. Para os autores norte-americanos bastaria aos produtores de notícia observar os nove preceitos típicos do jornalismo pragmático norte-americano:

- a) a primeira obrigação do jornalismo é com a verdade;

---

<sup>11</sup> Perspectiva apresentada na página 302 do livro *Pensar a Comunicação*, publicado pela editora da UNB, 2004, com tradução de Zélia Leal Adighirni.

- b) sua primeira lealdade é com os cidadãos;
- c) sua essência é a disciplina da verificação;
- d) seus praticantes devem manter independência daqueles a quem cobrem;
- e) o jornalismo deve ser um monitor independente do poder;
- f) o jornalismo deve abrir espaço para a crítica e o compromisso público;
- g) o jornalismo deve empenhar-se para apresentar o que é significativo e relevante;
- h) o jornalismo deve apresentar as notícias de forma compreensível e proporcional; e
- i) os jornalistas devem ser livres para trabalhar de acordo com a sua consciência.

Estes dois autores falam também, do papel dos cidadãos. O elemento final na equação, apontam, repousa sobre como os membros da comunidade se tornam parte do processo. Uma resposta freqüente dos jornalistas é que se a imprensa está falhando, se inclinando ao sensacionalismo ou ao chamado *infotainment*<sup>12</sup>, então essas falhas no fim são culpa da população. Os jornalistas, defendem, devem fazer com que o público participe do processo pelo qual são produzidas as notícias. Nesse sentido, os cidadãos passam, também, a ter algum tipo de responsabilidade no processo informativo.

O jornalismo, segundo Alberto Dines, desde o seu surgimento, resistiu, assim como o livro, a todos os embates da tecnologia e das mudanças sociais. O jornalismo, defende o jornalista brasileiro, subsistirá enquanto for capaz de manter as condições de personalização da informação; o ponto ótimo da periodicidade; a amplitude no tratamento de assuntos.

Este autor aposta na retomada da interpretação e investigação, duas características das quais o jornalismo contemporâneo se distanciou, segundo ele. O jornalismo investigativo, prognosticou Dines, tirará o jornal diário da posição quase secundária que assumiu ao colocar-se no caudal da TV, no período de sua análise, e da internet, atualmente.

---

<sup>12</sup> Mistura de informação com entretenimento em razão da nova configuração das empresas jornalísticas.

Mas, para isso, aponta, será preciso vencer as resistências oferecidas dentro dos próprios jornais. O gênero investigativo, segundo o autor, foi sendo abandonado, aos poucos, pela imprensa brasileira, justamente quando os grandes jornais preferiram a linha “empresarial”, que consiste basicamente em informar sem se comprometer. No período do autoritarismo de 1964, o jornalismo investigativo, no Brasil, sofreu um golpe e a imprensa passou, com algumas exceções, à era da “nota oficial”.

O jornalismo interpretativo é também um dos gêneros que, junto com o investigativo, deverá fazer parte inseparável do programa para um jornal contemporâneo. Da sua devida utilização, defende Dines (1986), poder-se-á voltar ao jornalismo de **campo**, em oposição ao jornalismo de **gabinete**, que, na última década, dominou as redações. Este jornalismo ativo representará fatalmente a revalorização do repórter.

#### 1.4.1 Controle social para a prática da responsabilidade

No campo do controle social, estão os chamados Meios de Assegurar a Responsabilidade Social da Mídia (MARS), também conhecidos como *wacth dog's* ou algo como “cães de guarda”. Formulado pelo doutor em estudos anglo-americanos, Claude-Jean Bertrand na década de 1990, o conceito refere-se a todo meio não estatal usado para tornar os meios de comunicação responsáveis perante o público. Este instrumento atuaria no campo deontológico, que se integra ao âmbito geral da qualidade, incluindo melhoria da coleta das informações, das competências profissionais, da qualidade da imagem e da cor, da paginação, da impressão e da distribuição.

Bons exemplos no Brasil, embora não concebidos conforme a formulação do professor francês, são o próprio trabalho de monitoramento diário que a ANDI faz dos jornais impressos brasileiros. Também são bons exemplos, o programa *Observatório de Imprensa*, veiculado em versão digital<sup>13</sup> e televisiva pela TV Cultura, e o projeto de extensão universitária *SOS Imprensa*, coordenado pelo professor Luiz Martins, na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília. Estas experiências brasileiras caminham no sentido de acompanhar o comportamento e

---

<sup>13</sup> Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br>>. Acesso em: 05 mar. 2005.

costrar correções de rotas e apontamento de soluções e, ainda, em casos de reparação de danos e erros, se for necessário, encaminhar para processos judiciais.

Os MARS, de acordo com Bertrand, são úteis por duas razões: primeiramente por causa da ameaça constante das forças mercantis sobre os meios de comunicação; e segundo é que são as novas tecnologias que mostram um reverso inquietante. Facilitam, por exemplo, a violação da vida privada, reportagens ao vivo sem verificação, sem filtragem ou reflexão, a disseminação de propaganda nazista e de pornografia na internet. A deontologia e os MARS responderiam a vários objetivos, segundo o autor:

“Os MARS representam o sinal de evolução; um lento movimento para uma participação dos produtores e dos consumidores no controle da mídia. Melhorar os serviços da mídia para os usuários; restaurar o brilho da mídia aos olhos do público; proteger de modo diverso a liberdade de palavra e de imprensa; obter, para a profissão, uma autonomia que lhe permita representar seu papel na expansão da democracia, logo na melhoria do destino da humanidade” (BERTRAND, 1999, p. 188).

A maioria dos profissionais de imprensa, obviamente, refuta esta idéia com o pretexto de que ela pode significar uma ameaça à liberdade de imprensa, aos direitos do homem e à democracia. Há, por outro lado, iniciativas de criação de conselhos de leitores, por parte dos próprios jornais, que apontam para um maior compromisso com os interesses do leitor. Dois exemplos bem-sucedidos, dos quais já existem registros, são do jornal *Diário da Manhã* (Goiânia-GO) e do jornal *Correio Braziliense* (Brasília-DF).

No Brasil, a tentativa de implementar o Conselho Nacional de Jornalistas, uma forma de controle social exercida, sobretudo, por membros da sociedade, mas também, da própria categoria, é um bom exemplo de como as iniciativas de controle social ainda encontram grande resistência por parte dos próprios jornalistas, inclusive de grandes nomes do jornalismo e dos proprietários da mídia.

#### **1.42 O envolvimento do jornal em campanhas públicas**

O conceito de jornalismo público ou jornalismo cívico surgiu nos Estados Unidos, em 1990, criado por David Merrit, editor-chefe do *Wichita Eagle*, da cidade

de Wichita (Kansas). Entre outros fatores que contribuíram para o seu surgimento, estava o declínio da leitura dos jornais, mas, os seus objetivos principais não estavam relacionados a problemas econômicos, e sim, sociais e comunitários, dentre os quais, a necessidade de motivar os norte-americanos para o voto, que para eles é facultativo.

Merrit e outros pioneiros dessa iniciativa acreditavam que os leitores estavam desencantados com a imprensa pela forma com que às vezes passava ao largo de suas aflições. Daí, a queda nos índices de vendagem. Deve ser por isso que um dos comentaristas acerca dos princípios éticos do *civic journalism*, Robert M. Steele, assim os sintetiza: “A tarefa dos jornais é confortar os aflitos e afligir os que estão acomodados”.

Enquanto movimento, o *jornalismo público* ganhou força quando foi encampado, em 1994, pelo *Pew Charitable Trust*, uma fundação da Filadélfia, criada em 1948 pelos herdeiros de Joseph Newton Pew, proprietário da *Sun Oil Company*, interessados em financiar atividades consoantes com os valores do pai (democracia e comunitarismo). Até 1999 a discreta entidade já havia passado cerca de 12 milhões de dólares em prol do *civic journalism*.

Como gênero, afirma o professor Luiz Martins, o jornalismo público ainda não adquiriu *status* de outras especializações. Identificado em suas origens, ora como *civic journalism*, ora como *public journalism*, o jornalismo público ainda não encontrou no Brasil nenhuma tradução definitiva e nem uma compreensão do que ele representa enquanto função, área de cobertura e campo profissional. Por outro lado, há indicadores de algumas práticas da chamada “grande imprensa” brasileira a demonstrar que começam a assentar as bases, dentro da sociedade, do que poderia vir a se chamar de jornalismo público. Se confirmado, esta pode ser uma perspectiva capaz de reaproximar o jornalismo da sua vocação original, que é estar mais próximo e servir ao interesse público.

Emund B. Lambeth, citado por Trejeiro<sup>14</sup>, assinala como traços fundamentais do *Public Journalism* os seguintes:

---

<sup>14</sup> Carlos Álvares Trejeiro, Licenciado em Ciências da Informação e Doutor em Comunicação Pública pela Universidade de Navarra (Espanha), é autor do livro *Fundamentos Teóricos Del Periodismo Público*. Universidad Austral, Buenos Aires, 1999, título também de seminário por ele ministrado, cuja apostila se encontra no site [www.politicayactualidad.com](http://www.politicayactualidad.com), de onde foi retirada a mencionada citação.

“1. Escuchar sistemáticamente las historias e ideas de los ciudadanos manteniendo, al mismo tiempo, la libertad para elegir a cuáles de esas historias prestar atención. 2. Examinar maneras alternativas de enmarcar las historias a partir de los temas que resultan importantes para la comunidad. 3. Escoger aquellos enfoques, en la presentación de los temas, que ofrezcan la mejor oportunidad para estimular la deliberación y la comprensión de los temas por parte del público. 4. Tomar la iniciativa a la hora de informar acerca de los problemas públicos sobresalientes en un modo que aumente el conocimiento del público acerca de las posibles soluciones y acerca de los valores comprometidos en los cursos de acción alternativos. 5. Prestar atención continua y sistemática a si la relación comunicativa con el público es creíble y de buena calidad” (TREJEIRO, 1999).

Também neste campo, é possível registrar experiências em jornais brasileiros. Um exemplo mais próximo é o do Correio Braziliense que desenvolve a campanha: *Paz no Trânsito*, em suas reportagens, páginas e editoriais, com o objetivo tanto de prevenir, cobrar das autoridades as responsabilidades, como também de educar a população local sobre os cuidados e os riscos do trânsito.

#### **1.4.3 Mudança nos valores-notícia**

No artigo *Jornalismo Público: o social como valor notícia*<sup>15</sup>, o professor Luiz Martins da Silva<sup>16</sup> propõe uma mudança dos valores-notícia tradicionais para um novo paradigma. Isso representaria para os jornais e jornalistas uma nova postura na eleição das notícias dignas de ocupar as páginas dos seus jornais. Nem toda ação social ou estatal com vistas ao desenvolvimento social ou humano logra ser noticiada, segundo a análise do professor.

O “excesso”, a “falha” e a “inversão”, portanto, tudo que foge ao desenrolar normal dos acontecimentos, são em síntese, segundo Adriano Duarte Rodrigues

---

<sup>15</sup> Artigo apresentado ao GT Estudos de Jornalismo da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compôs), em seu XI Encontro Nacional, realizado na Universidade do Rio de Janeiro-RJ, de 30 de maio a 2 de junho de 2002.

<sup>16</sup> Professor da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília.

(1993, p. 27), os critérios predominantes na seleção dos fatos que vão se tornar notícias.

Uma grande contribuição para ilustrar essa análise vem de um livro publicado recentemente sobre o título *As notícias mais malucas da planeta* (BENDER, 2004). Nesta obra, o autor fez uma coletânea de notícias publicadas em jornais do mundo todo, que se enquadram perfeitamente dentro da perspectiva apontada pelo professor Adriano Duarte. Sobre este assunto pode ser tomado como exemplo o texto abaixo, extraído da CNN, de abril de 2002:

*“Governo britânico propõe declaração de direitos para bichinhos de estimação*

Menos de dois anos após os direitos humanos europeus serem incorporados à legislação britânica da Grã-Bretanha, representantes do governo estão preparando um projeto que garantiria aos bichinhos de estimação uma mínima qualidade de vida. O jornal Sunday Times afirmou que Ellito Morley, uma autoridade do Ministério do Meio Ambiente, apresentará terça-feira as linhas gerais de propostas para atualizar a legislação relativa ao bem-estar dos animais, que data de 1911”. (...) (apud BENDER, 2004, p. 152).

A mudança de um valor-notícia sem apelo social para o valor-notícia emergente, constituiria propriamente, para Luiz Martins, na seleção de notícias e informações constitutivas das práxis sociais. Dessa forma, as ações sociais com vistas ao desenvolvimento social, econômico, político, cultural e, em síntese, humano, não poderiam prescindir do agendamento e do noticiamento, mas, sobretudo, do fornecimento ao público de instruções, roteiros e procedimentos acerca da responsabilidade social de todos na consecução dos meios para resolução dos problemas representados pelos fatos e suas conseqüências. Essa mudança de perspectiva é apontada pelo autor da seguinte forma:

“No momento em que a noção de responsabilidade social ganha notória ressonância no Brasil, o jornalismo e os jornalistas seriam, respectivamente, campo e agentes vocacionados para um papel, agora, revolucionário, em contraposição ao velho paradigma de jornalismo que tão-somente fatura em cima dos dramas do ser humano e da humanidade” (Ibidem, MARTINS, 2002).

Em tese, para aumentar a capacidade de cobertura dos jornais brasileiros não bastaria apenas uma mudança nos valores notícia, mas também um redimensionamento e ampliação da capacidade de noticiar fatos. No Brasil, a única

rede que é capaz de cobrir quase todo o país é a Rede Globo. Há poucos casos de grupos com tanto poder. Um jornal local, por suposto, tem maiores condições de se vincular aos assuntos locais, e, dentre eles, certamente precisará selecionar alguns poucos, orientados por seus valores-notícia, para publicar em suas páginas. Os jornais são, por natureza, limitados com referência às equipes de trabalho, espaço e tempo.

#### **1.4.4 Educação dos jornalistas e dos leitores/consumidores**

Uma alternativa que pode reaproximar o jornalismo de sua vocação original precisa partir de fora das redações e das empresas jornalísticas. Trata-se do aspecto da educação dos jornalistas e do jornalismo para abordagem mais correta de determinados assuntos, sobretudo aqueles a respeito dos quais eles têm pouca familiaridade. Quando se trata de educação dos jornalistas e do jornalismo não se está ditando regras para os profissionais, empresas e organizações que, por sinal, se ocupam de atividades complexas e tecnologicamente avançadas, mas sim, se referindo ao quanto a sociedade civil pode contribuir para que a mídia desempenhe melhor o seu papel de agência promotora da cidadania.

Hoje, numerosas organizações e serviços se destacam por fornecer, cada uma em sua especialidade, subsídios para que a mídia apresente à sociedade conteúdos mais corretos, culturais e promotores do desenvolvimento humano. O que é visto, principalmente na experiência brasileira, é a formação de parcerias, informais ou contratuais, entre as mais variadas organizações não-governamentais e as empresas de comunicação de massa, para a veiculação de campanhas públicas e conteúdos relacionados à adoção de condutas cooperativas.

Também é significativo, atualmente, o número de organizações que se especializam em oferecer permanentemente à mídia suportes para o seu trabalho, assessoramentos esses que, por vezes, incluem até a preparação dos profissionais de imprensa, mediante pesquisas, literatura especializada, oficinas de treinamento, construção de guias de fontes, bem como diversas formas de estímulo a realizações exemplares, entre elas, a premiação de reportagens que mais focalizam as soluções que a sociedade encontra para seus problemas do que os dramas sociais em si.

Essa perspectiva de trabalho parte do princípio de que os jornalistas, em razão de limitações de diversas naturezas, não estão informados e sabem de tudo, apesar disso parecer uma contradição, mas que, por outro lado, precisam ser capacitados para evitar menos erros na construção de suas notícias. Esta questão será tratada mais detalhadamente nos capítulos seguintes, uma vez que o objeto de estudo é o trabalho realizado por entidades da sociedade civil para agendar, no jornalismo impresso brasileiro, temas que considera de interesse público.

Todo o trabalho e esforço dos jornalistas e dos empreendimentos jornalísticos só se realizam no processo de recepção das mensagens e códigos produzidos no público destinatário. Portanto, é necessário, também, um investimento maior na capacidade de leitura crítica destes leitores e consumidores das mídias e do jornalismo impresso. A capacidade crítica, em muitos casos, é responsável por fazer com que leitores, por exemplo, deixem de assinar uma revista que percebem estar ideologicamente comprometida com os interesses de grupos sociais, sejam eles econômicos ou políticos/ideológicos.

## **2 A FONTE NA TEORIA DA NOTÍCIA E NO CAMPO SOCIOLOGICO**

## 2.1 TODO PODER AOS EMISSORES

Não raro, os estudos no campo da comunicação situam-se no pólo do emissor procurando entender como a mensagem é construída/processada e qual a sua influência, e, por conseguinte, o grupo que a produziu e emitiu, exerce sobre os receptores. Esse campo, conhecido como Teoria Empírica, hegemônico por muito tempo nos estudos de comunicação, foi classificado de Sociologia dos Emissores. Neste paradigma interessa verificar qual a influência os meios de comunicação exercem sobre as pessoas e as grandes audiências.

Este paradigma marca os primeiros estudos de comunicação, bem como as tentativas de entender os meios de comunicação de massa e os seus efeitos sobre os indivíduos, com a visão de que estes meios são meras correias transmissoras de informações. Vêm dele, por exemplo, os estudos sobre as influências dos meios de comunicação na opinião pública, efeitos limitados, teoria das balas mágicas e da agulha hipodérmica, os efeitos da comunicação de massa e usos e gratificações. Todas partindo da idéia da “mídia poderosa e onipotente”.

Uma importante crítica a esta perspectiva teórica veio de Charles Wright Mills, para quem nem tudo e nem todos os temas podem ser testados e operacionalizados empírica e metodologicamente. Ele atacou o empirismo abstrato e o seu comprometimento em razão da forma como as pesquisas eram financiadas, sobretudo quanto ao seu atrelamento a grandes esquemas de financiamento de caráter administrativo, com interesses eminentemente de mercado. Ou seja, havia, segundo este autor, num primeiro momento, a intenção clara de entender/pesquisar para ser mais eficiente e eficaz em influenciar pessoas nas escolhas, não só de candidatos, mas também, de programas e produtos.

A onipotência dos meios como construtores de sentidos começou a ser relativizada na década de 70 com uma redefinição no próprio paradigma, introduzida pela Sociologia Interpretativa. A idéia é de que os meios de comunicação social não são os únicos agentes modeladores e transformadores do conhecimento social e referência simbólica da sociedade. Foi isso que abriu espaço, por exemplo, para os estudos culturais e os estudos de recepção, mudando o eixo de reflexões do “emissor” para o “receptor”. Mas, ainda assim, por muito tempo as críticas e revisões do paradigma dominante vieram no sentido de entender os “efeitos” e influências sofridas pelo público, respondendo as perguntas: se são de curto ou de longo

prazo? Como se consolidavam na cabeça dos destinatários? Clóvis de Barros Filho (1995, p. 182) exemplifica bem esta transição, ao afirmar que “a abordagem dita ‘fenomênica’ que condiciona e relativiza os efeitos sociais da mídia, põe um termo nas especulações sobre a onipotência dos meios de comunicação na imposição de representações e comportamentos”.

No campo específico do estudo do jornalismo e a teoria das notícias, também não foi diferente. Situados no campo da comunicação, por muito tempo os estudos deram maior destaque à perspectiva dominante: entender a produção das notícias partindo do pólo emissor. Não por acaso, uma das primeiras teorias que surgiu sobre o jornalismo foi a do *gatekeeper*<sup>17</sup>, elaborada por David Manning White na década de 1950. Esta teoria procurou entender a construção da notícia a partir da perspectiva do paradigma da mídia poderosa. Segundo seus postulados, existem nas redações, portanto no pólo emissor, portões que são as áreas de decisões que vão determinar se uma notícia será publicada ou não. A teoria do *gatekeeper* analisa as notícias apenas a partir de quem a produz: o jornalista. Nelson Traquina classifica esta perspectiva da seguinte forma:

“É uma teoria que privilegia apenas uma abordagem micro-sociológica, ao nível do indivíduo, ignorando por completo quaisquer fatores macro-sociológicos, ou mesmo, micro-sociológicos como a organização jornalística. (...) A teoria do *gatekeeper* avança igualmente uma concepção bem limitada do trabalho jornalístico, sendo uma teoria que se baseia no conceito de “seleção”, minimizando outras dimensões importantes do processo de produção das notícias, uma visão limitada do processo de produção das notícias” (apud, TRAQUINA, p. 151).

Uma vasta literatura se desenvolveu ligada ao campo que ficou conhecido como *newsmaking*. Também, esta perspectiva preocupa-se em compreender como se dá o processo de produção da notícia, com ênfase para o poder exercido pelos jornalistas, pela redação e pelos proprietários dos jornais. As teorias *construcionista* e *organizacional* são bons exemplos disto. Segundo Nelson Traquina (1993, p. 136), ambas concordam que as notícias são o resultado de processos de interação social e de uma série de negociações. Ambas também introduzem um novo paradigma na pesquisa sobre o jornalismo: a noção de que a notícia é resultado de um processo de construção social.

---

<sup>17</sup> Segundo a teoria, o fluxo de informações precisa passar por diversos *Gates*, ou seja portões controlados pela decisão pessoal do jornalista responsável pela seleção.

No entanto, os estudos recaem, principalmente na análise do ambiente imediato – a redação dos jornais –, a partir da qual são construídas as notícias; disso depreende a necessidade de entender a cultura profissional, as práticas diárias e rotinas produtivas, a tirania do fator tempo na produção das notícias, as ideologias de quem produz as notícias, e assim sucessivamente.

A fonte ocupa um papel secundário no processo de construção da notícia nas análises realizadas a partir da perspectiva do *newsmaking*. Aqui, importa conhecer quais são os valores-notícia, como é a cultura profissional, como o fator tempo influencia e a rotina de produção da informação compartilhada pelos jornalistas.

Por outro lado, os estudos mais recentes reafirmam o poder do jornalismo, mas identificam que ainda está aberta a incompleta compreensão da complexa dinâmica existente entre as fontes e os jornalistas, e, por conseguinte, da teia emaranhada que envolve a relação de forças e a interação, crucial entre os agentes especializados em torno do bem conhecido como a informação. A exceção fica por conta de alguns estudos, vinculados à perspectiva construcionista, que sublinham a importância da identidade das fontes de informação, mas refletem sobre as consequências sociais que resultam de processos e procedimentos utilizados pelos jornalistas.

### **2.1.1 A descoberta das fontes**

As teorias estruturalista e interacionista, que se consolidaram a partir da década de 1960, além de reforçarem o paradigma das notícias como construção social, contribuíram para a compreensão do papel das fontes no processo de construção das notícias. Ambas as teorias admitem que as notícias resultam de processos complexos de interação entre agentes sociais: os jornalistas e as fontes de informação; os jornalistas e a sociedade; os membros da comunidade profissional, dentro e fora de sua organização. Nelson Traquina esclarece melhor:

“Enquanto a teoria *organizacional* ignora os processos de interação social que ocorrem para além da empresa, ambas as teorias não só sublinham a importância da identidade das fontes de informação, mas refletem sobre as consequências sociais que resultam dos processos e procedimentos utilizados pelos jornalistas” (TRAQUINA, 2004, p. 175).

A teoria *estruturalista* trouxe para o campo teórico uma contribuição importante para entender quem são as fontes e o papel que desempenham na construção da notícia. Para esta corrente, as notícias como parte da produção da indústria cultural contribuem para a hegemonia ideológica, numa clara referência ao conceito de hegemonia de Antônio Gramsci.

Hall et al. (1993) introduziram a idéia dos definidores primários (*primary definers*) e secundários (*secondary definers*) no processo de produção da notícia. As mídias, segundo estes autores, não criam autonomamente as notícias; ou melhor, estão dependentes de assuntos específicos fornecidos por fontes institucionais regulares e credíveis. Da parte dos jornalistas significa o recurso constante a representantes dignos de crédito de instituições sociais importantes. Os autores defendem ainda que “tais representantes são ‘dignos de crédito’ devido ao seu poder e posição institucionais, mas também ao seu estatuto de ‘representante’: ou representam as pessoas ou grupos de interesse organizados. Uma última fonte acreditada é o perito” (HALL et al., 1993, p. 229).

As pressões práticas do trabalho constante contra o relógio e as exigências profissionais combinadas, segundo estes autores, produzem um exagerado acesso sistematicamente estruturado à mídia por parte dos que detêm posições institucionalizadas privilegiadas. O resultado desta preferência estruturada dada pela mídia às posições dos poderosos é que estes “porta-vozes” se transformam no que se classifica como definidores primários de tópicos. O que relativiza, sobremaneira, o papel dos jornalistas na construção da notícia, como os próprios autores explicam:

“O importante da relação estrutural entre os media e os definidores primários institucionais é que permite aos definidores institucionais estabelecer a definição ou interpretação primária do tópico em questão. Então esta interpretação ‘comanda a ação’ em todo o tratamento subsequente e impõe os termos de referência que nortearão todas as futuras coberturas ou debates” (HALL et al., 1993, p. 230).

Os autores argumentam que a mídia não é freqüentemente a *primary definers* de acontecimentos noticiosos, mas a sua relação estrutural com o poder tem o efeito de os fazer não um papel crucial mas secundário, ao reproduzir as definições daqueles que têm acesso privilegiado, consideradas como “fonte acreditada”. Nesta perspectiva, no momento da produção jornalística, a mídia coloca-se numa posição de subordinação estruturada aos *primary definers*.

Na análise sobre o processo de produção da notícia e a relação entre fonte e jornalistas, é necessário levar em conta a reflexão sobre a natureza dos acontecimentos. O conceito de “acontecimento”, tal qual foi formulado por Adriano Duarte Rodrigues (1993, p. 27) aponta para que “tudo aquilo que irrompe na superfície lisa da história entre uma multiplicidade aleatória de fatos virtuais. (...) Se situa, portanto, na escala de probabilidades de ocorrência, sendo tanto mais imprevisível quanto menos provável for a sua realização”.

Muitas vezes a informação veiculada pelas fontes não possui o caráter aleatório e nem imprevisível, mas, ao contrário, apresenta uma perspectiva eminentemente estratégica no sentido de conquistar adeptos para suas causas e bandeiras, as quais são estruturadas a partir de características e valores previamente planejados com vistas ao alcance de determinadas metas.

Rodrigues afirma ainda que “o acontecimento jornalístico irrompe sem nexo aparente nem causa conhecida e é, por isso, notável, digno de ser registrado na memória. Pertence ao mundo do acidente que deixa vestígios e altera a substância do mundo das coisas, das pessoas, das instituições” (apud TRAQUINA, 1993, p. 29). Três características, segundo o autor, possuem os acontecimentos que atingem a agenda da mídia noticiosa e são dignas de serem registradas na memória: o excesso, a falha e a inversão.

A informação produzida pelas fontes se situa dentro do que os autores Harvey Molotch e Marilyn Lester, citados por Traquina (1993, p. 34) classificam como “acontecimentos de rotina” ou *happenings* que se baseiam em “realizações intencionais” dos promotores. Ou seja, o acontecimento forma-se através de uma atividade humana intencional. Para estes autores, os acontecimentos podem ser classificados em intencionais e involuntários, nesta última categoria se inserem os acidentes e escândalos imprevisíveis.

Segundo Molotch e Lester (apud TRAQUINA, 1993), aqueles que não têm acesso regular ao campo jornalístico precisam “fazer notícia”, entrando em conflito, de qualquer modo, com o sistema de produção jornalística, gerando a surpresa, o choque ou uma qualquer forma latente de agitação.

