

Comunicação no Terceiro Setor - Relações das organizações Sociais com as esferas de poder e mídia

Carlos Augusto Gonçalves CAMILOTTO¹
Boanerges Balbino LOPES FILHO²

Resumo

O artigo tem como objetivo analisar o cenário de atuação e as relações estabelecidas entre as organizações sociais, as esferas de poder e o papel da comunicação social no espaço midiático. Para situar a questão, buscamos contextualizar parte do cenário da atuação do Terceiro Setor no Brasil e a importância do expressivo crescimento desse segmento. O estudo de caso refere-se à cobertura jornalística empreendida pelo jornal Tribuna de Minas em relação ao Instituto Cidade, entre o período em que foi capaz de promover o agendamento de temáticas desenvolvidas pela instituição e a fase em que passou a ter sua atuação investigada.

Palavras-chave: Terceiro Setor. Comunicação. Organizações sociais.

57

1 Jornalista, sociólogo, professor e pesquisador. Mestrando em Comunicação Social (linha Comunicação e poder). Especialista em Planejamento e Gestão Social. Bacharelado em Comunicação e Ciências Sociais, licenciado em Ciências Sociais.

2 Jornalista, professor e pesquisador. Pós-doutor em Jornalismo pela UEPG (PR). Doutor e mestre em Comunicação, autor de livros, coordenador de pós-graduação e professor do PPGCom na UFJF (MG). Diretor do Fórum Nacional de Professores de Jornalismo – FNPJ.

Abstract

The article aims to analyze the scene of action and the relations between social organizations, power balls and the role of the media in the media space. To situate the question, we seek to contextualize the role of the Third Sector scenario in Brazil and the importance of the significant growth of this segment. The case study refers to news coverage undertaken by the Minas Tribune newspaper against the Office City, between the period in which it was able to promote the thematic schedule developed by the institution and the stage which now has its performance investigated.

Keywords: Third Sector. Communication. Social organizations.

Identificação dos espaços de atuação das esferas de poder

A sociedade, no atual patamar organizacional que vivenciamos, é uma formação derivada de tensões e ajustamentos, analisados cientificamente e influenciados pela trajetória histórica. Desde a aceitação da necessidade de criação dos Estados, com diferentes graus de autonomia, buscamos premissas capazes de alicerçar um conceito artificialmente introjetado: a justiça. O que é justo? Como as implicações para a resposta dessa pergunta dependem do ponto vista e do ângulo de quem responde, ressaltamos a diversidade de óticas possíveis. O fato é que essa questão influencia substancialmente na construção da cidadania e das identidades, cenário no qual verificamos o constante realinhamento das correntes ideológicas.

Os paradigmas de gestão estatal vêm sendo consolidados de formas distintas, como o Estado interventor e o liberal. O Intervencionismo é uma corrente pautada na teoria de Thomas Hobbes, que utilizou a metáfora do Leviatã, alusiva ao polvo mitológico e seus diversos tentáculos, para representar a segmentação das atividades estatais. Uma forma de exercício do poder político que busca mediar relações e submeter cidadãos a um controle centralizado. Já o Liberalismo, postulado por John Locke, argumenta em prol da livre regulamentação. O Estado funciona, segundo essa premissa, como “vigia noturno”, atuando somente na medida do indispensável. Os liberais se posicionam de forma contrária ao controle e a intervenção estatal a partir desse conjunto de princípios e

teorias políticas, que apresenta como ponto principal a defesa da liberdade política e econômica.

O Neoliberalismo consiste na retomada dos ideais liberais, defendendo a liberdade de mercado e a restrição da atuação do poder central. Na Inglaterra, foi implementado durante a gestão da primeira ministra Margaret Thatcher. O processo foi adotado nos Estados Unidos pelo governo do presidente Ronald Reagan e chegou ao Brasil nas gestões dos presidentes Fernando Collor e Fernando Henrique Cardoso.

O crescimento das demandas e a incapacidade de enfrentamento estatal para todas as questões promoveram a busca por uma nova ordem. Essa articulação, mais sofisticada e abrangente, contempla uma divisão em campos sociais, segundo (MANTOVANI, 2009, p. 29).

Um “campo” é definido como “um espaço social estruturado”, um “campo de forças”, onde existem dominantes e dominados, relações constantes e permanentes de desigualdade, de luta e concorrência entre os agentes. São essas lutas e disputas internas que definem a posição e as estratégias que vão adotar para se manter na disputa.

59

A delimitação dos campos em nossa sociedade demarca espaços coletivos, corporativos e individuais. O resultado desse processo é que os indivíduos trazem incrustadas identidades que delineiam em sua trajetória. Características inerentes ao sentimento de pertencimento a um determinado segmento social.