Contudo, argumentam os autores, enquanto o acesso do presidente dos EUA aos meios de comunicação social continua para além do tempo e do assunto, o

ingresso de outros grupos, como por exemplo, porta-vozes para os direitos humanos, terão altos e baixos de acordo com os fatores tempo e lugar (TRAQUINA, 1993, p. 44). Tudo isto atesta o fato de que todos os acontecimentos são socialmente construídos e a sua “noticiabilidade” não está contida apenas nos seus traços objetivos.

“A maioria das notícias são ‘acontecimentos’ de rotinas que os detentores dos poderes políticos e burocráticos promovem: as necessidades de acontecimentos de promotores de notícias (fontes políticas ou burocráticas) e dos jornalistas são complementares” (Apud TRAQUINAS, 1993, p. 109).

Uma parte significativa das notícias produzidas tem como base fontes que são profissionais no “negócio” de lidar com o campo jornalístico, o que supõe o reconhecimento de que o *timing* cuidadoso da informação divulgada pode influenciar não só a cobertura, mas também, o conteúdo da notícia.

Para Hebert Gans, citado por Pedro Jorge de Sousa (2000), as organizações noticiosas tendem para a passividade, enquanto as fontes interessadas para a atividade. Este fato tornaria, segundo o autor, mais permeável às fontes mais ativas, designadamente àquelas capazes de corresponderem rapidamente às suas necessidades informativas. Para este autor, aliado à teoria construcionista da notícia, há uma negociação constante entre fontes e jornalistas, mas reconhece que existe predominância de determinadas fontes sobre outras, em razão do poder que possuem, de sua credibilidade e proximidade.

Os estudos do português Manuel Carlos Chaparro, professor da Escola de Comunicações e Arte (ECA) da Universidade de São Paulo, apontam para um aprendizado feito pelas instituições que as tiraram da condição passiva para uma relação pró-ativa na produção de informações e na relação com os profissionais da mídia:

“Fontes e meios praticam uma cooperação de recíproca conveniência (...). O problema é que o jornalismo freqüentemente se reduz a algumas técnicas usadas como ferramentas de propaganda. Para o sucesso de suas ações, as instituições produtoras de acontecimentos apropriaram-se das habilidades narrativas e argumentativas do jornalismo, e assimilaram a cultura da produção jornalística, para a divulgação de eventos e a difusão de seus discursos” (CHAPARRO, 1994, p. 73).

Chaparro (1994) afirma ainda que “as pautas jornalísticas sofrem, portanto, interferência crescente dos produtores competentes de acontecimentos, em cujas aptidões se inclui, hoje, o domínio das habilidades jornalísticas”.

Molotch e Lester (apud TRAQUINA, 1993) apontam a existência de interesses na promoção de certas ocorrências para utilidade pública. Em contrapartida, também existem interesses contrários à promoção de certas ocorrências, evitando que elas se tornem acontecimentos públicos. Por “promoção”, estes autores entendem a ação de um ator, que ao presenciar uma ocorrência ajuda a torná-la pública para um grande número de pessoas. Em alguns casos, como afirmam, a promoção pode ser direta, grosseira e óbvia – como no trabalho de relações públicas; noutros, o trabalho de promoção não é tanto para proveito próprio, como acontece quando um cidadão tentar denunciar um mal para a saúde.

Para os autores, geralmente o trabalho de promoção gira em torno da nossa própria atividade, que como toda a atividade social é realizada tendo em mente os seus potenciais usos prospectivos e retrospectivos. Assim, a conferência de imprensa é realizada em função do impacto público que se espera ter; uma manifestação de protesto é, da mesma maneira, direcionada para a seleção como um acontecimento (apud TRAQUINA, 1993, p. 39).

As fontes, nesta perspectiva de análise, são consideradas como promotores, geralmente, de ocorrências pelas quais elas próprias são responsáveis. Elas também têm acesso (dentro de certos limites) a promover atividades de outros – incluindo indivíduos cujos propósitos são opostos aos seus. Os autores afirmam que “a riqueza e a ironia da vida política é feita de uma desenfreada competição especializada entre pessoas que têm acesso aos media, e como tal tentam mobilizar ocorrências como recursos para o seu trabalho de construção da experiência” (apud TRAQUINA, 1993, p. 40).

No capítulo *Impor Sobre o Que Falar, A Hipótese da Agenda Setting*, a autora Noelle Neumann (1991) reconhece que a fonte é um agente importante que incide sobre os meios de difusão. Para ela, não há dúvida de que a fonte da informação sempre exerceu importante papel no sistema informativo, na seleção temática e na produção de mensagens. Em parte, os efeitos atribuídos à mídia são tributários do papel desempenhado pelas fontes. Neumann defende que as fontes têm papel decisivo na

canalização das notícias. Operam, na verdade, uma pré-canalização informativa, não só temática, mas de enfoque dos temas.

## **21.2 O retorno da idéia da mídia poderosa**

Em seu balanço sobre a teoria do Agendamento, Nelson Traquina (2000, p. 26) aponta duas variáveis, entre outras, que parecem ser determinantes na constituição da agenda jornalística: a) toda a atuação dos membros da tribo jornalística e, em particular, os critérios de noticiabilidade – notoriedade, o conflito, a proximidade geográfica – que utilizam na seleção das ocorrências; e b) a ação estratégica dos promotores de notícias e os recursos que possuem e que são capazes de mobilizar para obterem acesso ao campo jornalístico. Para este autor, há uma concorrência hábil entre promotores na mobilização de ocorrências como uma dimensão fulcral da luta simbólica para definir a Agenda Pública (TRAQUINA, 2000, p. 21).

Teorias mais recentes, como a do Agendamento e a do Enquadramento, não incorporaram a participação das fontes na dinâmica que resulta na notícia/informação, produto final do jornalismo, e apontam uma preponderância dos jornalistas na construção social da notícia e, portanto, na determinação dos assuntos que vão ocupar a Agenda Pública ou como muitos preferem, a esfera pública. Há nestas teorias um retorno à idéia da mídia poderosa, paradigma que foi hegemônico durante muito tempo nos estudos de comunicação.

Embora alguns autores descrevam o processo de agendamento como interativo, outros concluíram que a agenda jornalística ficou “imune” às mudanças da agenda pública. Nestes estudos revisionistas, a clássica síntese de agendamento proposta por Bernard Cohen (1963), segundo a qual “os media poderão não nos dizer o que pensar, mas são altamente eficazes em dizer-nos sobre o que pensar”, foi reestruturada. Investigações novas que exploraram as conseqüências do agendamento e do enquadramento, feitos pelos meios de comunicação, sugerem que eles não só dizem sobre o que é que se deve pensar, como também dizem como pensar sobre isso.

Estes estudos afirmam que tanto a seleção das ocorrências e/ou das questões que constituirão a agenda, como a seleção dos enquadramentos para interpretar essas ocorrências e/ou questões, são poderes importantes que a teoria do

agendamento e enquadramento agora identifica depois de mais de vinte anos de existência. A inversão do paradigma está na redescoberta do poder do jornalismo e no retorno da perspectiva da mídia poderosa e onipotente, muito presente nas primeiras análises e estudos no campo da comunicação.

Contudo, é preciso colocar em xeque o “poder do jornalismo”, retomando as questões colocadas por Maxwell E. McCombs e Donald Shaw e citadas por Traquina (2000, p. 23): “são os próprios media a estabelecer a agenda ou estes apenas refletem uma agenda estabelecida pelas suas fontes de informação?”.

A Teoria do *Agenda Setting*, ou do agendamento, insere-se no conjunto de teorias que colocaram em xeque o paradigma funcionalista com a introdução da idéia de que a mídia tem efeitos cognitivos de longo prazo e, portanto, tem poderes cumulativos. No campo da psicologia, isto representou o abandono da perspectiva behaviorista de estímulo/resposta para as teorias da cognição e preocupação por procurar entender como se dão, nos indivíduos, os processos mentais, a percepção e o processamento da informação.

A ênfase desta fase recai mais sobre a idéia do meio ambiente do que nas atitudes e comportamentos. Desta fase, são significativos os estudos de Noelle Neumann (1991), pois ela retoma a idéia de que a mídia é poderosa e exerce forte influência sobre os indivíduos.

O conceito de agendamento foi exposto, pela primeira vez, em 1972. O estudo abordou a questão da influência da mídia no eleitorado americano a partir de pesquisa de campo realizada durante as eleições presidenciais norte-americanas de 1968.

A pesquisa, que teve como base uma amostra de 100 eleitores indecisos, buscou respostas às seguintes perguntas: O que é que mais o preocupa no momento? Isto é, independente do que dizem os políticos? Quais são os principais problemas onde o governo deveria atuar? A hipótese básica era a de que havia uma relação causal entre a agenda midiática e a agenda pública. Naquele momento, os autores concluíram que a mídia exerce um importante papel na figuração da realidade social, isto é, de um pseudo-ambiente fabricado e montado completamente a partir da mídia.

Uma das premissas básicas de Maxwell E. McCombs e Donald L. Shaw é a de que “os media podem estabelecer a ‘Agenda’ e determinar quais são as questões

mais importantes” (apud TRAQUINA, 2000). Esse agendamento, segundo os estudos iniciais, ocorre pela seleção de objetos para atrair a atenção e a seleção de enquadramentos para pensar sobre estes objetos.

É importante destacar, como os próprios autores o fizeram, que todos os estudos de agendamento operacionalizaram o conceito de agenda midiática com a utilização de dados baseados em análises de conteúdo dos *outputs* do campo jornalístico. Mas, jamais o movimento contrário, procurando destacar os *inputs* vindos de fora das redações da qual esta mesma mídia é o alvo diariamente. Assim, a agenda mediática dos estudos de agendamento é, de fato, a agenda dos meios noticiosos, ou seja, a do campo jornalístico.

A pesquisa sobre a Teoria da *Agenda Setting* se desdobrou após 25 anos em quatro fases, expandindo-se do seu domínio teórico original à busca de uma inter-relação entre a agenda da mídia e a agenda do público. Já nos anos 80, os autores apontaram uma quarta fase na pesquisa sobre agendamento, cujo enfoque era o trabalho centrado nas fontes da agenda da mídia. É nesta perspectiva que se insere este trabalho de pesquisa.

### **2.1.3 Enquadramento como prolongamento da *Agenda Setting***

Em artigo sobre a evolução da pesquisa sobre agendamento, McCombs e Shaw, citados por Traquina (2000) apresentam os estudos sobre o conceito de enquadramento como parte dos novos percursos na pesquisa sobre a *Agenda Setting*. Para eles, tanto a seleção dos objetos para atrair a atenção como a seleção de enquadramentos para pensar sobre esses objetos são tarefas poderosas do agendamento: “O agendamento é mais do que a clássica asserção de que as notícias nos dizem sobre o que é que devemos pensar. As notícias dizem-nos também como devemos pensar sobre o que pensamos”.

O conceito de enquadramento (*framing*) foi introduzido por Todd Gitlin, em 1980, na investigação sobre comunicação de massas, ao analisar como a cadeia de televisão norte-americana CBS trivializou um importante movimento estudantil durante os anos 60. A pesquisa apontou que a cobertura jornalística pode selecionar entre um conjunto de estratégias de enquadramento as que bem entender, mesmo quando os múltiplos atributos de um assunto são incluídos na agenda jornalística (TRAQUINA, 2000, p. 131).

No artigo *Enquadramentos da Mídia e Política*, Mauro P. Porto (2002) afirma que além de constituir um paradigma alternativo à abordagem da objetividade, o conceito de enquadramento tem contribuído também, para dinamizar as perspectivas teóricas existentes, particularmente as pesquisas sobre a função do agendamento da mídia ou *Agenda Setting*. Entretanto, o autor reconhece que não há uma definição consensual sobre enquadramento. Interessa para o estudo a comparação com a Teoria do Agendamento e a aplicação deste conceito ao campo da comunicação, introduzido pela socióloga Gaye Tuchman. A autora argumenta que as notícias impõem um enquadramento que define e constrói a realidade.

Já em 1922, Walter Lippmann argumentou no capítulo *The World Outside and The Pictures in Our Heads*, do livro *Public Opinion*, que os meios de comunicação eram os principais elos de ligação entre os acontecimentos do mundo e as imagens desses acontecimentos. Ele defendia a tese de que para atravessar o mundo, o homem precisa de mapas e que a mídia funciona para definir este mapa, cuja finalidade é simplificar a realidade de um mundo que é complexo.

Lippmann argumentou ainda que o homem forma a sua visão de mundo de forma indireta, ou seja, é dependente. Daí a necessidade de se orientar por mapas, que são representações da realidade. Em outras palavras, o autor já considerava que ao desenhar os mapas, a mídia exerce a função de enquadramento do olhar do homem e da sua percepção do mundo.

Tanto a teoria da *Agenda Setting* ou agendamento, e do Enquadramento partem da perspectiva da mídia poderosa e desconsideram o movimento inverso, vindo de fora das redações na construção da notícia. A fonte, mais uma vez, não é considerada nas análises do campo da comunicação. Aqui interessa destacar o poder que a mídia, em geral, e os jornais, em particular, exercem sobre os campos políticos e econômicos e sobre os cidadãos.

Só recentemente foi que essa perspectiva começou a ser relativizada com as análises de Jorge Pedro de Sousa (2000). O professor da Universidade Fernando Pessoa (Portugal) fala dos constrangimentos sócio-organizacionais que condicionam o sistema jornalístico e a própria cultura profissional, análise que abre caminho para pensar as notícias como um produto construído a partir de diferentes influências e condicionamentos. Em sua análise, ele aponta seis condicionamentos aos quais o jornalismo está sujeito, muitos deles se situam no campo das fontes. São eles:

“a) Ação pessoal – as notícias resultam parcialmente das pessoas e das suas intenções, da capacidade pessoal dos seus autores e dos atores que nela e sobre ela intervêm; b) Ação social – as notícias são fruto das dinâmicas e dos constrangimentos do sistema social extra-organizacional e do meio organizacional em que foram construídas; c) Ação ideológica – as notícias são originadas por forças de interesse que dão coesão aos grupos, seja esse interesse consciente e assumido ou não; d) Ação cultural – as notícias são um produto do sistema cultural no qual são produzidas; e) Ação do meio físico e tecnológico – as notícias dependem dos dispositivos tecnológicos disponíveis para o processo de sua fabricação; f) Ações históricas – as notícias são um produto da história, durante a qual interagiram as restantes cinco forças que informam as notícias que temos” (SOUSA, 2000, p. 18).

As fontes a partir da análise de Jorge Pedro de Sousa atuam em, pelo menos, quatro destes seis campos, com ênfase na ação pessoal, uma vez que constitui os constrangimentos sociais, com um poderoso teor ideológico, influência cultural e histórica. Nesta análise, portanto, elas deixam de ter um papel apenas passivo e adquirem relevância na construção da notícia e da informação jornalística.

De acordo com Jorge Pedro de Sousa (2000, p. 49-50) a negociação entre fontes e jornalistas, por exemplo, é situada pelo autor no campo da ação social, uma vez que traduz as interações em sociedade que transcendem uma única pessoa, embora não se exclua a vontade de uma pessoa poderosa que possa sobrepor-se e não compatibilizar-se com a do jornalista. O autor reconhece, contudo, que embora as fontes com sua ação possam modificar o “que é notícia” e o modo como a notícia é construída e fabricada, os jornalistas são provavelmente o elo mais relevante do processo.

Mauro Wolf (2003, p. 233) dá a devida importância para as fontes na construção social da notícia. Segundo ele, as fontes são um fator determinante para a qualidade da informação produzida pelos meios de comunicação de massa; no entanto, afirma que elas continuam imprecisas na mitologia profissional que tende, por sua vez, a enfatizar o papel ativo do jornalista, prejudicando a contribuição das fontes, essencial em muitos aspectos.

No entendimento desse autor, as fontes podem ser classificadas como as pessoas que o jornalista observa ou entrevista, e as que fornecem apenas as informações de base ou as ocasiões para uma notícia. Neste campo existem as fontes institucionais e oficiosas ou as estáveis, opostas às fontes provisórias; ativas e passivas, conforme o grau de uso e o tipo de relações que institui com o aparato

de informação. Existem ainda, as fontes centrais, territoriais e de fase, que são as categorias definidas não apenas pela localização espacial, mas também, pelo tipo de utilização que se faz em relação à relevância e noticiabilidade dos acontecimentos (WOLF, 2003, p. 234).

A característica mais importante das fontes, é que elas fornecem informações, enquanto membros ou representantes de grupos organizados ou não, de interesse ou de outros setores da sociedade, como demonstra Wolf:

“A rede de fontes que os aparatos de informação estabilizam como instrumento essencial para o seu funcionamento reflete, de um lado, a estrutura social e de poder existente e, de outro, organiza-se na base das exigências colocadas pelos procedimentos e rotinas de produção. As fontes que se encontram às margens dessas duas determinações muito dificilmente podem influir de maneira eficaz na cobertura informativa” (WOLF, 1993, p. 235).

O autor aponta ainda que a capacidade de informações fidedignas é maior para instituições, organizações ou aparatos que podem programar sua atividade, a fim de satisfazer a necessidade contínua da mídia de ter eventos para cobrir com prazos estabelecidos previamente, portanto, de maneira que possa organizar racionalmente a distribuição dos recursos e meios disponíveis.

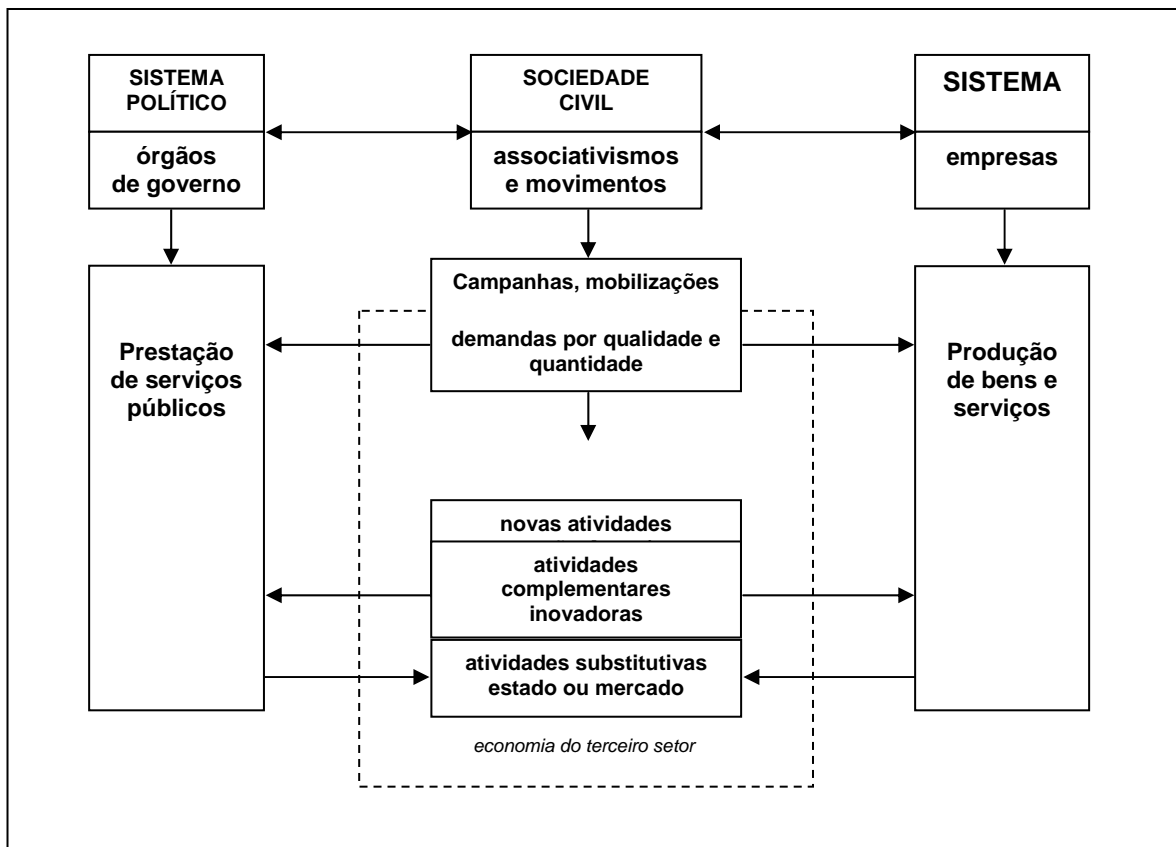
## 2.2 SOCIOLOGIA DAS FONTES

Muito mais do que classificar as fontes como institucionais e oficiosas, ou em estáveis, opostas às fontes provisórias; em níveis diferenciados de poder e confiabilidade; em ativas e passivas, conforme o grau de uso e o tipo de relações que institui com o aparato de informação, é necessário compreender as novas dinâmicas e os processos sociais mais amplos que elas criaram para fazer os seus temas e enquadramentos obterem espaço na luta simbólica travada diariamente nas páginas dos jornais.

Os estudos sobre as fontes, conforme demonstrado neste capítulo, costumam se apresentar como muito reducionistas, pois preocupam-se apenas em categorizar e esquecem, muitas vezes, de situar as fontes no campo social mais amplo. Hoje não se pode falar de fonte no singular, mas de fontes no plural, uma vez que elas se organizam em diversas estratégias e em redes sociais mais amplas para ocupar um

espaço na esfera pública, sem o qual, entendem, as suas lutas não serão legitimadas pela opinião pública.

Pode-se, num sentido mais amplo, situar as fontes dentro de três grandes campos, conforme a figura apresentada sistematizada por Mario Pianta e exposta no livro de Euclides André Mance (1999) que propõe um esquema de distinção, relações e diferenças entre estas três esferas, com três combinações resultantes da conjunção entre o “público” e o “privado”<sup>18</sup>, a saber:



**Figura 2 – Terceiro Setor entre o Estado e o Mercado**

### 2.2.1 Terceiro setor entre o Estado e o Mercado

Na área da sociologia, interessa particularmente a esta pesquisa, compreender melhor a natureza das organizações que se situam no âmbito da sociedade civil/terceiro setor, uma esfera que nas últimas décadas jogou um papel fundamental no Brasil, tanto para a democratização do próprio Estado, quando para disputar as

<sup>18</sup> O autor recupera o valor da tríade Mercado, Estado e Terceiro Setor, no qual situa-se a sociedade organizada, afirmando-se existir uma esfera pública não-estatal.

hegemonias nos diversos campos, inclusive no campo do jornalismo, espaço da construção social da realidade.

Vem daí a importância de entender como estão se configurando essas organizações que cotidianamente estão brigando para ocupar espaços no jornalismo, uma esfera responsável por legitimar os outros campos sociais, e mais do que isso, muitas vezes com objetivos claros de transformar o próprio jornalismo numa prática social diferenciada. Entendendo estas organizações, a forma como operam e como lidam e constroem o poder, percebe-se melhor a relação fonte/jornalista na construção social da notícia.

A análise desse processo tem motivado um grande número de interpretações que, em grande medida, tem convergido para a idéia de uma revitalização da sociedade civil, o que provocou uma revalorização da capacidade explicativa de tal conceito. A expressão “sociedade civil” saiu dos livros de história europeia e começou a fazer parte do vocabulário dos ativistas sociais latino-americanos ao final dos anos 70. A adoção do conceito na América Latina progride *pari passu* com a necessidade e o desejo de participação política.

O conceito de sociedade civil, tal qual aparece na obra de Antonio Gramsci, aponta a artificialidade dessa separação entre as três esferas e a necessidade de construir um conceito de Estado, que unificando sociedade política e sociedade civil, seja capaz de ir além da dicotomia Estado/mercado. No campo sociológico, tornou-se cada vez mais comum a referência a uma “sociedade civil organizada”, capaz de opor-se tanto à ação do Estado como à do mercado.

Na obra de Habermas (1997), a sociedade civil aparece como independente do Estado e do mercado. Cohen e Arato (2000) identificam nela um Terceiro Setor, um domínio autônomo capaz de constituir-se em *locus* da expansão autolimitada da democracia. Autolimitada porque, tendo por objetivo, não a ruptura com o mercado e o Estado, e sim, a compatibilização entre a razão instrumental e a razão comunicativa, tal percepção da sociedade civil afasta a idéia de transformação revolucionária, tal qual Habermas o fez ao advogar a autolimitação da práxis democrático radical.

O referencial conceitual em que se baseou grande número de teorias da sociedade civil é a teoria do agir comunicativo de Jürgen Habermas (1987).

Identificando uma oposição entre o mundo da vida, por um lado, e a política e o mercado, por outro, Habermas teria identificado nesse mundo, o lugar no qual se realizaria a relação intersubjetiva dos cidadãos, a participação, a solidariedade e os potenciais emancipatórios da sociedade, ajudando assim, a entender este conflito, de acordo com a análise de Liszt Vieira:

“O conflito entre Estado e mercado, de um lado, e as estruturas interativas do mundo da vida, de outro, leva este último a se organizar em movimentos sociais fundadores da democracia que, para Habermas, é a institucionalização no sistema político dos princípios normativos da racionalidade comunicativa. A esfera pública é o local de disputa entre os princípios divergentes de organização da sociabilidade” (VIEIRA, 2001, p. 63).

Os processos de reprodução sociocultural se convertem em forma política no espaço político. As associações civis absorvem iniciativas sociais difusas, encaminhando-as ao espaço público para o embate político. As associações e os movimentos sociais ampliam o espectro político, incorporando novos temas na agenda política, desempenhando assim, papel fundamental na construção do espaço público (VIEIRA, 2001). De certa forma, pode-se afirmar que essa disputa acontece no campo do jornalismo, para muitos o local mais significativo de expressão da esfera pública, legitimador das lutas sociais.

Uma perspectiva baseada na sociedade civil, no público não-estatal, veria, em decorrência, duas dimensões na ação coletiva contemporânea: a política de influência (da sociedade civil sobre a sociedade política) e a política de identidade (centrada na autonomia, identidade e democratização das relações sociais fora do campo político).

Não se trata apenas de pressionar o Estado visando à reivindicação de direitos, mas de modernizar a própria sociedade civil, transformando as estruturas tradicionais de dominação, exclusão e desigualdade que, fora do aparelho do Estado, se encontram enraizadas em instituições, normas, valores e identidades coletivas, baseadas em preconceitos de raça, classe e gênero, configurando o que Michel Foucault denominou “micropoderes”<sup>19</sup>.

---

<sup>19</sup> Para ver o conceito de micropoder consultar a obra *Microfísica do Poder* de Michel Foucault.

O movimento que luta pelos direitos das crianças e adolescentes, por exemplo, sempre tentou mudar o panorama legal, introduzindo o “princípio da proteção integral”. Seu objetivo não é o afrontamento direto ao Estado, pois reconhece o poder do Estado e do mercado, e até mesmo sua legitimidade num contexto democrático.

O Estado e/ou mercado não podem mais se arrogar o monopólio de planejar e praticar ações sociopolíticas de interesse público deixando de fora a sociedade. Para o movimento de cidadãos, somente a partir de uma visão sociocêntrica, pós-liberal, é possível visualizar uma dinâmica coletiva constituída pela parceria: Estado, mercado e sociedade civil, em que os interesses públicos serão discutidos e negociados.

Mas, teriam os movimentos e organizações que se situam na esfera da sociedade civil poder, de fato, para mudar estruturas do Estado e do Mercado? Boaventura de Sousa Santos (1999) destaca que já dura há muito tempo, o debate no interior da teoria marxista sobre a tensão ou equilíbrio entre estrutura e ação; os constrangimentos e as possibilidades sociais que preexistem à ação dos indivíduos e grupos sociais e a condicionam de modo mais ou menos decisivo; e a autonomia, a criatividade e a capacidade dos mesmos indivíduos e grupos de, por via de sua ação e prática, mudarem as estruturas e transformarem a sociedade. Esta tradição percorre toda tradição sociológica.

Para este autor, isto é uma utopia caótica porque não tem um sujeito histórico privilegiado. Os seus protagonistas são todos os que, nas diferentes constelações do poder que constituem as práticas sociais, têm consciência de que a sua vida é mais condicionada pelo poder que outros exercem sobre eles do que pelo poder que exercem sobre outrem. “Foi a partir da consciência da opressão que nas últimas três décadas se formaram os novos movimentos sociais” (SANTOS, 1999, p. 44).

Contudo, nesta disputa, houve um deslocamento das razões que aglutinavam os grupos sociais e movimentos. As lutas de classe deram paulatinamente lugar a compromissos de classe, à concentração social, ao compromisso histórico, à institucionalização dos conflitos, ao neocorporativismo, enfim, às formas políticas da social democracia, ao Estado-providência e à regulação social fordista. Nas três décadas, os movimentos e as lutas políticas mais importantes nos países centrais, e mesmo nos países periféricos e semiperiféricos, foram protagonizados por grupos

sociais congregados, por grupos de identidades não diretamente classistas, por estudantes, mulheres, grupos étnicos, religiosos, pacifistas e ambientalistas.

### 2.2.2 Sociedade civil: limites e virtualidades

Mas, como definir o que é a sociedade civil contemporânea? Cohen e Arato ajudam nesta tarefa:

“A sociedade civil é, assim, entendida ‘como uma esfera de interação social entre a economia e o Estado, composta em primeiro lugar pela esfera íntima (particularmente a família), a esfera das associações (particularmente as associações voluntárias), os movimentos sociais e as formas de comunicação pública’. Temos então, um conceito de sociedade civil que ‘incluiria todas as instituições e formas associativas que requerem a interação comunicativa para sua reprodução e que dependem principalmente dos processos de integração social para coordenar a ação dentro de suas fronteiras’” (COHEN; ARATO, 2000, p. 483).

Entretanto, o que aqui cabe ressaltar é que a sociedade civil tem dois sentidos: o de conjunto de organismos privados, responsáveis pela articulação do consenso; e o *locus* da atividade econômica, que forma um todo indissolúvel com a sociedade política. Ou seja, sociedade política e sociedade civil formam dois planos superpostos que só podem ser separados com fins meramente analíticos. A unidade orgânica entre sociedade política e sociedade civil vale para os dois sentidos do termo.

Liszt Vieira (2001) afirma ainda que a sociedade civil cria grupos e pressiona em direção a determinadas opções políticas, produzindo, conseqüentemente, estruturas institucionais que favorecem a cidadania.

“Uma sociedade civil fraca, por outro lado, será normalmente dominada pelas esferas do Estado ou do mercado. Além disso, a sociedade civil consiste primordialmente na esfera pública, onde associações e organizações se engajam em debates, de forma que a maior parte das lutas pela cidadania são realizadas em seu âmbito por meio dos interesses dos grupos sociais, embora a sociedade civil não possa constituir o *locus* dos direitos de cidadania, por não se tratar da esfera estatal, que assegura proteção oficial mediante sanções legais” (VIEIRA, 2001, p. 37).

As organizações e movimentos ligados à sociedade civil converteram os processos de reprodução sociocultural em forma política no espaço público. No mundo moderno, todas as lutas contra a opressão começam redefinindo o que anteriormente era considerado privado, não público, não político, como questões de

interesse público, de justiça, como espaços de poder que requerem legitimação discursiva. É o que aponta a análise de Liszt Vieira:

“As associações civis absorvem iniciativas sociais difusas, encaminhando-as ao espaço público para o embate político. As associações e os movimentos sociais ampliam o espectro do político, incorporando novos temas na agenda política desempenhando, assim, papel fundamental na construção do espaço público” (VIEIRA, 2001, p. 73).

O autor aponta que uma perspectiva baseada na sociedade civil, no público não-estatal, veria, em decorrência, duas dimensões na ação coletiva contemporânea: a política de influência (da sociedade civil sobre a sociedade política) e a política de identidade (centrada na autonomia, identidade e democratização das relações sociais fora do campo político).

Vive-se hoje uma disputa de significados quanto ao que são e o que devem fazer as Organizações Não-Governamentais. Esta disputa está intimamente associada ao que se pretende enquanto papel do Estado e participação dos cidadãos na gestão e no controle da coisa pública. Diz respeito aos conteúdos que se pretende atribuir à democracia e à cidadania.

O termo Organização Não-Governamental (ONG) surgiu no âmbito da Organização das Nações Unidas (ONU), criada em 1945, para designar uma categoria especial de entidades, com uma identidade específica, diferenciada das instituições governamentais e das empresariais.

As últimas décadas do século XX presenciaram a emergência de novos movimentos sociais e de um renovado associativismo. Vinculado à vigorosa ascensão dos movimentos sociais no final da década de 1960, à luta pela expansão dos direitos fundamentais e à afirmação da identidade de atores sociais, até então marginalizados, esse processo renovou as formas tradicionais de participação política introduzindo novas táticas de mobilização popular e novas formas organizativas.

Contudo, segundo Maria da Glória Gohn (2002), esse processo resultou em muitas confusões. Há uma heterogeneidade de formas de mobilização que têm sido designadas como movimentos sociais, fenômenos sociais muitas vezes díspares. Para ela, as diferentes interpretações sobre o que é um movimento social na atualidade decorrem de três fatores principais: “1) mudanças nas ações coletivas da

sociedade civil, no que se refere a seu conteúdo, suas práticas, formas de organização e bases sociais; 2) mudanças nos paradigmas de análise dos pesquisadores; 3) mudanças na estrutura econômica e nas políticas estatais” (GOHN, 2002, p. 243).

A autora aponta ainda que a ação de um grupo de pessoas tem de ser qualificada por uma série de parâmetros para ser um movimento social. Este grupo deve estar constituído enquanto tal, num coletivo social e para isso necessita de uma identidade comum. Os movimentos sociais se constituem justamente na contracorrente das relações de dominação-subordinação, o que pode ocorrer também entre as elites; usualmente se articulam com outras forças institucionalizadas. A autora arriscou a formular um conceito de movimento social:

“Movimentos sociais são ações sociopolíticas construídas por atores sociais coletivos pertencentes a diferentes classes e camadas sociais, articuladas em certos cenários da conjuntura socioeconômica e política de um país, criando um campo político de força social na sociedade civil. As ações se estruturam a partir de repertórios criados sobre temas e problemas em conflitos, litígios e disputas vivenciados pelo grupo na sociedade. As ações desenvolvem um processo social e político-cultural que cria uma identidade coletiva para o movimento, a partir do interesse comum. (...) Os movimentos geram uma série de inovações nas esferas pública (estatal e não-estatal) e privada; Participam, portanto, da mudança social histórica de um país. (...) Eles têm como base de suporte entidades e organizações da sociedade civil e política, com agendas de atuação construídas ao redor de demandas socioeconômicas ou políticos-culturais que abrangem as problemáticas conflituosas da sociedade onde atuam” (GOHN, 2002, p. 252).

As ONGs tiveram sua origem em movimentos sociais ocorridos na Europa, a partir dos anos 70 e só passaram a ser reconhecidas como tal em meados da década de 80, quando alcançaram visibilidade social ao se multiplicarem e diversificarem suas áreas de atuação. O termo ONG originou-se do vocabulário utilizado pela Organização das Nações Unidas para designar as parcerias e interações para além das fronteiras de classe e cultura. As ONGs, conforme Rubem César Fernandes, estão condicionadas de muitas maneiras ao Estado, mas não se “encaixam” nele. Também não se estruturam pelos grandes eixos da divisão do trabalho/capital.

O conceito de Organizações Não-Governamentais implica uma expansão da idéia corrente sobre a esfera “pública”. Partindo de um pressuposto democrático, presume que ela não se limita ao âmbito do Estado, mas inclui a cidadania. Apesar

de serem não-governamentais, seus fins têm as características do serviço público. Os quadros das ONGs são treinados para pensar, de maneira estratégica, em como atender as demandas socioculturais que não são satisfeitas pelo mercado. São instados a internalizar a pergunta sobre o significado para as políticas públicas de cada projeto que estejam envolvidos.

A evolução do número de ONGs reconhecidas pela ONU, de 1945 a 2002, demonstra bem o vigor e a ascensão desta esfera no planeta. As ONGs que se enquadram na primeira categoria (alcance global com grande número de membros e operam em questões variadas) cresceram de nove em 1950 para 121 em 2002. Essas organizações que têm o perfil da segunda categoria (regionais ou focadas em questões específicas) experimentaram um crescimento de 87, em 1950, para 1.204, em 2000. Já as Organizações que se enquadram na terceira categoria – pequeno porte, ou altamente especializadas que trabalham diretamente com agências da ONU – registraram o maior salto: de 197, em 1945, para 3.089, no último ano do milênio.

Os contextos nacionais do surgimento desses novos movimentos e organizações certamente são por demais variados. Nos Estados Unidos ele esteve associado principalmente à mobilização contra a guerra do Vietnã, à afirmação da identidade de negros e mulheres e à expansão de seus direitos. Na Europa Ocidental as energias liberadas pelas manifestações estudantis de 1968 e pelas mobilizações operárias alimentaram processo semelhante. No Leste europeu e na América Latina, a luta contra regimes políticos autoritários e pela construção da democracia forneceu a base no qual esses movimentos surgiram.

No contexto da América Latina, e de modo especial, no Brasil, a origem destas organizações pode ser entendida através de dois referenciais. Um deles considera que as ONGs surgiram na década de 1970. Inicialmente estas organizações teriam se ligado às igrejas, predominantemente à Igreja Católica, e faziam trabalho assistencial. O outro referencial considera que a sua origem ocorreu no cruzamento de três instituições: igreja, universidade e partidos/organizações de militância política de esquerda. Assim, fatos externos, como pressões do mercado de trabalho ou de um Estado autoritário, e fatores internos, como a ação limitada de certos princípios, por parte das universidades, igrejas e partidos políticos, teriam levado uma parcela

significativa da geração de intelectuais que atingia a maturidade nos anos 70 a valorizar as ONGs como uma alternativa profissional.

Esse período foi caracterizado pelo sociólogo Boaventura de Sousa Santos como:

“De grande experimentação social, de formulação de alternativas mais ou menos radicais ao modelo de desenvolvimento econômico e social do capitalismo e de afirmação política de novos sujeitos sociais, bem simbolizada nos novos movimentos sociais, sobretudo, nos países centrais, e nos movimentos populares em toda a América Latina” (SANTOS, 1999, p. 250).

As ONGs, durante os anos 70 e 80, engajaram-se na luta pela multiplicação e fortalecimento das entidades representativas da sociedade civil e o fizeram na perspectiva da redução das desigualdades sociais, da construção de espaços públicos que permitissem a participação cidadã, na negociação de uma nova agenda de direitos que pautasse um novo compromisso do que hoje se entende por interesse público.

Dos trabalhos locais, voltados para a construção de organizações de base representativa de múltiplos interesses e demandas, especialmente dos segmentos mais pobres e mais discriminados da sociedade, muitas ONGs transitaram, notadamente nos anos 90, para um trabalho de articulação de redes e fóruns e para agregar novos conteúdos e novos temas a uma agenda de direitos. A ampliação dos objetivos para além dos direitos individuais, levou as ONGs à defesa também dos direitos coletivos: humanos, econômicos, sociais, políticos e culturais. Elas passam a ser portadoras de um capital simbólico específico, advindo de seu contato direto e sua proximidade com os grupos organizados da sociedade, o que se traduz num acúmulo de conhecimentos específicos sobre as práticas sociais e suas representações. Estes fatos imprimem às organizações uma vitalidade própria e uma especificidade social e política que lhes garante uma autonomia relativa no campo da política institucional.

Tal fato ancora-se justamente na legitimidade que as ONGs passam a adquirir, e isto se deve ao modo como as mesmas mantêm uma relação orgânica, não só com os movimentos sociais organizados, mas com todo tipo de demanda social significativa, do ponto de vista da sua representatividade, no conjunto da sociedade civil.

A integração de experiências no plano internacional, para a qual contribuíram de forma significativa as Cúpulas Sociais promovidas durante a década de 1990 pela Organização das Nações Unidas, também contribuiu significativamente para aumentar a legitimidade política das ONGs.

Elas não se comportam necessariamente como entidades de base, mas mantêm de forma sistemática uma base nos movimentos sociais, o que lhes permite uma permanente vitalidade ao incorporar em sua dinâmica institucional, valores, interesses, conflitos e consensos reinantes no tecido social em sua plenitude histórica.

Nos anos 90, as ONGs alcançaram uma fase de significativa importância política no cenário nacional, atuando no interior do Estado e da sociedade civil, sendo esta última assim designada exatamente por estar organizada, e tornar-se capaz de expressar suas demandas sob a forma de proposições concretas. Estas Organizações não contribuem, no entanto, apenas para a organização da sociedade civil, mas também, para a democratização efetiva das instituições políticas, e porque não dizer à comunicação, ao se constituírem em seus importantes interlocutores.

Os novos movimentos sociais, como demonstra Boaventura (1999), não raro jogam o jogo da democracia representativa, mesmo que seja pelo *advocacy* e pela via extraparlamentar, e entram em alianças mais ou menos oficiais com sindicatos e partidos quando não se transformam eles próprios em partidos.

Novas formas de associação e participação política que surgiram, rompendo com antigas instituições, inauguraram um novo ciclo de organização popular, introduzindo práticas sociais inovadoras, criando novos espaços de participação social, reinventaram a solidariedade e produziram formas originais de organização social e política.

Uma nova dimensão das associações da sociedade civil como produtoras de bens e serviços sociais surgiu a partir da década de 1980, quando se tornou mais marcante a reforma neoliberal do Estado e sua crescente incapacidade ou indisposição deste para prover comunidades carentes de bens e serviços considerados indispensáveis. Nas teorias sobre sociedade civil contemporâneas, é identificada a possibilidade de uma esfera que, definindo-se como pública porque está voltada ao interesse geral, coloca-se à margem do Estado, retirando sua força

da sociedade civil. É esta a esfera dos novos movimentos sociais e das Organizações Não-Governamentais que, ocupando espaços que o Estado não pode ou não quer preencher, produzem bens e serviços de interesse coletivo.

A incorporação por alguns movimentos sociais e Organizações Não-Governamentais de atividades produtivas orientadas, muitas vezes, pela lógica do mercado e amparadas na ação estatal, explicita três grandes dificuldades teóricas do modelo até então apresentado.

1. O estabelecimento de nítidas fronteiras entre Estado, mercado e sociedade civil e a afirmação de uma contraposição entre esta última e os “subsistemas administrativo e econômico”, impede a compreensão da interpenetração dessas três esferas no mundo contemporâneo.
2. A afirmação de uma sociedade civil homogênea e portadora dos impulsos positivos para a renovação democrática da sociedade deixa escapar os conflitos e antagonismos existentes no interior dessa sociedade civil.
3. Definida a sociedade civil como mola democrática da sociedade, e não como lugar do conflito político e ideológico, seu “projeto utópico” aparece como a utopia que a atual relação de forças na sociedade civil permitira realizar, daí seu caráter autolimitado ser, precisamente, a limitação da ordem atual.

A acepção de sociedade civil em Karl Marx pode ser localizada no conhecido *Prefácio à contribuição à Crítica Econômica*. Não se trata apenas da distribuição desigual de recursos comunicativos que impediriam o livre acesso a uma esfera pública, trata-se, também, da defesa de desenhos societários antagônicos. Ao invés do local da universalização de interesses particularistas, ela passa a ser vista como um espaço da luta de classes, da afirmação de projetos antagônicos e, portanto, da construção de uma utopia não-limitada.

O Terceiro Setor pode ser definido como o conjunto de iniciativas na esfera pública que não são feitas pelo Estado e que não se propõem ao lucro, são ações que visam o interesse comum. Já é consenso que nem o Estado e nem o mercado têm condições de responder, por si só, aos desafios do desenvolvimento com equidade. Há, por outro lado, quem vê com reservas e críticas a emergência e definição de Terceiro Setor, afirmando que o conceito é uma mera construção ideológica que desconsidera os processos tais como a reestruturação produtiva, a

reforma do Estado e as transformações do capital promovidas segundo os postulados neoliberais. Esta é, por exemplo, a posição defendida por Carlos Eduardo Montão Barreto, professor da Escola de Serviço Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

O conceito de Terceiro Setor, segundo o professor, como vem sendo empregado, parte de uma análise hegemônica, desarticulada com a totalidade social, com traços superficiais e epidérmicos do fenômeno, o que contribui para a sua mistificação e para imprimir-lhe um caráter ideológico.

Já o conceito de movimento social aponta para a ação de um grupo de pessoas, que tem de ser qualificada por uma série de parâmetros para ser um movimento social. Deve estar constituído enquanto um coletivo social e, para tal, necessita de uma identidade em comum. Há uma realidade comum, anterior à aglutinação de seus interesses.

Manuel Castells nos anos 70 alertava que não bastavam as carências para haver um movimento. Elas têm de se traduzir em demandas, que por sua vez poderão se transformar em reivindicações, por meio de uma ação coletiva. O conjunto desses fatores – carências, legitimidade da demanda, poder político das bases, cenário conjuntural e cultura política do grupo – resultará na força social de um movimento, gerando o campo de forças do movimento. Para viabilizar e operacionalizar suas pautas e agendas de ações, se apóiam em instituições e em organizações da sociedade civil e política.

### 2.3 MOVIMENTO SOCIAL PELOS DIREITOS DA CRIANÇA

A década de 1980 viu nascer um amplo movimento social composto por entidades, igrejas, associações, movimentos populares e ONGs pela defesa e promoção dos direitos de crianças e adolescentes brasileiros. As experiências do Projeto Alternativo de Atendimento aos Meninos e Meninas de Rua deram origem ao Movimento Nacional de Meninos e Meninas de Rua, criado em 1985, para articular os diversos programas de atendimento que surgiam de forma independente pelo país e para organizar os próprios meninos e meninas excluídos socialmente para a defesa de seus direitos.

Este movimento social uniu em torno da luta para alterar o panorama legal, cujas cartas, até então, eram dadas pelo Código do Menor. Criado ainda na ditadura, esse Código originou-se da tradição jurídica fundamentada na doutrina tutelar ou de situação irregular.

Após uma ampla mobilização nacional e coleta de 250 mil assinaturas de apoio em todo o Brasil, o movimento pelos direitos das crianças e adolescentes elaborou a emenda popular Criança Prioridade Nacional para intervir no processo constituinte, em 1987. A partir dessa emenda, originaram-se os artigos 227 e 228 da Constituição Federal, que introduziram no panorama legal, o princípio da proteção integral e a necessidade de considerar crianças e adolescentes como seres em fase especial de desenvolvimento e como sujeitos de direitos.

Em 1988 foi criado o Fórum Nacional Permanente de Entidades Não-Governamentais de Defesa dos Direitos da Criança e do Adolescente (Fórum DCA), cujo papel, historicamente construído, traduziu-se em ser uma articulação nacional de entidades não-governamentais de luta pelos direitos da infância e adolescência.

Este movimento também deu origem ao processo de mobilização, discussão, elaboração e intervenção na aprovação, em 13 de julho de 1990, do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), Lei Federal nº 8.069. Reconhecido internacionalmente como uma das legislações mais avançadas em termos de proteção social à infância, o ECA substituiu o Código do Menor.

O ECA foi promulgado pelo então presidente Fernando Collor de Mello, em 1990. Primeiro presidente eleito pelo voto direto, Collor utilizou o contexto do movimento social pelos direitos da infância e colocou em prática as ações, muitas vezes faraônicas, visando à vinculação de sua imagem à causa. Logo nos primeiros dias de governo, extinguiu a Fundação Nacional de Bem Estar do Menor (FUNABEM) e criou a Fundação Centro Brasileiro para a Infância e Adolescência (CBIA). No que Silva e Motti (2001, p. 34) consideram um típico jogo de marketing, Collor instituiu, simbolicamente, o Ministério das Crianças. Essas ações, segundo os autores, no entanto não afetaram a estruturação básica da política da infância, “mantendo-a sob a égide da assistência social”.

Para consolidar o princípio da criança e do adolescente como sujeitos de direitos, o ECA propôs a criação de um Sistema de Garantias de Direitos, que

envolveu, além das articulações de promotores, juízes e delegados, a criação dos Conselhos Tutelares e dos Conselhos de Direito e de um sistema integrado de informações.

Outro documento que embasou a preocupação mundial com a situação da criança e do adolescente foi a Convenção Internacional sobre os Direitos das Crianças, adotada pela Assembléia Geral das Nações Unidas (ONU), em 20 de novembro de 1989 e ratificada pelo Brasil em setembro de 1990, pelo então presidente Fernando Collor de Melo. Em 1991, sob a liderança do Fundo das Nações Unidas pela Infância (UNICEF), foi lançado o Pacto pela Infância, documento assinado por organizações governamentais e não-governamentais, pedindo o fim da violência e a melhoria na qualidade da educação de crianças e adolescentes.

Em 1993, ano em que Itamar Franco assumiu a Presidência do país, também aconteceu a primeira assembléia do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA). A elaboração do diagnóstico nacional e dos planos de ação pela infância, incluindo o Pacto, foram funções atribuídas ao CONANDA. O Órgão, desde então, foi um dos principais articuladores na formulação de políticas públicas para a infância. No mesmo ano, foi instituído, por meio de lei, o Programa Nacional de Atenção Integral à Criança e ao Adolescente (PRONAICA), com ênfase na participação comunitária e na integração de programas de educação, saúde, cultura, esporte e lazer.

Em 1995, o Ministério da Justiça assumiu a coordenação das ações na área da infância e adolescência. Sob essa coordenação já funcionava o CONANDA, que estabeleceu as competências do Departamento da Criança e do Adolescente, entre os quais, conforme Silva e Motti (2001), está fazendo cumprir o Estatuto da Criança e do Adolescente.

A década de 1990, na perspectiva de Silva e Motti (2001, p. 37), pode ser vista como a década da desregulamentação dos direitos sociais e das condições favoráveis para a melhoria das condições de vida. Neste período, apontam os autores, a prioridade econômica e política do poder estabelecido foram para a manutenção da política monetária que vem favorecendo, ao mesmo tempo, o capitalismo financeiro e a abertura econômica, em detrimento dos trabalhadores e das políticas sociais.

### **3 PRESSUPOSTOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA**

### 3.1 PERSPECTIVA METODOLÓGICA

Partindo das perspectivas apontadas por Raul Rojas Soriano em seu livro “Pesquisa Social”, torna-se possível situar o objeto, as hipóteses e a metodologia do presente trabalho dentro dessa teoria de pesquisa social mais ampla:

1) “Todos os fenômenos da realidade social estão em relação e dependência mútuas. A realidade é um todo inter-relacionado e não um conjunto de coisas e processos isolados. A realidade apresenta-se de maneira complexa e, dentre as inúmeras causas possíveis dos processos sociais, é preciso identificar suas causas determinantes e condicionantes; Além do mais, é importante lembrar que os efeitos repercutem nas causas de maneira diversa e com distinta intensidade e, por sua vez, tornam-se causas de outros fenômenos.

2) A realidade está em permanente movimento e transformação. Para se alcançar uma compreensão profunda das causas dos fenômenos deve-se partir da tese de que eles não são estáticos, mas sujeitos a contínuas mudanças em diversas direções; Logo a realidade é um processo e não um conjunto de coisas prontas. Portanto, o conhecimento sobre ela também é um processo pelo qual se consolidam verdades relativas e cujo encadeamento leva a um conhecimento mais profundo e objetivo da realidade.

3) As transformações observadas na realidade são mudanças objetivas cuja fonte é a contradição interna que se apresenta nos processos sociais e que não resultam de forças supra-sensíveis ou disposições subjetivas.

4) A realidade apresenta-se em diferentes níveis. Nossa experiência sensível capta apenas os objetos externos dos objetos e processos. Já os elementos e as relações internas com que se estabelecem as leis e teorias só podem ser conhecidos por meio do conhecimento abstrato. A prática social concreta é a base do conhecimento; e o critério da verdade de nossas representações teóricas<sup>20</sup> (SORIANO, 2004, p. 34).

### 3.2 ESTUDO DE CASO PARADIGMÁTICO

Optou-se por trabalhar com o método de Estudo de Caso explanatório (causal) complementado pelo descritivo. A necessidade de se utilizar a estratégia de pesquisa “Estudo de Caso” nasceu do desejo de entender um fenômeno social complexo.

A essência de um estudo de caso ou a tendência central de todos os tipos de Estudo de Caso é que eles tentam esclarecer uma decisão ou um conjunto de decisões: Por que elas foram tomadas? Como elas foram implementadas? E quais os resultados alcançados?

---

<sup>20</sup> Para mais detalhes sobre esta perspectiva de análise consultar o livro Pesquisa Social, de Raul Rojas Soriana, publicado pela editora Vozes, 2004.

Segundo definição do artigo adaptado pelo professor Gilberto de Andrade Martins <sup>21</sup>: “Um Estudo de Caso é uma pesquisa empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto real. As fronteiras entre o fenômeno e o contexto não são claramente evidentes. Múltiplas fontes de evidências são utilizadas”.

Usa-se o estudo de caso para: explicar ligações causais em intervenções ou situações da vida real que são complexas demais para tratamento, por meio de estratégias experimentais ou de levantamento de dados; descrever um contexto de vida real no qual uma intervenção ocorreu; avaliar uma intervenção em curso e modificá-la com base em um estudo de caso ilustrativo; e explorar aquelas situações nas quais a intervenção não tem clareza no conjunto de resultados.

A coleta e a análise ocorrem ao mesmo tempo e o investigador atua como um detetive que trabalha com evidências convergentes e inferências. Desta forma, procurou-se manter uma postura de neutralidade para evitar a introdução de vieses ou de noções preconcebidas, para tanto e sempre que possível, foram documentados os dados coletados.

Para organização do protocolo do estudo de caso, foi necessário seguir regras e procedimentos, o que tornou possível aumentar a confiabilidade da pesquisa ao servir como guia para investigador ao longo das atividades do estudo. O protocolo foi estruturado da seguinte forma: a visão geral do projeto de estudo de caso foi descrita nos capítulos teóricos, de forma sumária, apresentando informações sobre o “pano de fundo” teórico que serviu de sustentação para o estudo, foram ainda apresentados documentos com informações aos entrevistadores (e/ou às organizações com as quais trabalhou-se na coleta de dados) sobre os objetivos da pesquisa e suas questões orientadoras iniciais.

---

<sup>21</sup> "Case Study Research: design and methods" Robert K. Yin, traduzido pelo professor Ricardo Lopes Pinto, acessado no site: [http://www.focca.com.br/cac/textocac/Estudo\\_Caso.htm](http://www.focca.com.br/cac/textocac/Estudo_Caso.htm), dia 15 de janeiro de 2005.

### 3.2.1 Tarefas enfatizadas nos procedimentos de campo

As tarefas desenvolvidas em campo se deram graças à obtenção do acesso às organizações-chave e/ou aos entrevistados-chave, o que proporcionou a aquisição de recursos suficientes para o trabalho em campo (material, local p/ anotações, etc.). Portanto, desenvolveu-se um procedimento para receber ajuda ou orientação de outros investigadores; e foi criado um cronograma relacionando as atividades de coleta de dados em períodos específicos de tempo. Vale esclarecer que para a evolução do objeto do estudo, foi preciso adequar a ocorrência de eventos inesperados.