O artigo transita por um território com características singulares. As esferas aqui estudadas são marcadas, por um lado, pelos interesses sociais inerentes ao Terceiro Setor, que devem guiar inexoravelmente as ações empreendidas. E, por outro lado, pelo enquadramento midiático.

Para melhor compreensão da delimitação dos âmbitos que integram este escopo é fundamental a apresentação de alguns conceitos, como a definição do que é sociedade civil. (ROSSY, 2006, p.51) salienta que:

Para Gramsci, é o espaço das corporações ou das organizações que expressam interesses coletivos mais ou menos estruturados na sociedade, enquanto a sociedade política é o espaço onde emergem os interesses individuais do indivíduo. Se no primeiro espaço encontramos em nossas individualidades como membros de uma igreja X, um sindicato Y, e um clube Z, na sociedade política nos encontramos em nossa universalidade como indivíduos revestidos de direito.

A sociedade civil figura, dentro desse cenário complexo, como agente de legitimação da atuação social, sustentando a busca por um ambiente salutar. Outro conceito que perpassa os interesses representados pelas distintas instâncias aqui analisadas é o da esfera pública. Esse espaço, permeado por discussões engendradas por atores públicos e privados, constitui o local adequado para interação na defesa de anseios. O processo de diálogo entre as visões de mundo e estratégias de atuação sociais corroboram para a tentativa

Dentre a multiplicidade de fatores e interesses, em simbiose ou concorrentes, o questionamento habermasiano discute o poder constituído através da atuação das empresas de comunicação social, salientado em função de sua influência no contexto. Estudos empreendidos acerca dos desdobramentos das análises de Jürgen Habermas demonstram a tensão decorrente dessas forças, conforme discute (LUBENOW, 2007, p.104).

60

Segundo as análises do autor, o modelo de esfera pública apresenta problemas estruturais no âmbito discursivo da comunicação pública. De um espaço de discussão e de exercício da crítica, a esfera pública torna-se uma esfera dominada pelos meios de comunicação de massa, infiltrada pelo poder. Esse diagnóstico negativo de uma esfera pública despolitizada apresenta o problema da efetiva realização do princípio da esfera pública e as condições institucionais para o seu exercício, e deixa em aberto a questão sobre uma possível repolitização da esfera pública, uma possibilidade de identificar possíveis estratégias para preservar o princípio normativo da esfera pública, mas diferente das formas burguesas.

Na interseção dos anseios da sociedade civil, no contexto da esfera pública, temos a ascensão e a consolidação do Terceiro Setor, como nicho capaz de fomentar, em caráter universal, melhores condições sociais.

Com o enfraquecimento da atuação do Estado em algumas áreas, é no Terceiro Setor que vêm sendo tratadas parte das questões sociais. Em nosso contexto socialmente estratificado, a análise weberiana é citada pela autora Maria Celi Scalon (1999, P.32) com ênfase para aquilo que o indivíduo pode oferecer ao mercado. A primazia dos aspectos econômicos é defendida por Max Weber em detrimento de outros.

Segundo ele, classes não são necessariamente agentes sociais, e a distinção entre classes é definida como componente causal das oportunidades de vida, que, por sua

vez, são determinadas pelas posições ocupadas pelos indivíduos dentro do mercado. A dedução possível é que as desigualdades nas oportunidades de vida decorrem da alocação diferenciada dos indivíduos em posições de classe.

Segundo essa análise, classes não são necessariamente agentes sociais, e a distinção entre classes é definida como componente causal das oportunidades de vida, que, por sua vez, são determinadas pelas posições ocupadas pelos indivíduos dentro do mercado. Por outro lado, Amartya Kumar Sen, (2001, p.15) que, entre outros trabalhos relevantes, participa, desde 1990, da elaboração do Relatório do Desenvolvimento Humano, defende em seus postulados que:

...por descortinar o problema da conversão. É claro que o bem-estar de uma pessoa está conectado com o domínio que ela tem sobre bens econômicos tradicionais. Mas as oportunidades que ela tem (em termos de escolhas que pode fazer e realizações) em sua vida não são limitadas apenas por seu conjunto orçamentário e outros fatores de riqueza ou renda.

61

De acordo com as análises empreendidas por Amartya Kumar Sem, o bem-estar social é constituído pelo somatório de aspectos materiais e subjetivos. É tácito que não há como obter qualidade de vida sem condições econômicas favoráveis. Mas, neste complexo sistema, esta não pode ser a única premissa abordada.