### 3.2.2 O trabalho com as fontes de evidências

O acesso aos documentos e registros em arquivos serviu como uma fonte evidente para o andamento do projeto:

- a) **Documentos:** a pesquisa documental constou do plano de coleta de dados, no qual foram utilizados memorandos, comunicados, agendas, planos, propostas, relatórios, cronogramas, jornais internos, *releases*, reportagens, etc. O material coletado e analisado serviu para corroborar evidências de outras fontes e/ou acrescentar informações. Porém, nem sempre puderam retratar a realidade, o que fez com que se extraísse das situações as razões pelas quais os documentos foram criados. Vale salientar que alguns documentos podem fornecer “pistas” sobre outros elementos.
- b) **Registros em arquivos:** as entrevistas constituem a principal fonte de evidência utilizada neste estudo de caso. Aqui foram aproveitados os trabalhos já realizados por alunos da graduação da própria Faculdade de Comunicação da UnB, que coletaram eficientes registros verbais, recuperando informações e/ou articulação imprecisa, com a utilização de gravadores (entrevista estruturada) para extrair fatos, opiniões, e *insights*.

O uso de múltiplas fontes de evidência permitiu o desenvolvimento da investigação em várias frentes, buscando diversos aspectos em relação ao mesmo fenômeno. Desta forma, as conclusões e descobertas ficaram mais convincentes e apuradas já que advêm de um conjunto de corroborações. Além disso, os potenciais

problemas de validade de constructo são atendidos, pois os achados, nestas condições, são validados por meio de várias fontes de evidência.

Outra preocupação foi construir uma cadeia de evidências que consistiu em configurar o estudo de caso de tal modo que se conseguisse levar o leitor a perceber a apresentação das evidências que legitimaram o estudo, desde as questões de pesquisa até as conclusões finais. Assim como em um processo judicial, o relato do estudo de caso também pode assegurar que cada evidência apresentada fosse coletada na “cena do crime”.

Procurou-se, também, dar especial atenção à análise das evidências, que tradicionalmente é o menos desenvolvido e mais difícil aspecto da condução de um estudo de caso. Neste momento são necessários: experiência, perseverança e raciocínio crítico do investigador para construir descrições e interpretações que possibilitem a extração cuidadosa das conclusões. O tratamento – organização e tabulação dos dados ajuda na análise. Importante nesta fase é ter definida uma estratégia analítica geral que ajude a tratar imparcialmente as evidências, extrair conclusões analíticas e apresentar interpretações e descrições alternativas. O papel da estratégia geral é ajudar o investigador a escolher entre diferentes técnicas e a completar com sucesso a fase analítica da pesquisa. Para formatar a estratégia geral, baseou-se nas proposições teóricas (referencial teórico) e no desenvolvimento de uma descrição de caso.

Os objetivos e o desenho inicial do estudo foram baseados nas proposições teóricas, que é o meio mais comum para se analisar as evidências de um caso. O capítulo teórico reflete um conjunto de questões de pesquisa, revisões da literatura e novos caminhos. De fato, como as proposições de certa forma modelaram o plano de coleta de dados, deu-se prioridade à estratégia geral. Sendo assim, as proposições forneceram a orientação teórica que direcionou a análise do estudo. Isso ajudou a focalizar a atenção sobre certos dados e a ignorar outros, além de auxiliar a organizar o estudo como um todo e a definir questões a serem examinadas.

Também foi utilizada a estratégia da descrição, embora ela seja menos preferível, servindo de alternativa quando não se tem um referencial teórico. Procurou-se identificar ligações causais entre variáveis e eventos observados e/ou registrados quando do levantamento de campo. Nos resultados da pesquisa de

campo, que podem ser conferidos no capítulo seguinte, a descrição está para uma avaliação qualitativa, assim como a mensuração para uma avaliação quantitativa.

### **3.23 O que faz um estudo de caso exemplar?**

Um estudo de caso exemplar exige o emprego de procedimentos metodológicos rigorosos. Entretanto, não é só essa a condição necessária para o sucesso nos resultados, é preciso também, conseguir que o estudo de caso selecionado seja um caso, de fato, exemplar e paradigmático.

Um estudo de caso completo pode ser caracterizado em três modos:

- a) Quanto às fronteiras – é aquele em que as fronteiras, isto é, a distinção entre o fenômeno estudado e seu contexto, são definidas. A melhor forma de fazer isso é mostrar, através de argumentos lógicos e da apresentação de evidências, que a periferia analítica foi alcançada (ou seja, que a relevância da informação vai diminuindo rumo aos limites definidos como fronteira).
- b) Quanto à coleção de evidências: um Estudo de Caso completo deve demonstrar de modo convincente que o investigador gastou exaustivos esforços na coleta de evidências relevantes. A meta é convencer o leitor de que pouquíssima evidência relevante escapou da investigação.
- c) Quanto ao tempo e aos recursos necessários: um Estudo de Caso não estará completo se terminar apenas porque acabaram-se os recursos ou porque o tempo disponível esgotou-se. É necessário fazer uma boa previsão na fase do desenho para evitar falta de tempo e recursos.

### **3.3 CONCEITO DE CAPITAL SOCIAL**

Para compreender as estratégias de agendamento e enquadramento do tema “trabalho infantil doméstico”, a pesquisa lançou mão do conceito de capital social, conforme formulado por Augusto de Franco:

“A qualidade de ser um fator ou variável do desenvolvimento; algo produzido, acumulado e reproduzido e, portanto, de uma forma ou tipo de capital; com origem social, ou seja, de ser algo que é produzido socialmente, em função do tipo de relações sociais estabelecidas ou em função da configuração do conjunto dessas relações” (FRANCO, 2001, p. 51).

Explorando o que se denominou “Capital Social”, Franco definiu o conceito como sendo a capacidade das pessoas e grupos de uma dada sociedade de subordinar interesses individuais aos de grupos maiores; trabalhar em conjunto, visando alcançar objetivos comuns ou ao benefício mútuo; associar-se umas às outras e formar novas associações; e compartilhar valores e normas para formar grupos e organizações estáveis para constituir e compartilhar a gestão, em suma, viver em comunhão (FRANCO, 2001, p. 52).

### 3.4 O CONCEITO DE REDE

Um outro conceito igualmente importante para essa análise é o de rede aplicado às organizações sociais. Entre as diversas significações que rede (*network*) vem adquirindo, apesar de não se limitar somente a elas, servem ao propósito desta pesquisa as seguintes: sistema de nódulos e elos; uma estrutura sem fronteiras; uma comunidade não geográfica; e um sistema de apoio ou sistema físico que se pareça com uma árvore ou uma rede. A rede social derivando deste conceito, passa a representar um conjunto de participantes autônomos, unindo idéias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados.

Nas redes sociais há valorização dos elos informais e das relações, em detrimento das estruturas hierárquicas. As redes nas ciências sociais designam normalmente – mas não exclusivamente –, os movimentos fracamente institucionalizados, reunindo indivíduos e grupos em uma associação, cujos termos são variáveis e sujeitos a uma reinterpretação em função dos limites que pesam sobre suas ações. É composta de indivíduos, grupos ou organizações, e sua dinâmica está voltada para a perpetuação, a consolidação e o desenvolvimento das atividades de seus membros.

As redes são iniciadas a partir da tomada de consciência de interesses e/ou valores entre os participantes de um grupo, comunidade e organização. Entre as motivações mais significativas para o desenvolvimento de redes estão os assuntos que relacionam os níveis de organização social-global, nacional, regional, estadual, local, comunitário. Independente das questões que se busca resolver, muitas vezes

a participação em redes sociais envolve direitos, responsabilidades e vários níveis de tomada de decisão.

De forma diferente das instituições, as redes não supõem necessariamente um centro hierárquico e uma organização vertical, sendo definidas pela multiplicidade quantitativa e qualitativa dos elos entre os seus diferentes membros, orientada por uma lógica associativa. Sua estrutura extensa e horizontal não exclui a existência de relações de poder e de dependência nas associações internas e nas relações com as unidades externas.

Em análises recentes, o enfoque das redes está sendo empregado para a leitura mais abrangente dos elementos constitutivos dos movimentos sociais, como o papel dos atores que os organizam e orientam; a coordenação social ou constituição dos movimentos e as dificuldades de organizar uma coletividade de pessoas de modo não-hierárquico; e o problema da estratégica política ou orientação para a mudança. A inovação mais recente nos movimentos encontra-se no surgimento de práticas políticas articulatórias das ações localizadas, de redes de movimentos (*network*) e nas metodologias que permitam entendê-los. Trata-se também, de perceber as interconexões entre o local e o global.

O enfoque das redes de movimentos sociais deixa transparecer a evidência de que as redes de movimentos sociais são tributárias de dinâmicas sociais híbridas. Sua existência e funcionalidade fazem transparecer uma hibridação entre o comunitário e o associativo. A dinâmica associativa está fundada no recurso da estruturação organização da ação (como nas Organizações Não-Governamentais).

O termo rede tem sido empregado, com sentidos diversos, por muitos movimentos sociais, ONGs e intelectuais que atuam junto a essas organizações. Alguns estudiosos consideram como redes de movimentos sociais um amplo conjunto de fóruns e articulações variadas que conectam organizações e entidades populares; outros, um amplo conjunto de fóruns e articulações variadas que conectam organizações e entidades populares (SCHERER-WARREN, 1993).

O pesquisador Euclides André Mance (1999) adverte, contudo, que não se deve confundir as redes com os distintos tipos de mediações que as possibilitam. Isto é, as redes de organizações sociais não dependem das infovias informatizadas para existir. Por outro lado, afirma o autor, tais recursos podem potencializar essas

redes. De todo o conjunto de ações solidárias destacado no capítulo anterior, o setor público não-estatal tende aos poucos a se conectar em grandes redes a partir de fóruns e de outros mecanismos para comunicação, deliberação e ação articulada. Mance define rede da seguinte maneira:

“A idéia elementar de rede é bastante simples. Trata-se de uma articulação entre diversas unidades que, através de certas ligações, trocam elementos entre si, fortalecendo-se reciprocamente, e que podem se multiplicar em novas unidades, as quais, por sua vez, fortalecem todo o conjunto na medida em que são fortalecidas por ele, permitindo-lhe expandir-se em novas unidades ou manter-se em equilíbrio sustentável. Cada nóculo da rede representa uma unidade e cada fio um canal por onde essas unidades articulam através de diversos fluxos” (MANCE, 1999, p. 24).

Um princípio básico, conforme este autor, da noção de rede é que ela funciona como um sistema aberto que se auto-reproduz. Outros dois princípios que a tornam revolucionária são os de intensividade e extensividade. Ampliar a intensividade significa que cada unidade da rede venha a atingir e envolver um número maior de pessoas no local onde aquela unidade atua. Ampliar a extensividade, por sua vez, significa expandir a rede para outros territórios. Contudo, é em razão da diversidade, integralidade e realimentação que a rede pode crescer de modo fecundo (MANCE, 1999).

Entende-se que uma rede capaz de conectar a diversidade está apta para integrar, de maneira fecunda e criativa, as ações realizadas na esfera pública não-estatal. Integralidade significa que todos os objetivos da colaboração solidária defendidos pelos diversos nóculos da rede em particular, sejam assumidos pelo conjunto de nóculos da rede. E, por fim, a idéia da realimentação significa que as ações desenvolvidas pela rede, através de seus nóculos e articulações, agenciem novas ações da própria rede.

### 3.5 TEORIA CONSTRUCIONISTA COMO PERSPECTIVA METODOLÓGICA

No campo da teoria da notícia, esta pesquisa trabalha com as possibilidades abertas pela Teoria Construcionista, para a qual as notícias são vistas como uma construção resultante de um processo de interações pessoais; sociais (sistema social, meio organizacional, gestão organizacional, estrutura de propriedade capitalista dos meios jornalísticos, mercado, etc.); culturais (sistema cultural, cultura

profissional transorganizacional e, por vezes, transnacional, cultura organizacional, etc.); ideológicos; e outras.

Nesta corrente não determinística, os jornalistas são vistos como agentes possuidores de um “certo grau” de autonomia na ação, especialmente face aos poderes político e econômico, tendo, particularmente, um papel relevante em torno dos processos de construção negociada de sentido para os dados fornecidos por determinadas fontes, que são mais ou menos interessadas na difusão com significação direcionada desses mesmos dados.

Apesar da Teoria Construcionista concordar que as notícias são resultados de processos de interação social e de uma série de negociações, ela não deixa de reconhecer a importância da cultura profissional como fator determinante. Dá ênfase às práticas diárias e aos procedimentos rotineiros, que procuram fornecer um fluxo constante e seguro de notícias. E, por último, examina com maior detalhes as relações entre os jornalistas e as fontes. Esta perspectiva permite assumir claramente o produto jornalístico, as notícias, como resultado de uma construção na qual atuam vários fatores, alguns deles sendo mais determinantes.

O interesse em questão é rever a lógica da clássica síntese de agendamento proposta por Bernard Cohen (1963), segundo a qual “os media poderão não nos dizer o que pensar, mas são altamente eficazes em dizer-nos sobre o que pensar”. Principalmente das investigações recentes que exploraram as consequências do agendamento e do enquadramento feitos pelos meios de comunicação e sugerem que eles não só dizem sobre o que é que se deve pensar, como também, dizem como pensar sobre isso.

A perspectiva desta pesquisa está ligada ao trabalho que as fontes realizam e que permite inverter a síntese citada acima afirmando que as fontes, no caso as organizações da sociedade civil, quando se organizam, são altamente eficazes em agendar e enquadrar temas de interesse público no jornalismo impresso brasileiro. O que reforça o conceito de notícia: “As notícias são o produto final de um processo complexo que se inicia numa escolha e seleção sistemática de acontecimentos e tópicos de acordo com um conjunto de categorias socialmente construídas”. (TRAQUINA, 1993, p. 224).

Para tanto, um outro conceito importante com o qual a pesquisa vai lidar é o de *primary* e *secondary definers*<sup>22</sup>, também citado por Traquina (1993), no qual os jornalistas não criam autonomamente as notícias, ou melhor, estão dependentes de assuntos noticiosos específicos fornecidos por fontes institucionais regulares e credíveis. Algumas destas instituições tornam-se, é claro, visíveis por meio da dramatização ou através de *press-releases* ou agentes de imprensa. Geralmente os jornalistas colocam-se de forma a terem acesso às informações produzidas por estas instituições.

Uma das razões desta “certa” dependência tem a ver com as pressões internas da produção jornalística, são elas: as pressões de tempo incessantes e os conseqüentes problemas de distribuição de recursos e calendarização do trabalho em organizações jornalísticas. Tudo isto pode ser resolvido através da cobertura de acontecimentos “pré-agendados”. Para Hall et al. (1993) as pressões práticas de trabalho constantes contra o relógio e as exigências profissionais da imparcialidade e objetividade combinam-se para produzir um exagerado acesso sistematicamente estruturado à mídia por parte dos que detêm posições institucionalizadas privilegiadas.

O resultado desta preferência estruturada dada pelas mídias às opiniões de fontes poderosas é que estes porta-vozes se transformam no que se apelida de definidores primários de tópicos. O resultado desta relação, defendem os autores, é que permite aos definidores primários estabelecer a definição ou interpretação primária do tópico em questão. Esta interpretação vai comandar, segundo os autores, a ação em todo o tratamento subseqüente e impor os termos de referência que nortearão o debate e apresentação da notícia.

Compartilhou-se nesta pesquisa da idéia de que as mídias, segundo demonstraram Hall et al. (1993), não se limitam a criar as notícias e nem a transmitir a ideologia da “classe dirigente”. As mídias, para os autores, são freqüentemente os definidores primários de acontecimentos noticiosos; mas, a sua relação estruturada com o poder tem o efeito de os fazer representar não um papel crucial, mas secundário, ao reproduzir as definições daqueles que têm acesso privilegiado às informações. Nesta perspectiva, no momento de produção jornalística, as mídias colocam-se numa posição de subordinação estruturada aos *primary definers*.

---

<sup>22</sup> Estes dois conceitos podem ser traduzidos ao português como definidores primários e secundários.

### 3.6 AGENDAMENTO E ENQUADRAMENTO COMO CATEGORIAS DE ANÁLISE

Para perceber e captar a influência da ANDI na abordagem temática e de enfoque dos jornais impressos, a pesquisa utilizou o conceito de enquadramento utilizado por Erving Goffman. Mas, antes, um enquadramento realizado por organizações da sociedade civil e não pelo jornalismo como postula a Teoria do Agendamento. Segundo este autor, a análise da construção da notícia implica a utilização de enquadramentos (frames) à forma como se organiza a vida cotidiana para compreender e responder às situações sociais.

O método de interpretação baseado nos enquadramentos estabelece os princípios de seleção e os códigos de ênfase na elaboração da notícia ou na construção da “estória”. Dispositivos de enquadramento são: metáforas, os exemplos históricos, as citações curtas, as descrições e imagens.

Na oficina de Análise de Mídia: Trabalho Infantil & Trabalho Infantil Doméstico, realizada pela ANDI, em Brasília, dias 16 e 17 de maio de 2003, o oficial da OIT para o Trabalho Infantil, Renato Mendes, apresentou as características do que considera a pauta ideal que, uma vez desenvolvida na matéria, podem contribuir para a mudança da realidade e para a quebra de preconceitos sociais existentes em torno do trabalho infantil doméstico. As matérias jornalísticas seriam melhores se estes aspectos fossem desenvolvidos em seu conjunto. São eles:

“a) definir o que é o problema (trabalho infantil e trabalho infantil doméstico); b) caracterizar o problema como oculto e invisível; c) apontar as causas e conseqüências; d) falar dos aspectos sociais e culturais relacionados ao tema (gênero e classe); e) falar do elemento legal e da efetividade das políticas sociais, apontando para soluções e saídas; f) responsabilizar os agentes causadores do problema; g) desconstruir os mitos em torno ao problema”.

*A Coordenadora do Programa de Ação de Comunicação para Enfrentamento do Trabalho Infantil Doméstico, Daniela Rocha, definiu quais são as preocupações centrais no contato e orientação aos jornalistas na produção de matérias sobre o tema:*

“Com relação às instruções que passamos aos jornalistas que nos procuram para fazer pautas sobre trabalho infantil doméstico, informamos sobre os cuidados na reprodução da imagem, seguindo os artigos do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) - para não expor a criança a situação humilhante. Recomendamos também cuidado na abordagem do tema com a criança, afinal, ela tem direito de se expressar, no entanto, ela não tem

conhecimento do alcance e da repercussão da mídia (que vai associar a imagem e fala dela a um tema que não é positivo: trabalho infantil) e por isso, todo o cuidado é necessário para não colocar a criança exposta. Lembramos que ela é o lado fraco da história e que precisa ter seus direitos garantidos e fortalecidos. A história dela era importante, sem dúvida, para humanizar e dar visibilidade a um problema que até pouco tempo era invisível - estava oculto nas casas das pessoas, onde a fiscalização do trabalho não chega porque o lar brasileiro é inviolável (Constituição Federal). Ao abordar a criança, é importante ter a sensibilidade e o bom senso para não ultrapassar os limites da criança - e ao escrever o texto, idem. O objetivo final da reportagem seria igualmente satisfeito: sensibilizar o leitor/público de que aquela situação é intolerável e não pode mais ser 'culturalmente aceita'".

### 3.7 OBJETIVO GERAL

Nossa pesquisa teve por finalidade analisar as estratégias que as organizações da sociedade civil usam para agendar temas de interesse público no jornalismo impresso brasileiro. Outro objetivo deste trabalho é dar relevância às fontes e ao papel dos *News Promoters* na construção social da notícia, com ênfase aos *primary definers* como um dos fatores-chave, não apenas no agendamento de temas, mas também, no enquadramento de enfoques e tratamentos de assuntos, que sem amplas estratégias sociais continuariam no anonimato, fora do centro da agenda midiática.

Para apresentar o objeto e suas variantes, a pesquisa tomou também como pressuposto as relações práticas de produção e reprodução da vida social – no caso o jornalismo impresso brasileiro e suas relações com organizações da sociedade civil –, da autoprodução humana na história, com a perspectiva dada pela teoria construcionista que afirma ser a notícia, produto final da prática jornalística, resultado de processos de interação social e de negociações.

Portanto, a pesquisa partiu da perspectiva de que o jornalismo é um campo social onde atuam, muitas vezes, interesses antagônicos, convergentes, públicos e privados, na definição de sua identidade e modelos, percebendo que “há uma hierarquia de contradições na sociedade, mas que os processos conjugam e alternam sua principalidade definindo novas conjunturas”, conforme esclarece Adelmo Genro Filho (1996): “Ora, se o todo se desenvolve e se cria, sendo por isso uma totalidade dialética, isso envolve contradições internas que são as verdadeiras fontes do desenvolvimento” .

Do mesmo modo que as organizações da sociedade civil configuram-se como novas formas de instituições políticas que estabelecem uma relação entre identidades particulares e o mundo de fluxos de poder, conforme fora demonstrado no capítulo anterior, o jornalismo, como instituição social construída a partir de determinados e permanentes constrangimentos está aberto às pressões dos promotores na produção da informação.

### 3.8 HIPÓTESES DA PESQUISA

- a) Está se solidificando no jornalismo impresso contemporâneo brasileiro uma tendência à prestação de serviço público, mais preocupado com questões levantadas por ONGs e na apresentação de suas temáticas e resolução dos problemas abordados.
- b) Supõe-se também, que esta tendência está sendo forjada pelo atual contexto, no que a sociedade civil em geral, e as organizações do Terceiro Setor, em particular, têm tido uma atuação determinante na definição de pautas e de enquadramentos de assuntos sociais, somadas a outras iniciativas, como o Ano Internacional do Voluntariado, em 2000, e a disseminação, junto ao empresariado, inclusive às empresas de comunicação, de uma cultura de “responsabilidade social”<sup>23</sup>.
- c) O trabalho de organizações do Terceiro Setor tem desenvolvido “nova” sensibilidade nos editores para escolha e seleção de pautas menos factuais e com maior relevância e horizonte social. O que revelaria uma redefinição dos “valores notícia”, baseados não na efemeridade da informação, mas na importância social de temas que apontam para a cidadania e para a idéia, ainda que vaga, de desenvolvimento social e humano.
- d) O jornalismo, por sua vez, como não é detentor do conhecimento especializado produzido pelas organizações do Terceiro Setor e vive sob a

---

<sup>23</sup> Esta cultura está sendo disseminada, no Brasil, por um conjunto de instituições, dentre as quais se destaca o trabalho do Instituto Ethos de Responsabilidade Social. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>>. Acessado em 02 de abril de 2004.

ditadura do fator tempo na produção da notícia, em alguns casos, acaba se tornando um refém do enquadramento feito pelas ONGs, que além de influenciarem na escolha da pauta, influenciam também, no tratamento, enfoque e abordagem dos assuntos. Jorge Pedro de Sousa (2000) fala da tirania do fator tempo como algo capaz de afetar o *news judgement* e, por seu turno, afetar também o *news making*.

### 3.9 O CAMPO DA PESQUISA – OBJETO E DELIMITAÇÃO

A pesquisa acompanhou, por meio da observação ordinária e participante<sup>24</sup>, as estratégias que a Agência Nacional dos Direitos da Infância (ANDI) desenvolveu, de agosto de 2002 a novembro de 2003, em parceria com a Organização Internacional do Trabalho (OIT), Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF), Fundação Abrinq e *Save The Children*, para dar ao tema “trabalho infantil doméstico” maior visibilidade na mídia brasileira.

A ANDI é uma ONG fundada em 1992, em Brasília. Segundo uma de suas criadoras, Âmbar de Barros, a ANDI surgiu no início da década de 1990 para dar vazão às enormes quantidades de ações que o movimento social ligado à defesa dos direitos das crianças e adolescentes realizava. Segundo ela, havia um fosso muito grande entre as organizações e os jornalistas e a ANDI surgiu para diminuir estas distâncias:

“Os meninos de rua estavam nas páginas policiais como ameaça à classe média, apesar da aprovação do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) ter ocorrido em 1990. No rastro do ECA e com reação a esse quadro, a ANDI nasceu com o objetivo de cooperar com os meios de comunicação, com os profissionais de imprensa”.<sup>25</sup>

A missão da ANDI, desde então, é contribuir para o aprimoramento da qualidade da informação pública em torno de temas considerados decisivos para a promoção dos direitos da infância e da adolescência. Para isto, busca estimular o diálogo pró-ativo, profissional e ético entre os atores da sociedade civil e a mídia.<sup>26</sup>

<sup>24</sup> O pesquisador participou de toda a campanha e construção das estratégias para agendamento na mídia impressa brasileira do tema: “trabalho infantil doméstico”, na condição de representante do Movimento Nacional de Meninos e Meninas de Rua, durante os anos de 2002 e 2003.

<sup>25</sup> Cf. entrevista concedida pela editora executiva da ANDI.

<sup>26</sup> Missão expressa no documento *ANDI no Presente*, publicado pela própria ANDI.

Três eixos estratégicos – Mobilização, Análise e Qualificação – orientam as diversas iniciativas desenvolvidas pela ANDI. Em função disso, as tecnologias da informação vêm sendo adotadas pela instituição, com vistas à organização da infraestrutura, à formação de redes, à gestão da informação em monitoramento e à avaliação da mídia. Entre outros, a ANDI reconhece ser fundamental a criação de uma cultura de co-responsabilidade pela qualidade da informação pública como condição estratégica para a inserção da criança e do adolescente como personagens prioritários na agenda nacional de desenvolvimento humano e social.

A estrutura operacional da ANDI é formada por 11 núcleos e editorias, responsáveis pela elaboração dos projetos e implementação/gerenciamento das ações relacionadas aos eixos estratégicos de Mobilização, Análise e Qualificação da mídia. Para tal foram organizadas seis editorias: Análise de Mídia, Notícias, Pautas, Mídia Infanto-Juvenil, Projetos Especiais e On-Line, Direção Executiva, Assessoria de Relações Institucionais, Controladoria, Coordenação da Rede ANDI (Brasil) e Coordenação de Relações Internacionais e Acadêmicas. Atualmente, 67 pessoas integram esses núcleos e editorias, estabelecidos em sua sede, em Brasília (ANDI no Presente, p. 47)

A Agência é reconhecida no Brasil e no exterior como um centro de referência em comunicação para os direitos e o desenvolvimento humano e social. Em 2003 foi escolhida pela Organização Não-Governamental *Global Development Network* como um dos três projetos sociais mais inovadores do mundo.

A ANDI publica periodicamente boletins voltados para jornalistas e atores sociais, entre eles: *Infância na Mídia Hoje* (diário), *Direto ao Assunto* (mensal) e *Conversa Afiada* (bimestral). Todos eles têm em comum o objetivo de sugerir temas a serem abordados na cobertura jornalística, além de dados estatísticos e fontes de informações. Ainda no segmento de publicações, são desenvolvidas Guias de Fontes temáticos, com informações sobre os principais personagens do cenário da garantia dos direitos da infância e adolescência.

Em 2003, lançou em parceria com o UNICEF e a Editora Cortez a série *Mídia e Mobilização Social*, cujos títulos traçam análises editoriais quanti-qualitativas sobre o tratamento que a imprensa brasileira dedica a temas envolvendo crianças e adolescentes, juntamente com sugestões de pautas e definições conceituais.

### 3.10 A COBERTURA DO TRABALHO INFANTIL PELA IMPRENSA BRASILEIRA

O trabalho realizado por crianças e adolescentes é hoje um tema de grande impacto na mídia impressa brasileira. Embora a presença do assunto nas páginas dos jornais e revistas tenha uma evolução irregular<sup>27</sup>, as reportagens sobre exploração do trabalho infantil têm obtido grande destaque. Além de manchetes nas primeiras páginas, as fotos que registram as atividades irregulares realizadas por meninos e meninas também contribuem para chamar a atenção e sensibilizar, não apenas o público que recebe as informações, mas os próprios profissionais da imprensa.

Nos últimos anos a mídia, num movimento que transpôs a cobertura da infância e da adolescência excluída (antes relegada à seção policial) para páginas em que se discutem direitos, tem ligado a questão ao tema Educação, como sendo esta uma medida eficaz para evitar o trabalho infantil, a partir de ações governamentais e do trabalho de ONGs. Iniciativas como a criação da Bolsa-Escola no Distrito Federal, em 1998, experiência inovadora que seria adotada pelo Governo Federal, e a realização, no mesmo ano, da Marcha Global contra o Trabalho Infantil, pautaram a mídia, com impacto.

No ano seguinte, 43% do noticiário sobre a Exploração do Trabalho Infantil vai além da denúncia: apresenta experiências bem-sucedidas – o que a ANDI convencionou chamar de enfoque de *Busca de Soluções* – responsáveis pela transformação da vida de milhares de crianças e adolescentes. A imprensa tornava-se, a partir daquele momento, uma espécie de “aliada” dos projetos que visam combater o problema. Iniciativas do Fórum Nacional de Prevenção e Erradicação do Trabalho Infantil e de organizações como a Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança repercutiram satisfatoriamente.

Em 2000, a campanha *Criança no Lixo, Nunca Mais*, parceria do UNICEF com entidades governamentais e não-governamentais, reforçava a presença do tema Trabalho Infantil na pauta nos jornais. Em 2001, foi a vez do lançamento do programa Bolsa-Escola, em todo o País, o que garantiu visibilidade ao tema.

---

<sup>27</sup> Dados extraídos da pesquisa *Infância na Mídia*, que é uma publicação anual editada pela ANDI desde 1996 que acompanha diariamente como os principais jornais e revistas do País (61 jornais de 25 unidades da Federação e 10 revistas de circulação nacional) dedicam espaço a temas relativos à criança e ao adolescente.

A pesquisa realizada em jornais e revistas ao longo de 2002 mostrou que, apesar de o problema persistir, sua cobertura terminou enfraquecida em termos numéricos, caindo do 7º para o 12º lugar, entre os 21 temas pesquisados naquele ano. De um total de 93.581 reportagens relativas à infância e adolescência publicadas em 50 jornais brasileiros, a questão representou cerca de 1,5%, ou 1.416 matérias. Para se ter uma idéia, o tema Educação, campeão do *ranking*, representou 24,5% do total.

Contudo, a partir daquele período (2002), houve uma vitória: a introdução, na pauta da imprensa brasileira, da discussão sobre o Trabalho Infantil Doméstico, assunto que até então era praticamente oculto, como é a própria atividade. Uma ação da OIT (em parceria com a ANDI) e a Fundação Abrinq (apoiada pelo UNICEF e *Save the Children* Reino Unido), foi responsável pela “descoberta” do tema pelos jornalistas.

#### Quadro 1 - A evolução da cobertura da pauta trabalho infantil nos rankings

Posição	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
1º							
2º							
3º							
4º							
5º							
6º	*****	*****					
7º						*****	
8º							
9º					*****		
10º			*****	*****			
11º							
12º							*****

Fonte: ANDI

Conforme demonstrado no Quadro 1, as posições do tema Exploração do Trabalho Infantil variaram do sexto ao 12º lugar ao longo das edições da pesquisa *Infância na Mídia*. Na média, entre 1996 e 2002, o assunto ocupou a 10ª posição, considerando somente o número de matérias publicadas, sem analisar a qualidade do material<sup>28</sup>.

<sup>28</sup> In: Análise de Mídia. Nº 01, agosto e outubro de 2004. ANDI e OIT.

### **3.10.1 O trabalho infantil e o trabalho infantil doméstico**

O trabalho infantil foi tolerado pelo governo e sociedade civil até meados da década de 1980. O artigo 227 da Constituição de 1988 elevou as crianças e adolescentes à condição de prioridade absoluta para o Brasil, afirmando que é dever do poder público, em todos os níveis, e da família assegurar seu pleno desenvolvimento e bem-estar.

Em 1992, com a chegada do Programa Internacional para Eliminação do Trabalho Infantil (IPEC), da OIT, e a apresentação de dados reveladores da Pesquisa Nacional por Amostra Domiciliar (PNAD), o Governo Federal decidiu que o tema trabalho infantil entraria definitivamente na agenda política nacional. Dois anos mais tarde, em 1994, foi criado o Fórum Nacional de Prevenção e Erradicação do Trabalho Infantil, com a missão de articular os diferentes setores da sociedade na busca de soluções para este problema.

A Constituição Brasileira, a Consolidação das Leis de Trabalho (CLT) e o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) definem claramente que criança não pode trabalhar, exceto na condição de aprendiz a partir dos 14 anos. Quando o trabalho é caracterizado dentro de uma das “piores formas” classificadas pela OIT não é permitido abaixo dos 18 anos.

Por longos anos, uma expressão do trabalho infantil permaneceu no anonimato e no silêncio, em muitos casos com a conivência da própria família, dos empregadores, das organizações e do poder público. Trata-se do Trabalho Infantil Doméstico (TID), atividade ilegal, realizada na casa de terceiros, que atinge 458.594 crianças e adolescentes, a maioria afro-descendentes e do sexo feminino.

Segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios e da Organização Internacional do Trabalho (PNAD) de 2001, há 494 mil crianças e adolescentes de 5 a 17 anos nessa situação no Brasil. A pesquisa aponta que o trabalho infantil doméstico representa 4,7% do total de 3.094.249 crianças que trabalham no Brasil abaixo da idade mínima permitida por lei.

Pesquisas qualitativas coordenadas pela OIT, realizadas em 2001 e 2002, mostram o seguinte quadro: 1.029 crianças e adolescentes trabalhadores domésticos, 364 famílias de origem e 105 famílias empregadoras em Belo Horizonte, Belém e Recife. Apontam ainda que a maioria desses trabalhadores é formada por

mulheres (92,7%), por afro-descendentes (74,7%) e que desconhecem os seus direitos básicos (72%).

O estudo *Políticas Sociais e Oferta Institucional Frente o Trabalho Infantil Doméstico no Brasil*, elaborado por Neide Castanha, aponta a invisibilidade histórica do trabalho doméstico decorrente de vários fatores, entre eles, a pouca organização das trabalhadoras.

Apesar da gravidade do problema, este é um tema que encontra fortes resistências culturais: uma mãe prefere entregar sua filha para trabalhar na casa de terceiros a vê-la morrer de fome, por exemplo. Isto explica, em parte, a aceitação cultural desse tipo de atividade, quase como uma justificativa para a sua legitimação. A idéia do trabalho doméstico, afirma a consultora da OIT, Neide Castanha (2002), para meninas é muito forte em nossa sociedade, quase que fazendo parte da vida das crianças de famílias pobres, que dimensionam os serviços do lar como parte da formação infantil e sua passagem para lares de terceiros como uma possibilidade de aprendizado e melhoria de oportunidades para ascensão social.

Como a sociedade em geral, a imprensa também demorou a enxergar o problema. O assunto só chegou à pauta dos jornais e revistas em 2002, graças a pesquisas realizadas em seis estados brasileiros: Pará, pelo Centro de Defesa da Criança e do Adolescente – Emaús; Minas Gerais, pelo ICA da PUC-MG; Pernambuco, pelo Centro Dom Hélder Câmara de Estudos e Ação Social; Bahia, pelo Ceafro; Maranhão, pelo *Terre dès Hommes*; e Mato Grosso do Sul, pelo Ministério do Trabalho.

Segundo o livro *Crianças Invisíveis*<sup>29</sup>, estas Organizações Não-Governamentais receberam apoio da OIT, UNICEF e *Save The Children* Reino Unido, entre outras instituições, para a realização de um amplo levantamento sobre o problema, imprescindível para uma maior compreensão dessa realidade brasileira.

Pesquisas constataram que o assunto não tem visibilidade na mídia, apesar da relevância dos números da própria OIT que indicam que só em Brasília existem nessa situação 7.254 crianças, 3.318 abaixo de 16 anos. Comparado a outros temas

---

<sup>29</sup> Pesquisa sobre a produção editorial de 62 jornais e três revistas, entre julho e setembro de 2001, desenvolvida pela ANDI.

relativos à criança e ao adolescente que têm relevância, o “trabalho infantil doméstico” quase não aparece.

A ANDI acompanha outros 80 subtemas a partir do monitoramento diário de 62 jornais de 24 estados brasileiros e 10 revistas de circulação nacional. Enquanto o tema “educação” aparece na mídia impressa 19.619 vezes, em 2001, o número de matérias cujo tema foi “trabalho”, no mesmo período, foi de apenas 414, uma visibilidade 81% menor. Segundo a pesquisa ANDI/Instituto Ayrton Senna, realizada anualmente, as matérias que tratam o trabalho infantil doméstico, um dos subtemas do grande tema “trabalho” quase não aparecia, antes de 2001, nos números finais.

Em 2002 também não foi diferente, segundo o relatório 2002/2003 da ANDI/Instituto Ayrton Senna, pois o tema “educação” continuou ocupando a primeira posição no ranking de temas mais abordados, com um registro de 21.958 inserções. Ao passo que o tema “exploração do trabalho”, aí incluída a categoria trabalho infantil doméstico, registrou apenas 1.416 inserções. O mesmo relatório ressalta que o tema “exploração do trabalho infantil doméstico” terminou 2002 bem enfraquecido, caindo 4 pontos no ranking, passando do 12º no ano anterior para o 7º lugar.

## **4 O QUE PENSAM OS JORNALISTAS SOBRE O TRABALHO DA ANDI**

#### 4.1 A PESQUISA NA FACULDADE DE COMUNICAÇÃO DA UNB

Para melhor fundamentar a dissertação, o presente capítulo expõe parte do trabalho “Criança e Adolescente na Imprensa – Mudança de Abordagem”<sup>30</sup>, desenvolvido por Cláudio Fernandes (matrícula 96/09890) e Daniella Cronemberger (matrícula 97/57929), bacharéis em jornalismo na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (FAC/UNB) em junho de 2001. Obviamente que os dados apresentados não condizem com a realidade atual, considerando que transformações ocorridas nesses últimos quatro anos, inclusive que alguns entrevistados já não ocupam mais os mesmos postos que ocupavam outrora.

A exposição desse trabalho evidencia a qualidade da pesquisa desenvolvida pelos alunos na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília<sup>31</sup>, ainda nas fases iniciais, como a graduação; e, ao mesmo tempo, demonstra que o tema já era algo que ocupava e inquietava o espírito investigativo dentro da própria FAC/UNB, desde o início desta década. Ademais, vem complementar uma lacuna que a presente pesquisa não conseguiu preencher, que é saber a posição dos próprios jornalistas a respeito do tema. Isso ajuda a corroborar a terceira hipótese levantada, que advoga que em razão do trabalho de organizações do Terceiro Setor os jornais têm desenvolvido uma nova sensibilidade na escolha de pautas menos factuais e com maior relevância e horizonte social.

Os alunos usaram o método da entrevista estruturada. Dentre os jornalistas que foram entrevistados, estão editores-chefes de grandes jornais do país e Jornalistas Amigos da Criança/ANDI<sup>32</sup>. Como já explicado anteriormente, foram escolhidos representantes, responsáveis pelas redações ou editores ligados à área, dos 10 jornais que mais publicaram matérias sobre crianças e adolescentes em 1999. Foram eles: Correio Braziliense-DF; Folha de São Paulo-SP; Meio Norte-PI; A Tarde-BA; Estado de São Paulo-SP; Gazeta do Povo-PR; Folha de Londrina-PR; Jornal de Brasília-DF; Estado de Minas-MG; e Correio Popular-SP.

---

<sup>30</sup> Esse trabalho foi encontrado, por acaso, numa sala coordenada pela secretaria da FAC/UNB, onde se encontram depositados, sem muita organização, os trabalhos de graduação dos últimos anos. Isso demonstra a necessidade de as universidades, sobretudo, as públicas, em manter organizada e catalogada a sua produção de conhecimento, em todos os níveis.

<sup>31</sup> Vale destacar o hercúleo e paciente trabalho realizado pelos mestres da FAC/UNB na orientação da pesquisa, incitando, desde a graduação, a vocação para o espírito científico e para a investigação.

<sup>32</sup> O capítulo 5 explica melhor o que é o projeto Jornalistas Amigos da Criança.

Para não tornar o assunto muito extenso, selecionamos apenas seis entrevistas, as quais serão organizadas e transcritas conforme a ordem apresentada no trabalho de graduação dos citados alunos.

### **MARIO EVANGELISTA**

Editor Chefe do Correio Popular (SP)

**Gostaria que o senhor falasse sobre como esses parâmetros mudaram. Se há poucos anos esse tema era pouco abordado, agora é uma das principais pautas.**

Acho que a gente demorou para acordar do pesadelo da ditadura. A gente ficou primeiro muito preso a essa questão de recuperar todo o exercício da cidadania. Na verdade, a gente foi acordando aos poucos dessa letargia. A imprensa se focou na questão de recuperar o exercício pleno da cidadania. Esse foi um ponto. A partir daí, as coisas foram se desencadeando de maneira que a própria imprensa foi pensando nos outros setores, na qual eu incluo a questão da criança. Por exemplo, eu sempre tive preocupação muito grande com isso porque são eles que formam o futuro do país, é aquela questão da base da educação, enfim, aquele discurso que todo mundo faz e quem tem pelo menos um pouco de cabeça concorda que é exatamente por aí que a gente vai construir esse país. É com educação, não tem jeito. O que mudou nos parâmetros foi mais ou menos isso. Embora eu seja um pouco crítico com o trabalho que a imprensa desenvolve ainda no seu todo, acho que ela acordou primeiro para essa questão da cidadania, com a política. E isso acabou facilitando os canais de discussão sobre esse tema. A democratização ajudou isso também. É como se você cavasse um buraco achando que você vai achar terra, e você acha um baú que tem uma coisa dentro. E o que acontece? O que tem dentro do baú é a história da criança. E isso é uma coisa generalizada. Todo mundo aumentou a atenção para isso, não só divulgando matéria como propondo solução.

**Isso aumentou também o número de matérias que buscam solução e não só denunciam?**

Aí também tem a ver um pouco, e é puro “achismo” meu, com o perfil do jornal que está tendo que mudar. O jornal, como todo meio de comunicação, é superdinâmico e está em constante mutação. Com esse negócio de internet, o novo perfil do jornal... Acho que o jornal está ramificando a sua busca para uma nova interpretação das coisas. Como você vai passar essas coisas para o seu leitor? Parece que o leitor estava de saco cheio dessa passividade do jornal. O que o leitor gosta? Isso é uma coisa que a gente sente muito aqui no Correio Popular, que é um jornal provincial, regional, e é essa a nossa vocação. O leitor não gosta só de se sentir mais ou menos dono ou parceiro do jornal, como gosta que o jornal proponha solução. E não é “ah, vamos fazer um largo trabalho de educação”.

Tudo bem, nós temos que fazer um trabalho de educação, melhorar nossos indicadores sociais, mas na prática, o que nós temos que fazer, caramba? Temos que organizar torneio de basquete na rua, como fizeram em Nova Iorque? Temos que arrumar emprego para essa criançada e fazer programa de educação assistida? O que temos que fazer? A gente acabou se aproximando ainda mais da população e do próprio leitor. É essa a questão. O jornal acordou para isso, você tem que ser parceiro da comunidade especialmente nas questões mais agudas.

**Mas, dentro disso, teve algum fator que foi mais importante, por exemplo, teve o crescimento das Organizações Não-Governamentais, a criação do Estatuto da Criança e do Adolescente, ou foi mesmo um aumento de consciência da imprensa?**

Acho que você tem razão. Tem um conjunto de fatores que contribuiu para o fortalecimento dessa visão até dentro das redações mesmo. Vendo que aquele exercício que a gente está fazendo desde o final da ditadura, a gente está reaprendendo a sociedade, a cidadania. Isoladamente, esse processo viria mais demorado se não fossem esses fatores que você está citando. O Estatuto da Criança, o crescimento das Organizações Não-Governamentais. E isso veio com a democratização do processo político. Então, é aquela história, se a gente não tivesse brincado com dólar, os nossos indicadores sociais seriam muito melhores que são. Provavelmente a gente seria um país muito mais rico, mais interessante e mais igual. Outra coisa: a estabilidade acabou jogando muita gente no mercado, embora não tenha diminuído as nossas profundas diferenças sociais de renda, que é uma coisa ainda dantesca no Brasil e isso acabou chamando um pouco a atenção também. Esse processo de guetização acaba se transformando numa coisa mais visível do que era. Mas se não tivesse tudo isso que você falou, é notório, a imprensa não ia dar a menor bola. Esse processo viria, mas seria um pouco mais lento, a um passo menor.

**Você acha que a imprensa tem cumprido o papel de divulgar o ECA? Se não, qual seria a melhor maneira de divulgá-lo?**

Acho que a imprensa poderia fazer melhor. Se eu estivesse satisfeito com o que a imprensa faz, eu já não estaria trabalhando no jornal. Sei lá, abriria um restaurante, que é legal. É que a gente tem que estar meio insatisfeito o tempo todo. Na medida do possível, a gente tem dado as coisas. Mas mesmo a gente aqui falha também. A gente sempre esteve entre os 10 jornais que mais noticiam crianças e adolescentes. E esse ano a gente deu uma caída, mas aí foi por motivos internos, a gente atravessou uma turbulência com a história da economia, do preço do papel, etc. Estamos recuperando isso. E é uma coisa importante porque a gente fez uma reflexão aqui mesmo, foi uma coisa que todo mundo sentiu. O que eu acho interessante porque antigamente as pessoas talvez não tivessem essa sensibilidade, mas porque você tem um controle social sobre a questão. Você tem a ANDI que manda uma cartinha dizendo: "Por que vocês não publicam mais tantas matérias quantas vocês publicavam?" É legal esse tipo de coisa porque a gente antes não tinha baliza. O controle das ONGs ajuda muito a você a melhorar a qualidade do jornal, do seu texto e da cobertura, inclusive na questão da criança e do adolescente. A gente está aquém do que pode fazer. A gente pode fazer mais, divulgar mais, ser mais parceiro e propor melhores soluções. Enfim, acho que a gente tem que sair dessa coisa reativa e ser proativo mesmo, tomar uma coisa de ação, atitude.

**Não ficar esperando uma coisa acontecer para poder falar mal?**

Exatamente. Antes que eu fale, perdão da palavra, "está uma merda!", vamos fazer algo para que seja uma coisa superbacana, superdiferente, que seja bom para todo mundo. Depois, eu acho que o jornal tem que propor solução e discutir amplamente esse tipo de coisa com a sociedade. Nós estamos passando por um processo desse aqui em Campinas-SP. Um juiz da Vara de Menores baixou um despacho para tirar todas as crianças das ruas e cruzamentos.

### **E ele vai fazer o que com elas?**

Vai pôr num centro para formar e educar. É interessante. Tem parte da sociedade que acha que é ilegal frente ao ECA, outras acham que a atitude tem que ser mais rigorosa mesmo porque se não, não vai adiantar. Enfim, a sociedade está aprendendo a discutir esses temas também, que a gente nunca discutiu. Quando que na ditadura você poderia discutir uma questão como essa, com todos os segmentos que estão interessados nessa situação. Então você hoje tem um debate amplo, essa generalização do debate ajuda. Você tem muita porcaria, mas tem muita coisa boa também.

### **Você citou a pesquisa da ANDI, que classifica por assunto. E um assunto chama muito a atenção, que é Educação, passou a ser a principal pauta da imprensa, é o primeiro colocado na lista. Tem uma explicação para isto?**

Caiu a fichinha na cabeça de todo mundo que a gente só sai desse lodaçal que a gente se encontra com educação. Não adianta, a gente tem que investir em educação. Eu estou fazendo um curso e estou ouvindo um professor atrás do outro falar a mesma coisa. Qual a saída para o Brasil? Investir em educação. Ninguém fala em outra coisa. Que eu me lembre, a gente discutia essa coisa na faculdade há 25 anos. Que tem que investir na educação, que a educação é base para tudo. E é mesmo. As pessoas acabaram se conscientizando que realmente é isso que vai mudar a vida das pessoas amanhã. O que pode pontualmente acabar com nossas desigualdades, essa diferença abissal que tem entre todo mundo? Educação, não tem outra saída. Todo mundo acabou percebendo que quanto mais você puder ser vigilante e também oferecer soluções, e proposta de se melhorar em qualidade, a gente vai sair mais rápido desse atoleiro. Acho que o país ganha muito.

(...)

### **Foram criadas pela ANDI algumas estratégias para chamar a atenção da mídia para o assunto, como o Prêmio Ayrton Senna e o projeto Jornalista Amigo da Criança. Isso influencia no dia-a-dia da redação?**

No geral, não. Em cada profissional, eu acho que sim. Porque isso significa um enriquecimento até do currículo. É uma coisa que te coloca em outro patamar profissional. No geral, acho que a nossa preocupação tem sido mais com a questão da sociedade mesmo, da discussão. Mas é claro, eu vou te mentir se te falar que não tem jornalista que fica correndo atrás de prêmio, é claro que fica. Tem uma certa influência sim, mas eu diria que de 0 a 10, a influência é de 5. Porque depende muito de cada pessoa. Tem gente que fala que fica arrumando pauta porque tem um prêmio que serve para essa pauta, então vou fazer uma super-reportagem, uma série e eu vou ganhar 30 paus no final do ano. Pode, não vejo nada de mau nisso, acho que até ajuda. Mas eu não sinto, pelo menos aqui, que isso seja tão geral. Em outras redações pode ser que seja, porque são redações mais competitivas. Mas a gente acaba ficando preocupado, até como jornal regional, com as questões mais próximas da gente mesmo. Tanto que às vezes a gente perde até o prazo dos prêmios. (risos)

(...)

### **ANA DUBEUX**

Editora de Cidades do Correio Braziliense e Jornalista Amiga da Criança (ANDI)

**Como aumentou muito o número de matérias que tratam de criança e adolescente, queria que você falasse um pouco sobre o que levou a imprensa a dar mais atenção à infância?**

Tem alguns pontos importantes. A gente tenta ampliar cada vez mais a quantidade de matérias nessa área de jovem e criança porque são matérias que têm interesse muito grande por parte das pessoas. Tanto para o leitor que se vê, o jovem que lê o jornal e se vê nas matérias, tanto para aquelas pessoas que convivem com eles, ou seja, pais, professores, estudiosos da área. A gente tem a preocupação cada vez mais de colocar matérias que tenham relação direta com jovens. A outra coisa é que, no caso das crianças e dos adolescentes, a imprensa de modo geral tinha uma vocação para matérias muito negativas. As crianças apareciam em matérias de violência e a gente está tentando mudar um pouco.

(...)

**O fator fundamental para essa mudança seria então o interesse do leitor? Algumas pessoas apontam também o crescimento do terceiro setor e a criança do ECA, por exemplo.**

Esses encontros e esses trabalhos que são desenvolvidos nessa área acabam estimulando muito. A própria ANDI estimula, tem mostrado, passado pautas. A ANDI participa ativamente dessa relação com a imprensa para que a gente possa mostrar as coisas, mostrar o que tem acontecido nessa área. Mas acho que no geral a mudança acontece muito mais porque as pessoas têm interesse. O leitor se coloca cada vez mais interessado em conhecer essa área, então a gente acompanha isso. Assim como as ONGs e entidades começam a ter muito mais interesse em oferecer matérias para a gente. O que faz com que a imprensa trate mais do assunto é o interesse que nos chega através das pessoas.

**Ao mesmo tempo em que aumentou o número de matérias, aumentou também o número de reportagens que, em vez de apenas denunciar, buscam soluções. Por que isso tem acontecido?**

Porque a gente tem adotado isso em todas as áreas. Quando a gente fala em meio ambiente, a gente fala 'olha, vocês estão degradando o meio ambiente'. Só que apenas apontar os erros não resolve. Você tem que apontar a solução ou apontar o que as pessoas podem fazer para mudar aquilo que está acontecendo. No caso da área de criança e jovem isso é ainda mais forte. Os jovens têm se drogado mais, existe um maior número de espancamentos. Quais são os órgãos que você pode recorrer para tentar evitar isso? O que um pai que vive essa situação pode fazer para tentar encontrar uma solução? O que tem sido feito em termos de pesquisa em universidades, ONGs, entidades ligadas a essa área para tentar minimizar essa situação? O que cada um de nós, como cidadão, pode fazer para tentar encontrar uma solução para esse problema? Então, o jornal tem uma função muito importante, a gente não pode ficar só naquela coisa "vamos jogar a notícia". Nós estamos participando para você que existe esse problema, temos que apontar as soluções para ver se a gente, de algum modo, entra nessa história de uma forma mais ativa, mais participativa.

(...)

**Algumas estratégias foram criadas para chamar a atenção da mídia para o assunto, como o Prêmio Ayrton Senna e o projeto Jornalista Amigo da Criança. Isso influencia a redação?**

Claro, isso tem uma influência grande. A gente pega semanalmente aquele material que a ANDI manda e eu sempre tenho o cuidado de mostrar na

reunião de editores, dizendo: “Olha, nós aparecemos tantas e tantas vezes, essa matéria foi muito bem aceita”. Há uma discussão em cima disso. O diploma da ANDI, obviamente, foi uma honra eu ter recebido. Outras pessoas da redação também receberam. As pessoas ficam satisfeitas de estarem participando, ajudando, de estarem no meio dessa grande discussão que o país está fazendo sobre juventude e sobre criança. E o Prêmio Ayrton Senna estimula bastante. O jornal já ganhou e agora neste ano a gente está com duas matérias que acho que vão concorrer bem.

### **As pautas são pensadas em cima do prêmio?**

Não, a gente não pensa: “Nós vamos fazer para ganhar um prêmio”. A gente pensa em fazer para fazer uma boa matéria. A matéria dos jovens sobre a falta de lazer acho que é um exemplo disso. A gente não fica assim: “Meu objetivo é ganhar um prêmio”. Meu objetivo é mostrar, jogar no outro dia no jornal uma reportagem que dê leitura, que repercuta, que tenha alguma função. Uma função de ajudar, colaborar com essa política social do país.

(...)

### **LEANDRO DONATTI**

Coordenador de Redação da Folha de Londrina (PR)

**Nos últimos quatro anos, houve um aumento de 500% no número de matérias que tratam da infância e adolescência. Gostaria que o senhor falasse sobre os parâmetros que a mídia utiliza para eleger este ou aquele assunto como sendo mais importante. Como esses parâmetros mudaram, em relação à área da criança e do adolescente?**

Os parâmetros, quando o tema é criança e adolescente, fogem um pouco à regra do jornalismo que diz de forma fria e objetiva: esta matéria vale ou não vale sob o ponto de vista prático. Quando o tema envolve criança, fala um pouco o coração, pelo menos numa sociedade que busca melhoria social, a concepção e os parâmetros mudaram com certeza desde a instituição do ECA, seja pelo não cumprimento do mesmo ou pelos direitos e garantias fundamentais nele contido. Criança e adolescente merecem espaços nos veículos de comunicação assim como os idosos e o tratamento tende a ser diferenciado.

**Qual foi o fator mais importante nessa mudança? Crescimento do terceiro setor, criação do ECA ou maior consciência da imprensa, por exemplo.**

Acho que a instituição do ECA associada a uma conscientização não apenas da imprensa, mas de setores importantes da sociedade. As crianças e os adolescentes passaram a contar com um apoio jornalístico acentuado, graças a um novo contexto.

**Ao mesmo tempo em que aumentou o número de matérias, aumentou também o número de reportagens que, em vez de apenas denunciar, buscam soluções. Por que a imprensa passou a se aprofundar mais no assunto?**

A busca de soluções e a tentativa de distencionar situações difíceis são da natureza humana. A mídia entendeu que a população não quer apenas o denunciamento, mas o caminho para a solução. Apresentar um quadro negro da criança e do adolescente sem indicar os mecanismos para amenizar isso não seria nem justo sob o ponto de vista do leitor.

(...)

**Algumas estratégias foram criadas para chamar a atenção da mídia para o assunto, como o Prêmio Ayrton Senna e o projeto Jornalista Amigo da Criança. Isso influencia no trabalho do jornalista?**

Influencia para uma pequena parcela de jornalistas, aqueles que de uma forma ou de outra buscam nesses prêmios uma compensação, seja financeira ou até profissional. Os prêmios e a competição são importantes porque estimulam e propiciam alguns tipos de matérias de cunho social, que normalmente não fluem sem estímulo.

**JOSÉ OSMANDO DE ARAÚJO**

Editor Chefe do Meio Norte (PI)

**Nos últimos anos, aumentou muito o número de matérias que abordam temas relacionados à criança e ao adolescente. Qual foi o fator mais importante nessa mudança?**

O Estatuto da Criança e do Adolescente, acompanhado da conseqüente implantação de Conselhos Tutelares e a consciência crítica da imprensa, assumindo, ao lado do Ministério Público, a vanguarda nas denúncias e, ao mesmo tempo, no nosso caso, expondo as ações positivas em favor da criança e do adolescente, certamente estas foram questões determinantes no aumento do volume de matérias relacionadas ao tema.

**Também aumentou muito o número de reportagens que, em vez de apenas denunciar, buscam soluções. Por que, na sua opinião, a imprensa passou a se aprofundar mais no assunto?**

No caso do jornal Meio Norte, desde 1998 tem crescido muito o volume de reportagens que mostrem soluções nas questões ligadas à infância e adolescência. A avaliação da ANDI mostra que estamos, nesses últimos três anos, sempre entre os 5 principais jornais do Brasil nesse quesito. Entendemos que não adianta apenas denunciar, pois os mecanismos de correção dos problemas ainda são frágeis. Compreendemos que, como meio de comunicação, temos o dever social a cumprir e sabemos que quando exibimos uma ação positiva isso serve de exemplo para que outras pessoas e outras instituições passem a se interessar pelos dramas de criança e adolescentes, que sofrem sobre todos os aspectos.

(...)

**O que o senhor acha da atuação da ANDI?**

Acho que o papel da ANDI é ótimo e necessário. Ao monitorar a imprensa, contribui para elevar o interesse dos veículos acerca da infância e adolescência e, ao mesmo tempo, ao fazer um reconhecimento público sobre o desempenho de cada veículo, finda por estimulá-los a melhorar sua atuação. Quem termina ganhando é a sociedade.

(...)

**NADJA VLADI CARDOSO GOMES**

Editora do Caderno Dez! A Tarde (BA) e Jornalista Amiga da Criança

**Gostaria que falasse sobre os parâmetros que o jornal utiliza para eleger este ou aquele assunto mais importante. Como esses parâmetros mudaram em relação à criança e ao adolescente?**

Olhe, para mim, notícia é um produto e como tal tem que interessar ao público. A gente sabe que temas como sexo e música sempre têm um bom

apelo, mas isto tem mudado ou pelo menos têm tido mais espaço, dentro das próprias empresas de comunicação, para questões voltadas para a cidadania. Então, hoje é muito importante falar ao jovem sobre ecologia, mostrar a vida na periferia, soluções para o problema das drogas, jovens infratores. Acho que o jornalismo ainda tem muito do furo, mas abre muito espaço para o jornalismo que atua no social, dando toques e mostrando que dá pra fazer um país mais bacana e justo. Voltando à minha afirmação inicial: atualmente a notícia social também é um ótimo produto. Que bom né?

**Qual foi o fator mais importante nessa mudança? Crescimento do terceiro setor, criação do ECA ou maior consciência da imprensa?**

O crescimento do terceiro setor é fato e isso não pode ser ignorado pela mídia. As ONGs estão atuando e o trabalho delas tem muita visibilidade nos meios de comunicação. A sociedade, como um todo, está mais preocupada em buscar soluções para os problemas sociais do Brasil. E acho que a ANDI teve um papel importante em levar esses temas para a pauta dos grandes jornais. Estamos evoluindo...

(...)

**Algumas estratégias foram criadas para chamar a atenção para a pauta da infância e da adolescência, como o Prêmio Ayrton Senna e o projeto Jornalista Amigo da Criança. Isso influencia no trabalho do jornalista? Como?**

Claro que sim. É um reconhecimento e tanto e o cara fica mesmo comprometido com a causa. Mas, acho que workshops nas redações são tão válidos quanto, principalmente com o pessoal de rádio e TV.

**O que a senhora acha da atuação da ANDI?**

Acho que a ANDI faz muito bem o trabalho. Traz boas pautas para redações, boas fontes e um bom material para o jornalista escrever bem sobre infância e adolescência. As pesquisas são importantes, mas não é uma preocupação ficar acompanhando. É ótimo estar entre os primeiros.

**ELIANE CANTANHÊDE**

Colunista da Folha de São Paulo em Brasília (DF). Jornalista Amiga da Criança

**Nos últimos anos, tem mudado bastante o comportamento da mídia para eleger um assunto mais ou menos importante. Queria que você comentasse como esses parâmetros mudaram no caso das matérias relacionadas à criança e ao adolescente.**

Acho que você tinha um processo político no Brasil que estava focado muito na questão política e econômica. A questão política era prioridade porque a gente estava vivendo uma ditadura de 20 anos. Todas as organizações da sociedade civil, todas as profissões do Estado, tipo professores, médicos, eram outras questões que também eram absolutamente prioritárias, mas ficaram um pouco esquecidas. Dentro disso, também a questão específica da infância. Quando se discutia a participação da sociedade civil e voluntariado, havia muita gente do setor descrente que dizia: "Voluntariado é coisa de americano, é da cultura americana. Nós brasileiros não temos essa cultura e não vamos aderir". E hoje o Brasil já é o 5º país do mundo em voluntariado. É porque a imprensa brasileira se concentra muito no centro sul, mas se você vê Recife, Belém, Manaus, São Luís, o voluntariado

hoje é uma realidade muito forte. Todo mundo tem algum tipo de trabalho não remunerado de apoio às minorias ou aos miseráveis e dentro disso às crianças.

**Tem alguns fatores que foram importantes nessa mudança, como o crescimento do terceiro setor, a criação do ECA. Para você, o que foi mais fundamental?**

Essas duas coisas. O ECA foi fundamental nisso. Qual o ponto mais importante do ECA? A existência dele. A própria existência do ECA é muito importante. Ele chama a atenção, é um grito. A imprensa toda foi atrás. A Folha de S. Paulo hoje, por exemplo, é possivelmente o jornal que mais publica infância. Tem gente que é especialista nisso, a gente está sempre atento, os próprios colunistas, eu por exemplo. É claro que Antônio Carlos Magalhães e Jader Barbalho<sup>33</sup> às vezes não deixam. Mas a gente tenta sempre ter uma brecha para ir por esse assunto. Virou pauta obrigatória.

(...)

**Queria que você falasse agora, Eliane, sobre os prêmios e projetos que foram criados para chamar a atenção da mídia para o assunto, como o prêmio Ayrton Senna e o projeto Jornalista Amigo da Criança?**

Eu recebi um diploma de Jornalista Amigo da Criança e fiquei honradíssima. Eu vivo participando de palestras, de encontros, mas nesse me deu uma tremedeira, fiquei com o olho cheio de lágrima, foi superengraçado. Até hoje eu fico perplexa da minha reação ao receber aquele tubinho.

**Mas isso teve algum reflexo em seu trabalho como jornalista?**

Sabe o que acontece? É intrínseco ao ser humano ser vaidoso. A vaidade está em cada um de nós. Prêmio é uma coisa que mexe com a sua vaidade, que é uma coisa que todo mundo tem. Então, ganhar um prêmio, disputar um prêmio é uma coisa boa pra todo mundo. Além disso, é uma forma de divulgar também não só quem ganha um prêmio, mas o motivo de ganhar o prêmio e o objetivo que fez a pessoa ganhar aquilo. Então, também é um agente divulgador de uma causa e de muito efeito porque tem muita mídia, todo mundo lê, quer saber qual é a reportagem, quem é o personagem, qual o motivo. Acho muito importante.

(...)

**Como avalia o trabalho da ANDI?**

Eu adoro a ANDI. Sempre digo que Antônio Carlos Magalhães e Jader Barbalho dão muito trabalho. A minha coluna é basicamente de política porque ela se chama "Brasília". E a ANDI vai lá, me mete coisa na cabeça, está sempre me procurando, sempre sugerindo coisas. E são coisas muito boas. Tem muita gente que me oferece coisas que são sempre do interesse de alguém ou de alguma empresa, e eu não quero saber disso. A ANDI não. As sugestões que a ANDI me faz, principalmente Geraldinho Vieira<sup>34</sup>, são ótimas. Gosto muito porque são jornalísticas, têm função social, têm a ver comigo, com o meu trabalho, com as coisas que acredito. Tenho muito respeito pelo trabalho deles, acho de suma importância.

<sup>33</sup> Ambos congressistas brasileiros à época.

<sup>34</sup> Um dos diretores da ANDI.

**5 AGENDAMENTO E  
ENQUADRAMENTO  
DO TEMA EM 2003**

## 5.1 TRABALHO INFANTIL DOMÉSTICO, UM TEMA INVISÍVEL

Foi para mudar a invisibilidade do tema na mídia e alterar as políticas sociais, por meio da adesão da opinião pública, que a ANDI promoveu um Plano de Comunicação para o Enfrentamento do Trabalho Infantil Doméstico em vários estados brasileiros, de modo a pautar a mídia e a manter o tema trabalho infantil doméstico sempre presente nos noticiários, não apenas evidenciando o problema, mas apresentando possíveis caminhos para sua solução.

A campanha foi ambiciosa, com objetivos amplos, buscando explorar da comunicação as suas múltiplas possibilidades (TV, rádio, mídias alternativas, jornais e internet) e a parceria com diversos segmentos sociais deram visibilidade a um tema invisível aos olhos da própria sociedade, dos governos e da mídia. Fez parte desta estratégia, a realização de seminários para a mobilização de representantes de grupos governamentais e não-governamentais, jornalistas, em diferentes estados brasileiros, para pensar agendas de comunicação com o intuito de fazer com que o tema se tornasse um assunto de interesse público por meio da mídia brasileira.

Os seminários, realizados no Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Salvador, Belém, Distrito Federal e Recife, integraram a Campanha Internacional de Erradicação do Trabalho Infante-Juvenil, desenvolvida pela OIT em oito países latino-americanos. No Brasil, em função da experiência acumulada, a ANDI foi escolhida para coordenar as estratégias de comunicação da campanha.

## 5.2 CENÁRIOS DO PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO

O processo de formulação do Programa de Comunicação envolveu diversos atores e diversas dimensões:

- a) a Organização Internacional do Trabalho (OIT), com uma coordenação nacional em Brasília-DF;
- b) a Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI) com sua Rede Nacional, criada a partir de 2000, composta de agências locais: ANDI – Coordenação Nacional (Distrito Federal); **Auçuba** – Comunicação e Educação (Pernambuco); **Cipó** – Comunicação Interativa (Bahia e Sergipe); Associação Educacional e Cultural – Oficina de Imagens (Minas Gerais); **Ciranda** – Central de Notícias dos Direitos da Infância e Adolescência (Paraná); **Agência Cidade Futura de Comunicação** (Santa Catarina);

**Agência Uga-Uga de Comunicação** (Amazonas); Girasolidário (Mato Grosso do Sul). Estas organizações são chamadas de Agências Regionais e sua gestão é realizada pelo Conselho Gesto, fórum que reúne os líderes das organizações integrantes, enquanto que a coordenação executiva das ações é feita pela ANDI.

A estratégia contou também, com parceiros locais, distribuídos nas regiões Norte, Nordeste e Sudeste do país:

- a) **CEDECA-Emaús** – Centro de Defesa da Criança e do Adolescente Emaús (Belém-PA). Trata-se do primeiro centro de defesa criado no Brasil em 1983, que atua no combate ao Trabalho Infantil e ao Trabalho Infantil Doméstico por meio das Redes de Articulação, Mobilização e Ação da Região Amazônica;
- b) **CEAFRO**, localizado em Salvador-BA, é uma extensão do Centro de Estudos Afro-Orientais da Universidade Federal da Bahia (UFBA), que desenvolve o programa Ampliando Direitos e Horizontes, voltado para adolescentes trabalhadoras domésticas.
- c) **Circo de Todo Mundo**, localizado em Belo Horizonte-MG, desenvolve desde maio de 2002 o Projeto Erradicação do Trabalho Infantil e Proteção do Adolescente no Trabalho Doméstico, tendo integrado como parceiro local, o Centro Dom Hélder Câmara de Estudos e Ação Social (CENDHEC). Com sede em Recife-PE, o CENDHEC promove ações de proteção jurídico-social e psicológica de crianças e de adolescentes vítimas de violência e exploração sexual, desde julho de 2002, por meio do projeto Trabalho Infanto-Juvenil Doméstico: Reconstruindo Horizontes.

Cada uma destas entidades acima contou com os serviços de profissionais de assessoria de imprensa, desenvolveu produtos (*folders, releases, eventos, etc*) e uma agenda local para dar visibilidade às ações do Programa de Comunicação e Ação para o Enfrentamento do Trabalho Infantil Doméstico. A experiência local do Circo de Todo Mundo, apesar de conter certas especificidades, dá idéia de como as

parcerias locais contribuíram para o agendamento do tema e no reforço das estratégias nacionais<sup>35</sup>:

Segundo a assessora de comunicação da ONG o Circo de Todo Mundo, Cristhiane Sampaio, em relato no Seminário Nacional de Comunicação, realizado em Recife-PE, dia 2 de dezembro de 2002, foram mobilizadas para o Programa de Comunicação e Ação para o Enfrentamento do Trabalho Infantil Doméstico, 25 instituições, incluindo os seus assessores de imprensa, só em Belo Horizonte-MG. As crianças e adolescentes foram capacitadas como agentes de denúncia da própria situação. Foi criado o Grupo de Instituições Parceiras (GIP), com cerca de 33 ONGs e Ogs, dentre elas a Prefeitura de Belo Horizonte e a PUC Minas. A agenda de comunicação em Belo Horizonte baseou-se no lançamento de pesquisas, atividades de mobilização, relacionamento com os meios de comunicação, utilização de mídias alternativas e articulação com empresários. A assessoria de imprensa do programa de comunicação produziu *releases* e estabeleceu contatos permanentes com os veículos de comunicação locais e nacionais, visitas às redações e cobertura de eventos. Para se ter uma idéia, de julho a outubro de 2002, foram veiculadas 24 matérias em 8 jornais impressos do Estado.

Embora tenha sido uma riqueza a articulação destes diversos grupos numa grande rede, segundo o relatório *Cata-ventos – desvendando realidades de crianças e adolescentes invisíveis*, que avaliou toda o *Programa de Comunicação e Ação para o Enfrentamento do Trabalho Infantil Doméstico* foi uma grande dificuldade traçar estratégias comuns mínimas e disponibilizações de recursos entre elas..

### 5.3 ETAPAS DA FORMULAÇÃO DO PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO

A formulação do Programa de Comunicação surgiu a partir da realização de seminários regionais da OIT, em Lima/Peru, 1999; em Brasília/DF, em 2000; e em Bogotá/Colômbia, em 2001, a partir dos quais foi possível levantar indicações gerais de estratégia mínima comum.

A primeira proposta foi feita pela OIT à ANDI e Fundação Abrinq em razão do perfil e da experiência acumulada que estas organizações apresentam. A ANDI para coordenar o Programa de Comunicação e a Fundação Abrinq para serem gestoras dos recursos. Na ANDI foi contratada uma coordenadora, Daniela Rocha, ex-repórter da Folha de São Paulo, jornalista com ampla experiência no mercado de trabalho, para colaborar na elaboração e implementação do Programa em Comunicação.

---

<sup>35</sup> Experiência relatada no Seminário Nacional, realizado no Recife-PE, dia 3 de dezembro de 2002, para definir uma agenda nacional comum.

Em março de 2002, houve um Encontro Nacional em Brasília-DF, para afunilar uma proposta e ouvir as sugestões dos parceiros locais e entidades-chave. Estas Entidades conhecidas nacionalmente, da esfera política e da cooperação internacional, com as quais já existia contato prévio, assim como parceiros locais, foram chamadas para o seminário de apresentação para colher sugestões e adequações. Os destinatários do programa não foram envolvidos na formulação do Programa. A estratégia traçada com os comunicadores já estava consolidada e não precisava ser rediscutida. O contato com os Trabalhadores Infantis Domésticos e famílias ainda encontrava-se num momento inicial e previa intermediação pelos parceiros locais.

O objetivo geral foi construir fluxos de diálogo entre instituições não-governamentais, mídia e sociedade civil para que possam ser geradas soluções efetivas para o problema do trabalho infantil doméstico (ANDI no Presente, p. 24).

A estratégia do Programa de Comunicação foi formulada a partir da percepção dos estudos temáticos da OIT e de parceiros nas localidades de Belém, Belo Horizonte e Recife. Também foi considerado o diagnóstico temático feito a partir de pesquisas nacionais do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística locais, e um diagnóstico de mídia da própria ANDI, dando uma idéia de como eram, naquele momento, as discussões da opinião pública. A partir destes diagnósticos, chegou-se às conclusões de que a atenção pelo tema “Trabalho Infantil” havia decrescido na mídia e de que o “trabalho infantil doméstico” não era tematizado nem pelas ONGs, nem pelos órgãos governamentais nas políticas públicas e tampouco, pela mídia.

A versão final do Programa de Comunicação e Ação para o Enfrentamento do Trabalho Infantil Doméstico foi remetida para a sede da OIT, em Genebra, em julho de 2002, tendo sido implementado no mês seguinte, em agosto do mesmo ano.

*O Programa de Comunicação e Ação para o Enfrentamento do Trabalho Infantil Doméstico*, a partir daquele momento, assumiu uma clara estratégia, focalizando o papel central da mídia em seu potencial de tematizar amplamente assuntos na sociedade, formando desta forma, opiniões públicas, gerando repercussões e pressionando uma confrontação política com o assunto: fortalecer organizações para contato com a mídia, qualificar as abordagens da mídia e utilizar a mídia para pressionar o poder público. As articulações existentes com as diversas instituições assumiram um papel estratégico central na proposta. Trabalhou-se com as Agências

da Rede ANDI, como respaldo local das atividades em oito cidades/estados da Federação; Instituições colaboradoras como parceiros em fortalecer as estratégias, sendo identificado claramente o papel de cada um; Organizações participantes intermediárias como difusoras maiores das iniciativas. Em linhas gerais, a proposta estratégica do projeto lançou mão do contato direto com pessoas-chave no Executivo, principalmente do Programa de Erradicação do Trabalho Infantil (PETI); do Legislativo, da Frente Parlamentar; e do Judiciário, com ênfase para o Ministério Público do Trabalho (MPT).

Para desenvolver o programa, a ANDI definiu um fluxo central de comunicação e trabalho com a grande mídia, os meios de comunicação de massa, desencadeando impulsos de amplo alcance. Outros fluxos de comunicação foram estabelecidos com organizações selecionadas, entre elas, o que foi definido como parceiros “primários-colaboradores” do Programa e parceiros “secundários-intermediários”. Os impulsos focalizam sensibilização e capacitação de grupos e segmentos específicos: representantes de organismos da sociedade civil, do governo e jornalistas.

Destaca-se ainda, a comunicação direta com pessoas-chave de efeito multiplicador para qualificar aproximações via presença na mídia e nas organizações. Os encontros entre os diversos grupos de comunicadores e multiplicadores geram impulsos adicionais de integração, troca e compreensão mútua em torno de ações comuns.

Foram definidos os seguintes objetivos nas comunicações diretas com pessoas e grupos de pessoas:

- a) sensibilização dos empregadores sobre o problema;
- b) conhecimento dos seus direitos por parte dos trabalhadores infantis domésticos e famílias;
- c) protagonismo dos trabalhadores infantis domésticos para expressar-se e dar voz à sua situação;
- d) capacitação dos trabalhadores infantis domésticos e suas famílias para buscar alternativas;

- e) sensibilização e capacitação na abordagem da temática com os comunicadores; e
- f) sensibilização de representantes de órgãos de gestão pública executiva, legislativa e jurídica sobre as dimensões reais do problema.

#### 5.4 ESTRATÉGIAS IMPLEMENTADAS

Por meio das atividades dos parceiros locais, procurou-se dar a voz aos atingidos. Assim, meninos e meninas trabalhadores infanto-juvenis domésticos foram ouvidos, resgataram e documentaram a sua história. A partir desta base, todos os outros processos de comunicação, reflexão e problematização ganharam consistência em sua concretização e plasticidade, desenhando os “dramas” das crianças nesta situação com autenticidade. Foram realizados sete grupos focais nas cidades de Recife, Belém, Salvador e Belo Horizonte a fim de contemplar as vozes no livro “Crianças invisíveis”.

A pesquisa *Onde Está Kelly? – O trabalho oculto de crianças e adolescentes explorados nos serviços domésticos na cidade de Recife*, coordenada pelo CENDHEC e desenvolvida por Maurício Antunes Tavares, é um bom exemplo de produção de informações para evidenciar a problemática. A pesquisa, realizada com 200 crianças e adolescentes trabalhadores domésticos do Recife-PE, com idade entre 10 e 17 anos, procurou traçar o perfil socioeconômico e cultural desse grupo. A publicação “Elas Não Brincam em Serviço – 12 histórias de trabalho doméstico e de crianças e adolescentes”, também organizada pelo CENDHEC, ilustra a qualidade das publicações da campanha.

Paralelamente, os Trabalhadores Infantis Domésticos tornaram-se, aos poucos, comunicadores de si, processo indispensável para ser “protagonista de sua história”. Inicialmente, deram entrevistas aos jornalistas tendo os educadores como intermediadores, e depois sozinhos. Desta maneira, estabeleceram-se canais de comunicação direta entre os atingidos e mídia. Ambos os lados registraram avanços: pelo lado das crianças e adolescentes, houve uma diminuição de medos e receios em relação a tornarem-se públicos; pelo lado dos jornalistas, houve um crescimento em compreensão e envolvimento no assunto. Exemplos: a) Em momentos de

encontro nas oficinas, registrou-se comoção e envolvimento por ambos os lados. b) O concurso da Folhinha resgatou e escreveu histórias reais.

A comunicação com os empregadores foi e continua sendo um desafio por não dispor facilmente de canais diretos. Intermediações exemplares foram encontradas em Belo Horizonte através de dois Colégios Particulares ligados à Igreja Católica. O tema foi problematizado em diversas publicações de circulação na Rede de Escolas Católicas, onde, concomitantemente houve uma estratégia de aproximação direta entre alunos de um dos colégios junto aos TIDs, através de encontros no Circo de Todo o Mundo e em atividades no colégio.

A mídia e a esfera política estão sendo alcançadas mais efetivamente numa comunicação direta com um trabalho corpo-a-corpo: um canal importante com a mídia se abriu através dos “jornalistas amigos da criança” – uma estratégia já implementada pela ANDI. Esta Agência organizou um *mailing list* de 153 jornalistas de todos os estados da Federação, considerando os diferentes jornais, que apresentaram maior sensibilidade para cobertura do trabalho infantil, onde muitos destes são jornalistas amigos da criança.

O projeto Jornalista Amigo da Criança existe desde 1997 e reúne hoje 250 comunicadores das principais redações do país. O objetivo é que esses profissionais tornem-se especialistas e multiplicadores das questões relativas à criança e ao adolescente nos veículos onde trabalham. O depoimento da jornalista Ângela Bastos, do Jornal Diário Catarinense (Santa Catarina), ajuda a situar o compromisso dos jornalistas que são diplomados como amigos da criança em relação à pauta dos direitos das crianças e dos adolescentes no Brasil:

“Fazer parte do projeto Jornalista Amigo da Criança tem uma importância muito grande para mim. Foi a partir do momento em que conheci a ANDI e seus parceiros que consegui fixar um pouco o meu olhar especialmente na questão da criança. Esta experiência se faz no meu dia-a-dia de redação de jornal, nas reuniões de pauta, no momento em que entrevisto alguém. Diria mais: acontece na minha rotina. Não posso mais ficar indiferente ao menino que vende doces, à adolescente explorada sexualmente, à criança espancada e que o pai jura que “um tapinha não dói”. O projeto Jornalista Amigo da Criança ao meu ver fez mais do que mexer nos paradigmas da imprensa brasileira: tocou no coração dos “diplomados”.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Disponível em: <<http://www.andi.gov.br>> . Acesso em 03 de novembro de 2004.

Segundo o relatório de avaliação do Programa, todos estes contatos representam valiosos canais de comunicação para colocar o assunto na pauta das discussões e atividades, para que apresentem resultados significativos, posteriormente detalhados neste documento.

Em todos os produtos da campanha houve o cuidado de se fazer referência às questões de gênero e raça, sendo diferenciada nos diversos contextos culturais, e ao mesmo tempo, não expor ninguém, evitando assim, uma abordagem ofensiva, tirando palavras como “não”, “errado” ou “ilegal”. Desta forma, discussões provocadas não giraram em torno de acusação e defesa, mas tenderam a problematizar uma questão complexa.

A perspectiva geral da campanha e das peças de comunicação destacou os direitos da criança e do adolescente, focalizando freqüentemente, como personagem, uma menina, em Salvador, de raça negra, e como drama, a oposição entre trabalho forçado, por um lado, e o lúdico-educativo, pelo outro.

A estratégia adotada por todos os processos de comunicação, tanto pela ANDI como pelos parceiros locais, que teve como centro o cuidado com a temática, não ofendendo nenhuma pessoa ou categoria, mas, ao mesmo tempo, destacando os danos provocados no desenvolvimento de crianças que estão no trabalho infantil doméstico.

## 5.5 MATERIAIS PRODUZIDOS

Os materiais acolheram, de maneira geral, como fundamento das abordagens as falas das próprias crianças e adolescentes trabalhadores domésticos, citando histórias, fatos reais e testemunhos. Através da ANDI, diversos materiais se completaram em abordagem e estratégia, ligando utilidade no dia-a-dia dos profissionais da mídia (pautas semanais), reflexão sobre o tratamento das matérias (*clippings*), histórias reais (cartilhas e contatos) e consistência temática (pesquisas e artigos no livro).

A ANDI e os parceiros foram disponibilizando, aos poucos, um rico acervo de fontes, experiências bem-sucedidas, pesquisas e de especialistas no assunto. Para isto, foi construído até um guia para a consolidação de uma cobertura mais abrangente e qualificada sobre o Trabalho Infantil Doméstico dirigido aos

profissionais da mídia, estudantes e professores de comunicação e atores sociais. Assim, os jornalistas passaram, aos poucos, a focalizar as histórias dos Trabalhadores Infantis Domésticos de forma respeitosa, consultando diversas fontes e indicando, ao mesmo tempo, um contexto complexo de causas mais profundas.

O Programa em Comunicação incluiu a produção de um boletim impresso trimestral *In loco*, foram produzidos 4, sendo o nº 01, em dezembro de 2002; o nº 02, em abril de 2003; o nº 03, em setembro de 2003; e o nº 04 em novembro de 2003. Todos apresentam pautas e fontes para a questão do Trabalho Infantil Doméstico, conforme seguem anexos, a partir da página 130. O boletim *In loco* encontra-se no quadro de publicações da ANDI, como um instrumento de sensibilização dos profissionais dos meios de comunicação e das fontes de informação para as questões relacionadas ao Trabalho Infantil Doméstico. É enviado aos Jornalistas Amigos da Criança e às Organizações Não-Governamentais.

## 5.6 TRABALHO COM A MÍDIA E COM OS JORNAIS

Foram objetivos no trabalho com a mídia e com os jornais, em particular:

- a) capacitação no trato com a mídia;
- b) monitoramento do comportamento da mídia através de dados e análises críticos; e
- c) reforço das atividades locais numa agenda comum nacional e na intermediação com a mídia nacional.

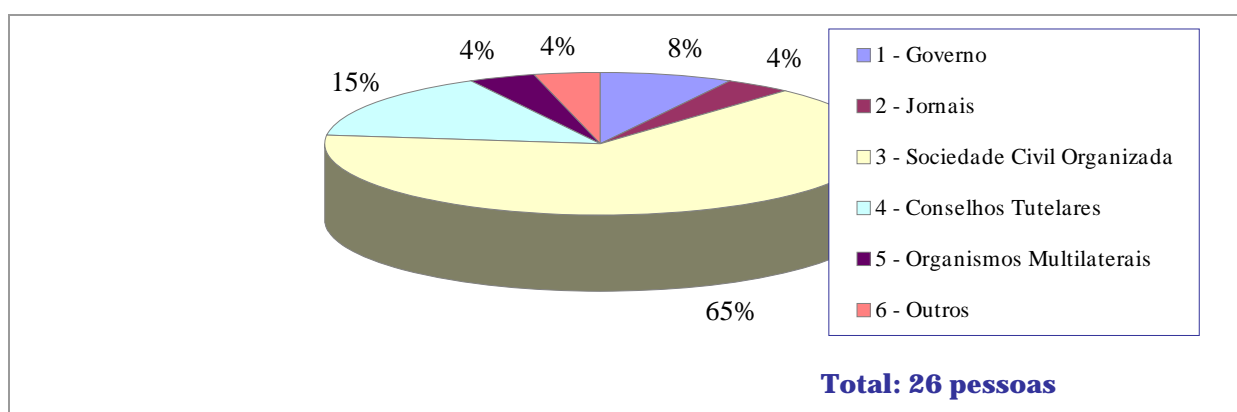
O Programa de Comunicação, coordenado pela ANDI, foi projetado e implementado quando os programas dos parceiros locais (CEDECA-Emaús, CENDHEC e Circo de Todo o Mundo) já estavam em vigor. Uma proposta, então, foi apresentada para representantes de todos os parceiros visando acolher sugestões e integrar estratégias numa ação comum. As atividades de comunicação foram concebidas e executadas de forma complementar, observando a especialidade e potencialidade de cada integrante. Desta forma, todas as entidades envolvidas manifestaram, em seminário nacional de avaliação, de forma unânime, uma grande satisfação no que diz respeito às ações desenvolvidas pela ANDI, que fortaleceram de fato a atuação local por uma estratégia de comunicação nacional.

Durante as oficinas, coordenadas pela ANDI junto aos parceiros locais, foram construídas agendas locais de comunicação, ainda com a presença de outras entidades das respectivas cidades. De fato, estas agendas ficaram sem um impacto maior, por terem sido construídas de forma apressada e por não terem tido um acompanhamento articulado pelos parceiros locais. Avalia-se que, neste caso, os parceiros locais não conseguiram absorver atividades propostas pela ANDI.

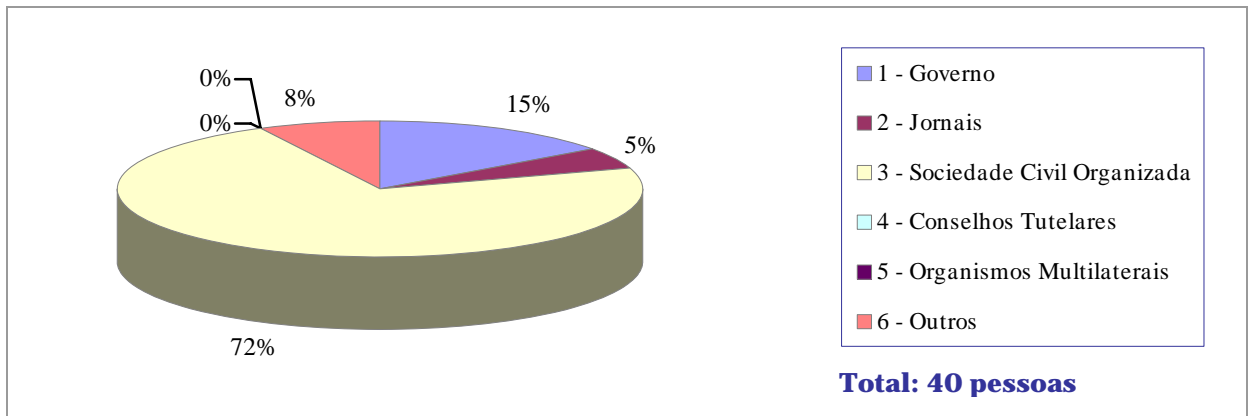
Nestas oficinas e seminários, segundo o documento “ANDI no Presente”, diferentes eixos conceituais pautam as discussões. Subsidiados pela radiografia das deficiências e méritos que a imprensa vem apresentando no tratamento de uma determinada questão central para a agenda da infância e adolescência, jornalistas e atores sociais procuram definir recomendações relativas aos seguintes aspectos: a) o que seria uma cobertura ideal; b) como fazer para operacionalizar reportagens mais próximas desse padrão ideal; c) qual o papel dos jornalistas nesse processo; e d) qual o papel das fontes de informação.

Os gráficos apresentados a seguir mostram o perfil dos participantes dos seminários e oficinas.

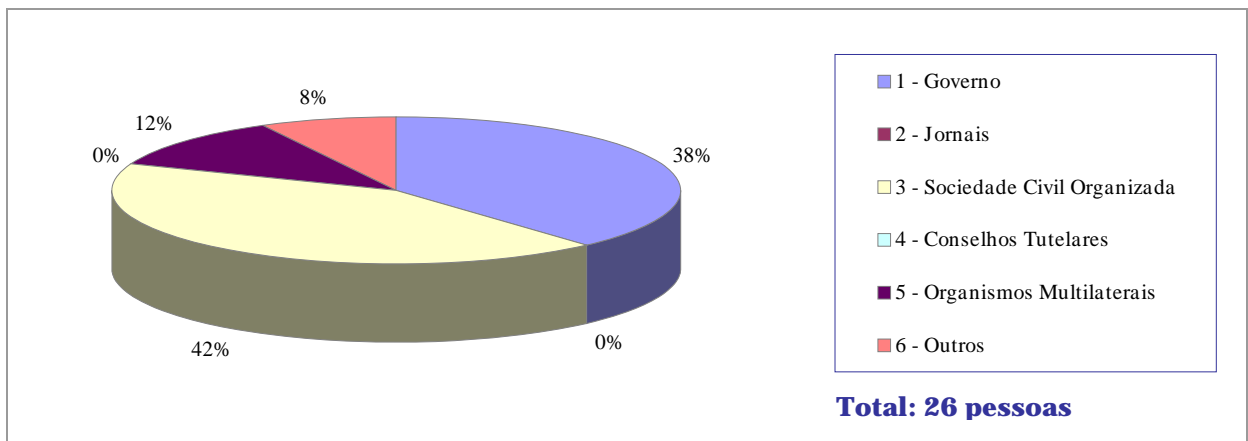
**Figura 3 - Seminário de Capacitação em Comunicação (Belém, 27 a 29 de agosto de 2002)**



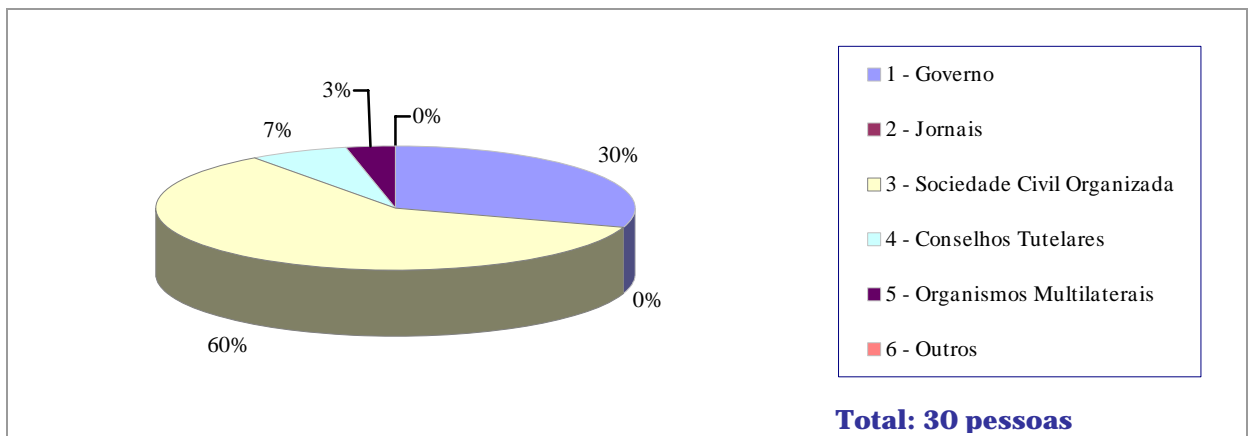
**Figura 4 - Seminário de Capacitação em Comunicação (Belo Horizonte, 14 a 16 de agosto de 2002)**



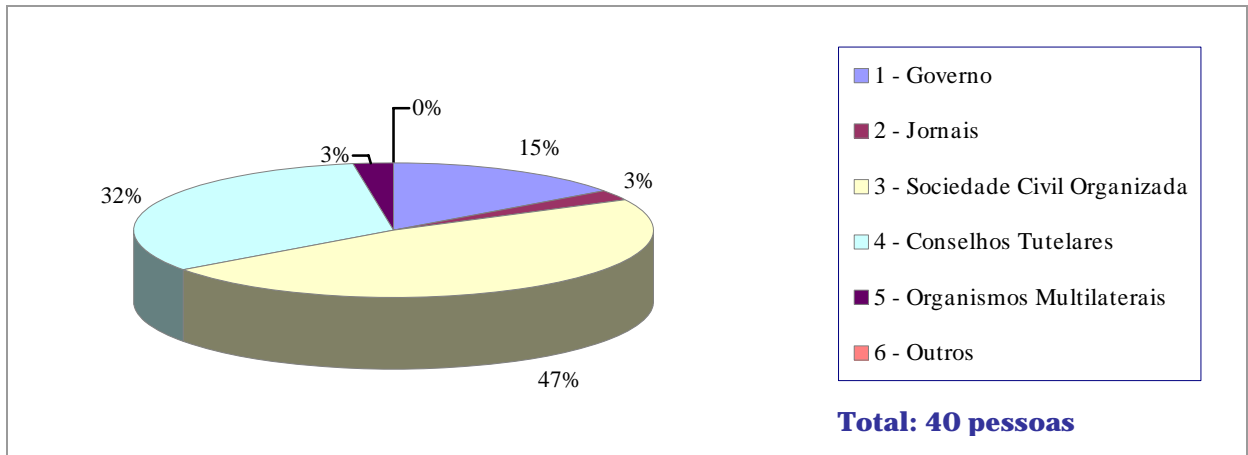
**Figura 5 – Seminário de Capacitação em Comunicação (Brasília, 28 a 30 de outubro de 2002)**



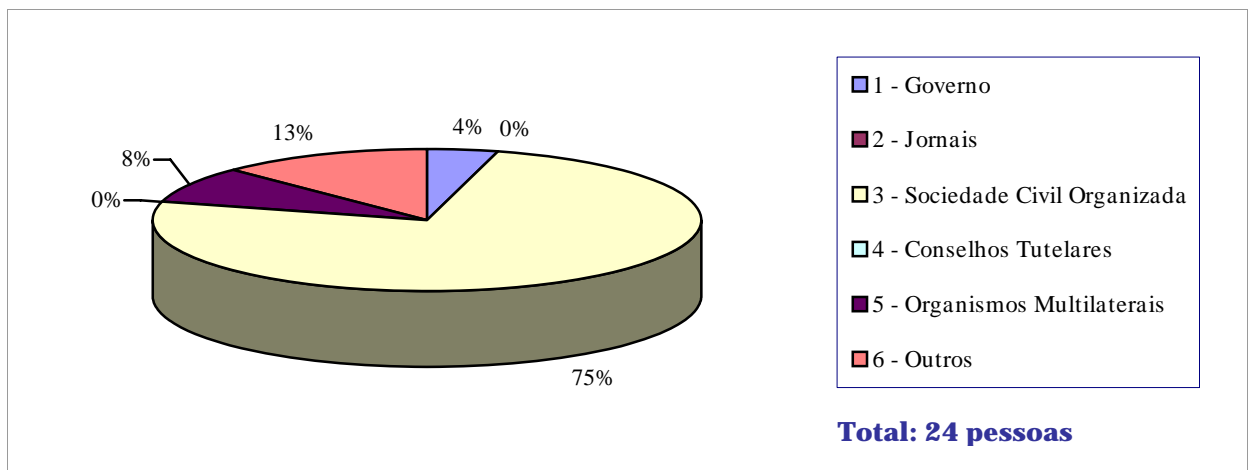
**Figura 6 - Seminário de Capacitação em Comunicação (Recife, 12 a 14 de setembro de 2002)**

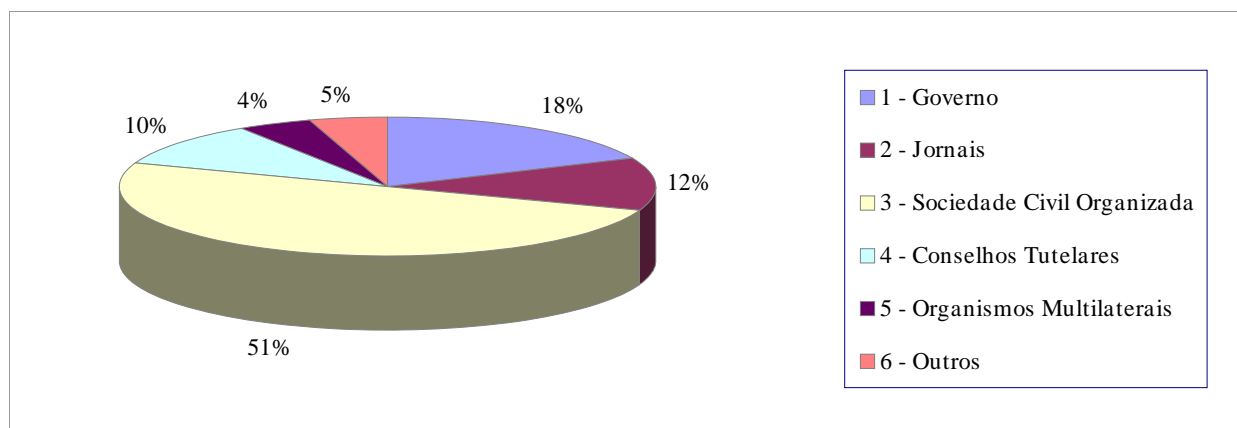


**Figura 7 - Seminário de Capacitação em Comunicação (Salvador, 16 a 18 de setembro 2002)**



**Figura 8 - Seminário Nacional de Comunicação (Recife, 03 de dezembro de 2002)**



**Figura 9 - Distribuição Instituição por todos os Seminários**

O quadro abaixo apresenta quantitativamente, o número de Instituições participantes dos Seminários nos âmbitos regional e nacional:

**Quadro 2 - Distribuição Instituição por todos os Seminários**

Instituição/Seminário	Belém	BH	BSB	Recife	Salvador	Nacional	Total
1 – Governo	2	6	10	9	6	1	<b>34</b>
2 – Jornais	1	2	-	-	19	1	<b>23</b>
3 – Sociedade Civil Organizada	17	29	11	18	-	18	<b>93</b>
4 – Conselhos Tutelares	4	-	-	2	13	-	<b>19</b>
5 – Organismos Multilaterais	1	-	3	1	1	2	<b>8</b>
6 – Outros	1	3	2	-	-	3	<b>9</b>
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>40</b>	<b>26</b>	<b>30</b>	<b>40</b>	<b>24</b>	<b>186</b>

## 5.7 A INTEGRAÇÃO EM REDE POR UMA AGENDA NACIONAL

A condensação das agendas locais numa agenda nacional ocorreu apenas num evento, em Recife-PE, dia 03 de dezembro 2002, com pouca representação de assessores de comunicação responsáveis pelos planos locais. Desta forma, a agenda se restringiu a algumas atividades pontuais, destacadamente o Encontro Nacional, e o reforço de mídia em relação às iniciativas locais.

Uma integração maior presencial nacionalmente se tornaria dispendiosa e difícil num país com dimensões continentais. Portanto, fez-se a opção para o fortalecimento local, segundo declaração do Coordenador Nacional do Projeto

Regional de Prevenção e Erradicação do Trabalho Infantil Doméstico no Brasil, Renato Mendes, oficina da OIT.

A Rede ANDI foi potencializada nas estratégias de comunicação e representou um grande reforço às campanhas com a mídia dentro da dinâmica institucional da ANDI. Nas localidades onde havia uma agência ANDI, a articulação com os jornalistas tornou-se mais fácil e recebeu respostas significativas, como demonstraram os *clippings*. Em Belém, onde não existia agência ANDI, surgiu uma inserção maior na mídia a partir do apoio da Diretora Administrativa das Organizações Rômulo Maiorana, Rosângela Maiorana.

No entanto, foi manifestado que as agências ANDI também trabalhavam, muitas vezes, no limite da sua capacidade institucional. Em momentos de muitas atividades adicionais do Programa de Comunicação, foi sentida uma sobrecarga. Em geral, a temática: Trabalho Infantil Doméstico se inseriu no cotidiano das atividades das agências.

5.8 O TRABALHO COM ONGs, OGS E EMPRESÁRIOSOs objetivos do Programa de Comunicação para esse grupo foram:

- a) sensibilização em relação ao problema TID;
- b) mobilização numa agenda comum local e nacional de campanhas e divulgação;
- c) assumir uma parceria sendo porta-voz do problema diante do seu público-alvo no horizonte de uma mudança cultural maior; e
- d) capacitação para ser fonte e lidar com a grande mídia.

Para atingir estes objetivos contribuíram bastante os parceiros secundários-intermediários em nível local, que potencializam o alcance das estratégias de comunicação, sendo articuladores das campanhas e porta-vozes da temática em relação ao seu público-alvo. Com isso, abrem-se novos canais diretos e complementares de discutir o assunto de forma mais aprofundada.

As 6 oficinas nos locais, coordenadas pela ANDI, se dirigiam especialmente ao público de organizações intermediárias (51% ONGs; 18% OGS; 10% Conselheiros; e

12% jornalistas), qualificando-os como “fonte” a fim de poder estabelecer relações mais estratégicas com a mídia e comunicar-se publicamente sobre o assunto.

Segundo diversas manifestações de participantes, o evento ajudou a conscientizar sobre o seu papel como difusores temáticos, dentro da sua missão institucional. Ao mesmo tempo, os representantes se fortaleceram institucionalmente, tendo tido um contato com uma outra visão de comunicação estratégica. Não somente o seu trato com jornalistas se refinou (comunicadores públicos), mas a comunicação deixou de ser um meio secundário passando a ser uma ação-fim prioritária para envolver a mídia como parceira importante na formação da opinião pública.

O início de uma cultura de comunicação pôde ser percebido através dos avanços dentro das organizações participantes, e do público externo em campanhas onde diversas delas se destacaram como porta-vozes. No entanto, as oficinas apenas iniciaram um processo de reorientação institucional das organizações que certamente requerem uma seqüência de formações e encontros para chegar a desenvolver todo o potencial.

São destacadas entre as participações do processo: o fortalecimento dos Sindicatos de Trabalhadores Domésticos pelo seu envolvimento direto na temática, tendo os seus representantes acompanhado as ações de forma próxima e integrada em quase todos os locais. Os representantes de universidades tiveram uma participação maior em Belém e Belo Horizonte, sem que as instituições assumissem um compromisso maior. Mesmo assim, a presença das universidades em diversos momentos de reflexão e análise foi identificada por dirigentes da ANDI como importante. Indicou-se, ainda, que estes contatos deveriam ser intensificados e potencializados no futuro, correspondendo a uma estratégia de formar estagiários dos cursos de jornalismo na ANDI. Conselheiros tutelares e de direito marcaram presença em Belém, Recife, e principalmente em Salvador.

Outro segmento que recebeu uma atenção específica de comunicação foi o das igrejas. Com as sobras cambiais elaborou-se um *folder* que foi distribuído em 14.000 igrejas evangélicas e católicas. Por ocasião da formulação do texto foram consultadas a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) e o Conselho Nacional das Igrejas Cristãs (CONIC). O *folder* despertou interesse, expresso através de telefonemas e manifestações diretamente à ANDI, mas percebeu-se que

a equipe executora não estava em condições de atender esta demanda adicional de forma satisfatória.

Houve parceiros-chave, principalmente da esfera política e empresarial com os quais foi sendo construído um contato estratégico para fazer *lobby* político. Entre eles, as Delegacias Regionais de Trabalho e os Ministérios Públicos de Trabalho em níveis regional e federal. Além disso, os gestores municipais e estaduais foram decisivos, principalmente para que as políticas públicas garantissem a sustentabilidade do atendimento direto às crianças e às suas famílias: Bolsa Escola, PETI, atendimento direto de casos específicos e geração de renda. A articulação política teve resultados muito diferenciados, dependendo de cada local.

A estratégia de articulação com os prefeitos foi vinculada ao Programa Prefeito Amigo da Criança da Fundação Abrinq que, por reorientações internas, marcou as reuniões regionais somente para novembro de 2003 (duas), no ano de 2004 (mais três), contando com 653 prefeitos inscritos. A atividade foi uma contrapartida da Fundação Abrinq, sendo potencializada pela OIT que distribuiu as 12.000 cartilhas via mecanismo de isenção postal.

Outro segmento-chave, as empresas, foi importante para a difusão de mensagens em seus produtos ou veículos de comunicação, assim como para garantir a sustentabilidade das ações diretas com as crianças e adolescentes trabalhadoras domésticas, oferecendo campos de estágio e do primeiro emprego. A articulação ocorreu em três momentos pontuais:

Assinatura com a Associação Brasileira de Supermercados de um compromisso de veiculação de mensagens nas embalagens de supermercados, realizada a partir de uma articulação Abrinq – OIT – Ministério da Justiça. No entanto, a associação mineira não demonstrou muito interesse em efetivar ações. Participação no Fórum Nacional de Responsabilidade Social em Fortaleza, tendo contato com diversos empresários, estimados em 90. Encontro com empresários e dentistas em Belém (outubro de 2003), compromisso de 23 empresários e 21 dentistas.

## 5.9 AS AÇÕES JUNTO AOS JORNALISTAS

Os objetivos específicos para este público foram:

- a) sensibilização em abordar corretamente o problema TID;
- b) capacitação em cobrir esta temática com responsabilidade social;
- c) pautar regularmente a temática como divulgação e formação de opinião pública; e
- d) auto-análise crítica do comportamento da mídia.

A campanha publicitária superou as expectativas em seu alcance de público, tendo atraído muitas adesões que garantiram produção e veiculações gratuitas. As empresas de publicidade e de comunicação se comprometeram no apoio do desenho, da veiculação e distribuição dos produtos da campanha, coordenados pela Agência MacCann Erickson. O contágio da campanha foi tanto que diversos meios de comunicação de massa pediram para veicular os *spots*, depois de terem visto em outros meios da concorrência. A concentração das atividades em torno de uma temática fez surgir na ANDI, a comunicação como estratégia política, mudando do “atacado para varejo”: criar fatos temáticos, gerar pautas num processo de alimentação regular e consciente da mídia. O contato com a mídia foi personalizado, garantindo assim acesso e impacto direto para uma mudança de comportamento maior de instituições e mecanismos complexos.

A qualificação de abordagens passou por dois processos paralelos:

- a) A produção de análises da mídia que exerceu um tipo de controle social e provocou uma autocrítica dos jornalistas, em vista de uma maior abertura a partir de um olhar crítico no próprio espelho.
- b) Um contato direto e respeitoso com uma diversidade de fontes, incluindo os Trabalhadores Infantis Domésticos, famílias, assim como entidades que documentaram, denunciaram e buscaram alternativas, gerando maior envolvimento, compreensão e sensibilidade pela complexidade do problema. O horizonte deste processo foi a descoberta da mídia como ator político e educativo com responsabilidade de refletir, ouvir, formar e mobilizar conscientemente a opinião pública.

### 5.9.1 Recomendações para melhorar cobertura dos jornalistas

O Programa de Comunicação chegou a elaborar uma série de orientações<sup>37</sup> para melhorar a cobertura do tema, das quais merecem destaque as citadas a seguir:

“É importante a contextualização do Trabalho Infantil. As matérias devem, na medida do possível, abordar diversos aspectos da questão: relação de mercado, a aceitação cultural do trabalho precoce, a situação socioeconômica das famílias, causas, conseqüências e possíveis soluções.

Além da violência visível, merecem espaço nos veículos de comunicação os prejuízos da falta de brincadeiras e fantasias, que comprometem o desenvolvimento infantil. É fundamental focalizar o resgate do lúdico e do sonho, tão necessários para uma infância integral e uma vida saudável. Esse assunto pode ser abordado em qualquer matéria sobre Trabalho Infantil.

É fundamental tratar as crianças e jovens que trabalham como sujeitos de direitos, respeitando os casos em que eles não podem ser expostos dando voz àqueles cujos direitos foram violados ou que são protagonistas na sua defesa.

A utilização dos termos como “menor” e de expressões que podem dar vazão a uma leitura pejorativa em relação ao gênero reproduzem e endossam de forma subjetiva discriminações e exclusão social. Portanto, é preciso ficar atento não apenas ao conteúdo da matéria, mas à linguagem, evitando o uso dos termos que possam ser preconceituosos.

É importante citar nas matérias quais direitos estão sendo violados, tendo como referência a legislação (Constituição, ECA, CLT, Convenções). Não se trata de uma visão legalista, e sim de facilitar o entendimento da freqüência que esses direitos são infringidos.

O jornalista precisa pressionar e cobrar o poder público para que cumpra a legislação e implemente as políticas emancipatórias, denunciando quando isso não ocorre. Para tanto, deve procurar conhecer o funcionamento das Políticas Públicas criadas para tentar solucionar a questão do Trabalho Infantil. Isso é essencial para avançar na qualidade da informação. É preciso ter clareza e saber como funciona determinado programa para cobrar de quem realmente é responsável pelo problema: governo federal, estadual ou municipal.

Apontar caminhos também faz parte da missão de um jornalista. É importante mostrar exemplos de projetos bem-sucedidos na erradicação do Trabalho Infantil, cujas experiências possam ser reproduzidas. Mas, mesmo quando se trata de um projeto social, a imprensa não deve fugir do princípio básico da investigação. Deve ouvir os beneficiados, as famílias, a comunidade e especialistas que possam atestar – ou não – a idoneidade e os resultados do programa.

A publicação de serviços, onde o leitor pode encontrar informações e/ou denunciar violações aos direitos das crianças e dos adolescentes é de grande utilidade. No caso do trabalho infantil, as reportagens podem incluir endereços, telefones, *e-mails* e *sites* de organismos como os Conselhos

---

<sup>37</sup> Estas orientações estão presentes no 6º volume da série Mídia e Mobilização Social, outro tema é: Crianças Invisíveis – O enfoque da imprensa sobre o Trabalho Infantil Doméstico e Outras Formas de Exploração, publicado pela ANDI, em 2003.

Tutelares, Conselhos de Direito, Ministério Público do Trabalho, Delegacias Regionais do Trabalho e CONANDA.

Uma cobertura regionalizada do Trabalho Infantil é fundamental para um maior entendimento da questão. O problema possui características diversas segundo o Estado ou região, como o tipo de atividade realizada, os prejuízos que ela acarreta nas crianças e adolescentes, a realidade socioeconômica do local e das famílias, entre outros. Os veículos de comunicação devem ficar atentos para estes fatores” (ANDI, 2003).

Para ajudar os jornalistas nesta construção, foram regularmente enviadas pautas<sup>38</sup> que apontaram não apenas para dados, datas, fatos e eventos, mas incluíram reflexões contextuais e buscas de soluções e alternativas. Também foram organizados, para realimentar as ações do programa, os *clippings* diversificados para os públicos-alvos: imprensa geral, jovem e infantil. Principalmente, a atenção específica dada aos segmentos de leitores jovens e infantis foi recebida com muito interesse, já que se tratava, geralmente, de áreas na margem da mídia.

Houve ainda, um controle quantitativo e qualitativo da mídia através dos relatórios anuais, incluindo os *rankings*, que representaram, para ANDI e para o jornalismo, um instrumental importante para provocar uma discussão interna e externa sobre a cobertura temática da mídia. A diretora do maior sistema de comunicação do Norte teve uma reação imediata ao ler o resultado, tomando providências internas em seu jornal, a fim de estimular uma maior qualificação dos jornalistas.

Foi lançado, no final de 2003, o livro: “Crianças Invisíveis”, 6º da série mídia e mobilização social da ANDI. Trata-se de um guia consistente e prático, integrando diversos olhares – desde especialistas até os Trabalhadores Infantis Domésticos – em pesquisas, análise da mídia e artigos. O livro teve 3.000 exemplares enviados diretamente aos meios de comunicação, redações e Jornalistas Amigos da Criança e universidades e 2.000 disponibilizados pela OIT, e mais 1.800 para venda em livrarias. Este guia para jornalistas apresenta um diretório de fontes para consulta com 168 organizações, 176 especialistas no assunto, sugestões de 183 estudos e publicações e 190 *sites* de consulta.

---

<sup>38</sup> Cf. exemplo de release enviado pela ANDI, em momentos diferentes da campanha, nos anexos, à página 146.

## 5.10 SOBRE ESTRATÉGIAS E MATERIAIS DE COMUNICAÇÃO

Por intermédio da mídia alcançou-se um público geral da sociedade, problematizando o Trabalho Infantil Doméstico de forma ampla. A quantidade e, principalmente, a qualidade das matérias publicadas indicaram um avanço significativo na abordagem da temática. Ao mesmo tempo, a campanha publicitária reforçou a presença da temática na discussão da opinião pública. A predisposição e o contágio para veicular os *spots* e anúncios são sinais de um grande sucesso.

O relatório de avaliação apontou o desafio pretensioso de manter o tema sempre na pauta da mídia, para modificar uma mentalidade cultural e social.

O Concurso de desenho infantil sobre TID da Folhinha de São Paulo (notadamente noticiado pela mídia concorrente), por iniciativa e intermediação da Abrinq, gerou uma repercussão maior do que a esperada, fez uma abordagem temática ampla, resgatou histórias e virou mídia. Os desenhos refletiram a percepção das próprias crianças em relação ao TID, sendo uma demonstração da capacidade de se solidarizar e sentir a dor de outros.

A construção estratégica de processo de sensibilização junto ao público infanto-juvenil pela Folhinha de São Paulo, edição específica sobre Trabalho Infantil Doméstico, culminou num concurso de desenhos, e que teve repercussão acima da média com 10.431 participantes, com destaque nas cidades com ações locais dos Programas de Ação (PÁS).

Os seminários com profissionais da comunicação foram realizados, durante o ano de 2003, em 8 capitais com participação de âmbito nacional. Esta ampliação se tornou possível com sobras de câmbio, sendo considerada estrategicamente oportuna para obter inserção pessoal em todos os estados da Federação. Aconteceram oficinas de análise de mídia em:

- a) Brasília-DF (16 e 17 de maio) para o Distrito Federal, Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Tocantins;
- b) Recife-PE (23 e 24 de maio) para Pernambuco, Piauí, Ceará, Rio Grande do Norte e Paraíba;
- c) Belém-PA (20 e 21 de junho) para Pará, Maranhão e Amapá;

- d) Curitiba (27 e 28 de junho,) para Paraná, São Paulo, Santa Catarina e Rio Grande do Sul;
- e) Belo Horizonte (3 e 4 de julho) para Minas Gerais e Rio de Janeiro;
- f) Salvador (11 e 12 de julho) para Bahia, Sergipe e Alagoas; e
- g) Manaus (25 e 26 de julho) para Amazonas, Acre, Rondônia e Roraima.

Ao todo, conforme as listas de participantes que documentaram as presenças, 238 pessoas participaram destas oficinas de Análise de Mídia, sendo:

- a) 82 representantes de Organizações Não-Governamentais;
- b) 36 jornalistas de impresso;
- c) 33 representantes de órgãos governamentais;
- d) 17 jornalistas de TV;
- e) 15 procuradores do Ministério Público do Trabalho;
- f) 14 representantes de fóruns estaduais e municipais;
- g) 14 jornalistas de rádio;
- h) 11 organismos multilaterais;
- i) 8 universidades;
- j) 5 representantes de sindicatos;
- k) 2 jornalistas de revistas; e
- l) 1 representante de outro órgão.

Vale destacar que somando os diversos veículos, a participação de jornalistas neste processo foi de: 69, número bastante expressivo.

Foram realizados 7 grupos focais com as meninas trabalhadoras domésticas, em 4 capitais, pelos parceiros locais, introduzindo a voz das atingidas na análise temática, sistematizada no livro “Crianças Invisíveis”. De 15, em 2001, o número de matérias sobre o Trabalho Infantil Doméstico, cresceu para 246, em 2002; e até outubro de 2003, 261 já tinham sido registradas. As matérias passaram a apresentar um maior número de busca de soluções.

Ocorreu uma predisposição da mídia acima do esperado em veicular gratuitamente a campanha publicitária. Houve até pedidos adicionais de emissoras que não receberam os *spots* em veicular. O resultado foi um alcance para mais de 31 milhões de pessoas. O valor comercial da produção e das veiculações ficou em torno de R\$ 20 milhões, mais de 26 vezes o recurso do Programa em Comunicação.

### 5.11 MOBILIZAÇÃO DA MÍDIA

A mobilização da mídia em todo o país repercutiu diretamente como reforço das atividades locais numa estratégia propositiva-política com a mídia ao longo do Programa de Comunicação.

Paralelamente, a cobertura da mídia nacional chamou atenção pública sobre a importância da temática. Como resultado os coordenadores do programa apontaram a adesão de empresários à campanha, como é o caso exemplar das Organizações Rômulo Maiorana, de Belém-PA e o compromisso político de gestores públicos das prefeituras e governos estaduais.

O *lobby* político obteve um impacto que se concretizou no Encontro Nacional: recepção dos TIDs no Congresso Nacional numa sessão especial na Câmara dos Deputados com participação de deputados, senadores e ministros.

Como já mencionado, ocorreu um aumento da Frente Parlamentar de 8 (2002) para 24 (2003), e a mobilização do MPT, DRT e CONANDA em torno do TID como prioridade. Num processo de convencimento interno do MPT, a temática foi amplamente discutida por uma comissão especial. Desta forma, o MPT chegou a defender, perante o CONAETI e em audiência do Congresso Nacional, a inclusão de TID na lista das piores formas de exploração do trabalho infantil. Outro fator de impacto diante da formação de opinião pública foi a qualificação e disposição como fonte de informações sobre o TID.

## 5.12 SENSIBILIZAÇÃO E MOBILIZAÇÃO DE ATORES SOCIAIS

Construção participativa de conhecimentos entre especialistas, pesquisadores, jornalistas e atingidos, culminou na confecção de um livro temático consistente e diversificado.

O estímulo de um contato direto de respeito mútuo entre jornalistas e atingidos envolveu ambos os lados num processo de mudança. Descobriu-se a importância de pesquisar a partir de diversas fontes primárias e não apenas em base de discursos sobre uma temática.

O Conselho Nacional das Igrejas Cristãs participou por meio de um representante da formulação e da distribuição de *folder* para Igrejas Evangélicas e Católicas. O secretário executivo tomou conhecimento desta atividade, mas frisou que precisava paralelamente de um processo de reflexão, preparação e qualificação junto às lideranças das igrejas. Os meios de comunicação (por exemplo, da Pastoral da Criança e dos jornais internos das igrejas) formaram uma das maiores redes de comunicação direta do país, mas que serviram principalmente para uso informativo interno e “missionário”, sem ter uma estratégia educativa de comunicação.

A mesma perspectiva vale para as escolas. Elas são um *locus* importante onde se alcança diretamente, além de amplos segmentos da sociedade, meninos e meninas TIDs; e indiretamente, as suas famílias e empregadores. A inserção exemplar neste segmento (775 escolas do Ceará e de Pernambuco) não pôde ser avaliada, pois encontrava-se em execução.

Ambos os segmentos (igrejas e escolas) abriram perspectivas importantes como estratégias complementares para a mídia “grande” com canais de comunicação que tematizam valores éticos, comportamento social e qualidade de relações humanas, o que poderá causar um impacto maior para mudar culturas e mentalidades.

## 5.13 CAPACITAÇÃO DE COMUNICADORES SOCIAIS

Como um dos maiores avanços destaca-se mais uma vez, o processo de protagonizar os TIDs na medida em que conseguem comunicar-se de forma confiante e consciente, aprendendo a explicitar-se, externar a sua história, dialogar com outros como sujeitos comunicadores. Aqui reside o fundamento de uma

mudança profunda cultural, iniciando com uma releitura de sua própria vida e do mundo, criando novos espaços e enxergando outras oportunidades. Ampliou-se a percepção da comunicação como estratégia e intervenção política pelas ONGs e OGs, focalizada nas oficinas de capacitação das fontes. Paralelamente, criou-se uma demanda por essas organizações em qualificar-se mais em estratégias de comunicação interna e externa, assim como construir estruturas democráticas e transparentes (manifestações de diversos representantes).

Principalmente nesta dimensão, pode-se perceber como a eficácia do PA Comunicação se constrói em base de processos e aprendizagens dos PAs locais. Uma das maiores causas do sucesso dos PAs reside na sua capacidade de integração e aproximação entre estratégias, atores e percepções.

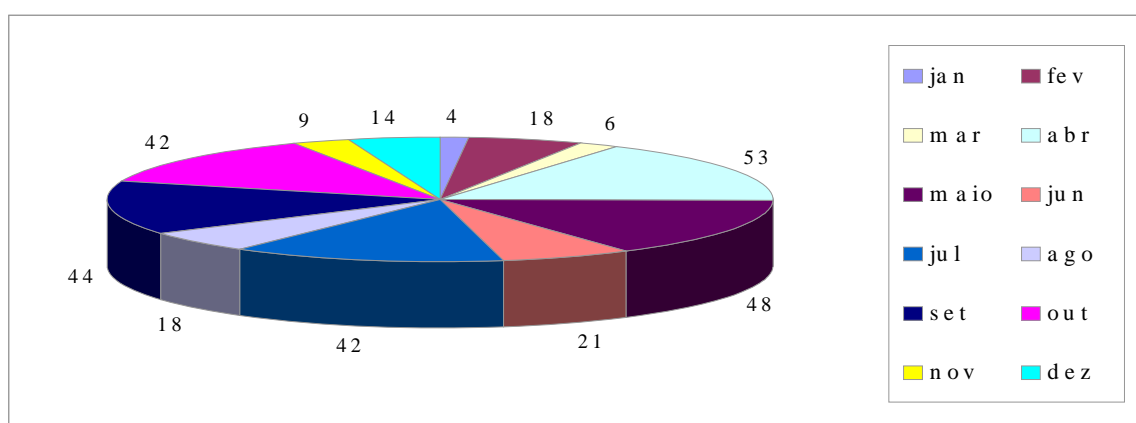
A partir destes referenciais a presente pesquisa selecionou 12 matérias, num universo de 319 inserções, publicadas em 53 jornais impressos brasileiros, ao longo de 2003. A pretensão era analisar as matérias produzidas pela mídia impressa brasileira a partir da *clippagem* da própria ANDI, o que não foi possível em razão dos prazos firmados para a entrega dos resultados. Tínhamos a pretensão de analisar quantitativa como qualitativamente.

### Quadro 3 - Inserções do tema na mídia brasileira no ano de 2003

Mês	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Inserções	4	18	6	53	48	21	42	18	44	42	09	14

Total de inserções: 319.

Figura 10 – Inserções do tema na mídia brasileira no ano de 2003



## CONCLUSÕES

Esta pesquisa catalogou 319 matérias cujo tema central é Trabalho Infantil Doméstico publicadas pelos jornais impressos brasileiros no ano de 2003. Seleccionamos apenas 12 matérias, sendo uma por mês, para apresentarmos como matérias exemplares do agendamento do tema. Conforme demonstra o gráfico à página 119 nos meses de abril e maio registra-se o ponto alto da campanha propriamente dita, com intensificação das ações em todo o país. Isto ajuda a entender a correlação entre as ações desenvolvidas e a presença do tema na mídia no mesmo período, conforme demonstram os dados.

Em razão dos limites desta pesquisa, a análise e o cruzamento de informações, o que exigiria o trabalho com o método de análise de conteúdo, ficam para um estágio posterior a este trabalho. Perceber como o discurso definido pelas fontes perpassa as matérias agendadas é trabalho que exige maior tempo.

Analisando o objetivo geral proposto inicialmente por esta pesquisa, e as hipóteses formuladas, à luz do material empírico colhido, dos dados levantados e catalogados nesta pesquisa, pode-se afirmar, categoricamente, que as fontes, quando se organizam em redes que somam um alto grau de capital social e têm financiamentos, conseguem dar visibilidade a temas desconhecidos no reduzido espectro de temas abordados pelos jornais impressos diariamente. Este estudo de caso comprova isto, não apenas do ponto de vista quantitativo, mas também, qualitativo.

Aqui o campo teórico lança luzes sobre o objeto estudado. Certamente em razão da capacidade de noticiar, conhecida como noticiabilidade, e de fatores como o espaço e o tempo não permitem que todos os assuntos ocupem espaços nas páginas dos jornais. Daí a necessidade de selecionar, operando os valores-notícia, muitas vezes vinculados não ao interesse público, mas aos interesses do veículo. Cada jornal, por sua vez, possui os seus valores-notícia, ou seja, os critérios que usam para selecionar o que irá ou não cobrir em termos jornalísticos.

Também, a partir do relato desta experiência de agendamento, é possível corroborar o poder que exercem os *news promoters/primary definers* no agendamento e enquadramento de temas. Em alguns casos, quando organizadas e competentes, as fontes, conforme demonstram os dados, é que dão as regras do

jogo, oferecendo aos jornalistas os dados e as fontes que, julgam, são mais adequadas para construir as matérias.

Do mesmo modo que as organizações da sociedade civil configuram-se como novas formas de instituições políticas, estabelecendo uma relação entre identidades particulares e o mundo de fluxos de poder, o jornalismo, como instituição social construída a partir de determinados e permanentes constrangimentos, está aberto às pressões dos promotores na produção da informação.

É possível, a partir desta pesquisa, principalmente a partir das entrevistas com editores de grandes veículos impressos brasileiros, afirmar que está em curso no jornalismo impresso brasileiro contemporâneo uma tendência a selecionar matérias de maior apelo social e público, mais preocupado com questões levantadas por Organizações Não-Governamentais e na apresentação de suas temáticas e resolução aos problemas que levantam.

Também se pode afirmar, que dentre muitas variantes, o trabalho de organizações do Terceiro Setor tem desenvolvido “nova” sensibilidade nos editores para escolha e seleção de pautas menos factuais e com maior relevância e horizonte social. O que revelaria uma redefinição dos valores-notícia, baseados não na efemeridade da informação, mas na relevância social de temas que apontam para a cidadania e para a idéia, ainda que vaga, a respeito de desenvolvimento social e humano, apontando ainda, prováveis soluções para os problemas levantados nas matérias.

O jornalismo, como campo social onde atuam diversos, e muitas vezes contraditórios, interesses, por sua vez, não sendo detentor do conhecimento especializado produzido pelas organizações do Terceiro Setor e vivendo sob a ditadura do fator tempo na produção da notícia, em alguns casos, acaba se tornando um refém do enquadramento feito pelas ONGs, que tanto influenciam na escolha da pauta, quanto no tratamento, enfoque e abordagem dos assuntos. Jorge Pedro de Sousa (2000) aborda a tirania do fator tempo como algo capaz de afetar o *news judgement* e, por seu turno, afetar também o *newsmaking*.

É inegável o poder que têm exercido os organismos da sociedade civil e do Terceiro Setor para inscrever suas idéias na agenda pública e, portanto, na luta simbólica travada diariamente nas páginas dos jornais. Figurar neste foro da esfera

pública – que são os jornais – é, para muitos organismos, garantia estratégica de sobrevivência no mercado de idéias e na discussão política de questões importantes, segundo sua visão, para a sociedade.

Neste jogo de concessões, muito bem armadas, o Terceiro Setor sabe que só com a transformação de um acontecimento ou de uma questão em notícia, seus interesses terão existência pública e serão constituídos em tema de discussão da sociedade. As ONGs, portanto, se inserem neste jogo político e nesta luta simbólica com o trabalho de promover ocorrências ao estatuto do acontecimento público que saltam das suas necessidades de acontecimento.

Embora alguns autores tenham concluído que a agenda jornalística ficou imune às mudanças da agenda pública, esta campanha de agendamento do tema Trabalho Infantil Doméstico demonstra que mesmo temas ocultos podem ganhar espaços nas páginas dos jornais quando há uma organização de diversos atores articulados em rede.

Estudos recentes no campo do agendamento afirmam que tanto a seleção das ocorrências e/ou das questões que constituirão a agenda, como a seleção dos enquadramentos para a sua interpretação, são poderes importantes que a teoria do agendamento agora identifica depois de mais de vinte anos de existência. A inversão do paradigma está na sua redescoberta do poder do jornalismo.

Contudo, embora ainda seja apenas um estudo de caso, o que não credencia a fazer generalizações, é preciso colocar em xeque o “poder do jornalismo”, retomando as questões colocadas por Maxwell E. McCombs e Donald Shaw (apud TRAQUINA, 2000): “São os próprios media a estabelecer a agenda ou estes apenas refletem uma agenda estabelecida pelas suas fontes de informação?”.

O caso colocado em questão – o agendamento do tema Trabalho Infantil Doméstico na mídia em geral e no jornalismo impresso em particular, permite apontar a existência de uma amigável cooperação entre *news promoters/primary definers* e *gatekeepers* no processo de produção da notícia, com aqueles exercendo, em alguns casos, o poder de determinar o enfoque e o conteúdo das matérias, conforme seus interesses. A ANDI e a rede de instituições que apoio esta campanha de agendamento tirou o tema trabalho infantil doméstico do anonimato, dando-lhe visibilidade na mídia em geral e no jornalismo impresso, em particular.

É importante ressaltar que, obviamente, não será qualquer fonte que obterá acesso e conseguirá espaços no jornalismo brasileiro. A descrição das estratégias demonstram a grandeza e a quantidade de ações realizadas. Várias instituições, além dos próprios jornalistas, foram envolvidas nesta campanha. A ANDI só alcançou a credibilidade que tem graças a um trabalho sistemático de monitoramento diário dos jornais e publicação de estudos e pesquisas com análise sobre o comportamento editorial da mídia brasileira. Por ser uma ação com metodologia inédita, até mesmo no âmbito mundial, o trabalho da referida organização foi sendo, ao longo dos anos, legitimado política e socialmente, o que pode ser comprovado pelos resultados alcançados, e por inúmeras propostas de financiadores. Em alguns casos, a ANDI precisa selecionar e até dispensar prováveis financiadores.

Certamente, a ANDI cumpre o papel de ser uma fonte que institucionalizou a pauta da infância e da adolescência. Qualquer jornalista que precisa construir uma matéria sobre o tema sabe que certamente pode contar com as informações, sugestões de pautas e dados catalogados pela ANDI ao longo de mais de uma década de trabalho e dedicação à causa.

Onde, portanto, residiria o poder do jornalismo tão aclamado pela Teoria do Agendamento e das teorias que trabalham com a idéia da mídia poderosa? Em tese, reside na autonomia em fixar a sua própria agenda de temas e enfoques e também no poder de selecionar o que entra e o que não entra na disputa simbólica. A questão é que, em alguns casos, como demonstra os dados empíricos deste estudo de caso, antes de dizer à população sobre o que é que deve pensar e também como pensar sobre isso, é a sociedade, organizada no Terceiro Setor, com o consentimento do jornalismo, que vai dizer o que ele vai veicular em suas páginas e com quais enfoques e enquadramentos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ÁLVAREZ, Carlos. **Fundamentos teóricos del 'Periodismo Público'**. Buenos Aires: Universidad Austral, 1999.

AVRITZER, Leonardo. **A moralidade da democracia – ensaios em teoria habermasiana e teoria democrática**. São Paulo: Editora da UFMG, 1996.

BARROS FILHO, Clóvis de. **Ética na comunicação**. São Paulo: Moderna, 1995.

BENDER, Alessandro. **As notícias mais malucas do planeta**. São Paulo: Paris Editorial, 2004.

BERTRAND, Claude-Jean. **O arsenal da democracia: sistemas de responsabilização da mídia**. Tradução de Maria Leonor Loureiro. Bauru-SP: Edusc, 2002.

\_\_\_\_\_. **A deontologia das mídias**. Tradução de Maria Leonor Loureiro. Bauru-SP: Universidade do Sagrado Coração (EDUSC), 1999.

BOBBIO, Norberto. **Ensaio sobre Gramsci e o conceito de sociedade civil**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

\_\_\_\_\_. **Estado, governo, sociedade – para uma teoria geral da política**. 10 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

\_\_\_\_\_. **O conceito de Sociedade Civil**. Tradução de Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Graal, 1982.

CASTANHA, Neide. **Políticas sociais e oferta institucional frente ao trabalho infantil doméstico no Brasil**. Projeto Trabalho Infantil Doméstico na América Latina. Organização Internacional para o Trabalho (OIT) IPEC, 2002.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Linguagem dos conflitos**. Coleção Comunicação. Coimbra – Portugal: Minerva, 2001.

COHEN, Jean e ARATO, Andrew. **Sociedad civil y teoría política**. México D.F.: Fondo de Cultura Económica, 2000.

DINES, Alberto. **O papel do jornal – uma releitura**. 6. ed.. São Paulo: Summus, 1986.

DOWNING, John D. H. **Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais**. Tradução de Silvana Vieira. São Paulo: SENAC, 2002.

ELAS NÃO brincam em serviço. Doze histórias de trabalho doméstico de crianças e adolescentes. Recife: [s.n.], 2003 (Coleção Cadernos Cendhec, v. 14).

EMIRBAYER, Mustafá; GOODWIN, Jeff. Network analysis, culture and the problem of agency. **American Journal of Sociology**, v. 99, nº 6, p. 1411-1454, 1994.

FERNANDES, Rubem César. **Privado porém público – O terceiro setor na América Latina**. Rio de Janeiro: Relummé Dumará, 2002.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide - para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre: Tchê, 1987.

GOMIDE, Denise (Org.). **Governo e sociedade civil: um debate sobre espaços públicos democráticos**. São Paulo: Abong, 2003.

GONN, Maria da Glória. **Movimentos sociais no início do século XX – antigos e novos atores sociais**. Petrópolis-RJ: Vozes, 2003.

\_\_\_\_\_. **Teorias dos movimentos sociais – paradigmas clássicos e contemporâneos**. 3. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

GUERRA, Josenildo Luiz. **Notas para uma abordagem normativa da notícia**. Anais da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compôs), em seu XI Encontro Nacional. Rio de Janeiro-RJ, 2002.

HABERMAS, Jürgen. **Direito e democracia, entre facticidade e validade**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997, v. 2.

\_\_\_\_\_. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HACHTEN, William A. **The troubles of journalism: a critical look at wath's right and wrong with the press**. Editora Lawrence Erlbraum Association, 2001.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo**. Tradução de Wladir Dupont. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

LIPPMANN, Walter. **Public opinion**. Harcourt, Brace and Co. New York, 1922.

MANCE, Euclides André. **A revolução das redes: a colaboração solidária como uma alternativa pós-capitalista à globalização atual**. Petrópolis/RJ: Vozes, 1999.

\_\_\_\_\_. **Redes de colaboração solidária: aspectos econômicos-filosóficos: complexidade e libertação**. Petrópolis/RJ: Vozes, 2002.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo**. A Saga dos Cães Perdidos. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

\_\_\_\_\_. **O capital da notícia – Jornalismo como produção social de segunda natureza**. 2. ed. São Paulo: Ática, 1989.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA – UNESCO/ONU. **Um mundo e muitas vozes**. Relatório da Comissão Internacional. 1980.

PORTO, Mauro P. **Enquadramentos da mídia e política**. Universidade de Brasília. Brasília: NEMP, Mimeo, 2002.

PROPOSTA Estratégica de prevenção e erradicação do trabalho infantil doméstico e proteção da adolescente trabalhadora. Comissão Especial do Trabalho Infantil Doméstico, instituída pela portaria nº 78, 2002.

RELATÓRIO Seminário Nacional de Comunicação, realizado em Recife-PE, dia 3 de dezembro de 2002.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Pela mão de Alice – o social e o político na modernidade**. 6. ed.. São Paulo: Cortez, 1999.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **O adiantado da hora – a influência americana sobre o jornalismo brasileiro**. São Paulo: Summus, 1991.

SILVA, Edson; MOTTI, Ângelo (Coord.). **Uma década de direitos – avaliando resultados e projetando o futuro**. Campo Grande: UFMS, 2001.

SILVA, Luiz Martins da. **Jornalismo Público: o social como valor-notícia**. Artigo apresentado ao GT Estudos de Jornalismo, no XI Encontro Nacional da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compôs). Rio de Janeiro-RJ, 2002.

\_\_\_\_\_. **Mídia e cultura da paz**. Artigo apresentado ao 3º Seminário de Comunicação de Brasília, realizado pela Conferência Nacional dos Bispos do Brasil, em Brasília-DF, 2003.

SOUSA, Jorge Pedro. **As notícias e seus efeitos**. Coleção Comunicação. Portugal: MinervaCoimbra, 2000.

TAVARES, Maurício Antunes. **Onde está Kelly? O trabalho oculto de crianças e adolescentes explorados nos serviços domésticos na cidade do Recife**. Cendhec. Recife, 2002.

TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: Questões, teorias e “estórias”**. Coleção Comunicação & Linguagens. [S.l]: Veja, 1993.

\_\_\_\_\_. **O poder do jornalismo – análise e textos da teoria do agendamento**. Portugal: MinervaCoimbra, 2000.

\_\_\_\_\_. **Teorias do jornalismo. Porque as notícias são como são**. Florianópolis-SC: Insular, 2004, v. I.

TUCHMAN, Gaye. **A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas**. In: **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. TRAQUINA, Nelson (Org). {S.l}: Vega, 1993.

VIEIRA, Liszt. **Cidadania e globalização**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

\_\_\_\_\_. **Os argonautas da cidadania – a sociedade civil na globalização**. Rio de Janeiro/São Paulo: Record, 2001.

VIVARTA, Veet (Coord.). **Crianças Invisíveis**. Série Mídia e Mobilização Social. São Paulo: Cortez, 2003.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação**. Tradução de Zélia Leal Adghirni. Brasília: Universidade de Brasília, 2004.

YIN, Robert K. **Case Study Research: design and methods**. Tradução de Ricardo Lopes Pinto.

## **ANEXOS**