Para aprimorar o entendimento contextual, a lógica de funcionamento do segmento precisa ser compreendida de forma integrada ao bojo do tecido social. De acordo com (FERNANDES, 1994, p.21):

AGENTES		FINS	=	SETOR
Privados	para	privados	=	Mercado
Públicos	para	públicos	=	Estado
Privados	para	públicos	=	Terceiro Setor
Públicos	para	privados	=	Corrupção

A tabela acima mostra como a dinâmica de nossa organização social pode ser definida de forma simplificada. Quando recursos públicos são alocados no exercício das atribuições estatais temos a ação legítima do Estado. No momento em que a iniciativa privada, dentro de suas prerrogativas, visa maximizar seus investimentos, verificamos uma lógica mercantilista. Recursos públicos, empregados de forma indevida para

beneficiar instituições privadas, constituem corrupção. Já, quando a iniciativa privada converge esforços para alavancar projetos de interesse público, temos o Terceiro Setor.

Vale salientar que Primeiro Setor é uma terminologia sociológica que se refere ao setor público. Ou seja: ao Estado e ao Governo. E, que o Segundo setor, dentro da mesma ótica, representa o mercado, o conjunto de empresas, o que é privado.

Papel da Comunicação nas Organizações Sociais

Cumprir missões originalmente estatais envolve ainda dedicação e disseminação de espírito de uma nova boa vontade. A Comunicação Social constitui assim ferramenta necessária tanto na captação de recursos, como no relacionamento com os *stakeholders*, uma vez que possibilita a mobilização e motivação dos diversos públicos. Não basta uma atuação consciente com vistas a alavancar o progresso de nossa sociedade, torna-se imprescindível a divulgação das ações empreendidas para propiciar seu êxito, aprimoramento, geração de efeito multiplicador, afirmação e construção identitária.

Por outro lado, ao defender que administradores conscientes percebem que suas empresas precisam ajudar para serem ajudadas, sendo beneficiados na medida em que, ao colaborarem para construir um mundo melhor, associam suas respectivas marcas a imagens positivas, temos outro produto: o marketing social.

A partir dessa delimitação apresentada, as estratégias de comunicação e de marketing ganham uma nova dinâmica sob o olhar de Philip Kotler. O equacionamento das questões sociais passa, indubitavelmente, pelo envolvimento da sociedade civil com as causas de interesse público. Indivíduos, empresas e entidades precisam se posicionar acerca da participação e intervenção para o aprimoramento de nosso tecido social. Ao atingirem esse estágio, passam a cobrar atitudes de seus fornecedores, contribuindo para a criação de um ciclo virtuoso. Para Kotler (2010, p. 4), trata-se de um novo cenário emergente.

Hoje, estamos testemunhando o surgimento do Marketing 3.0, ou a era voltada para os valores. Em vez de tratar as pessoas simplesmente como consumidoras, os profissionais de marketing as tratam como seres humanos plenos: com mente, coração e espírito. Cada vez mais, os consumidores estão em busca de soluções para transformar o mundo globalizado num mundo melhor.

Kotler (2010) afirma que, em nossa sociedade, as pessoas desejam que as empresas abordem suas necessidades de justiça social, econômica e ambiental em sua missão e valores. As empresas cujas metas não se enquadrem nessas questões tendem a ser estigmatizadas ou até mesmo “proscritas” por consumidores conscientes.

Ricardo Voltolini, (2004, p. 161) considera o marketing como uma ferramenta útil para este segmento, afirmando que:

As menções anteriores à relevância da imagem como valor para as trocas procuram reforçar um ponto de vista: a maneira pela qual uma organização social é percebida por seus públicos de interesse está longe de ser uma questão marginal em marketing. É, pelo contrário, um de seus enunciados centrais, uma espécie de princípio orientador que pode ser substanciado pela velha máxima de que “tão importante quanto ser é parecer ser.

Dentro de uma estrutura social dinâmica como a que vivemos, a gestão do processo de comunicação precisa estar alinhada com as demandas institucionais. A organizadora do livro Terceiro Setor: Dilemas e Polêmicas, Solange Maria Pimenta (2006, p.50), tece importantes considerações acerca de questões implicadas no processo de comunicação:

Hoje em dia, não se trata mais de uma simples questão de capitanear pessoas para uma determinada causa, mas a própria arena política na qual se trata a legitimação desses movimentos é fortemente impactada por variáveis que até pouco tempo atrás se acreditava estarem vinculadas apenas ao domínio da comunicação das grandes organizações, com a imagem (ou a reputação), os símbolos e mecanismos, por exemplo, assim como as tentativas articuladas de pautar a imprensa.

Cabe à Assessoria de Comunicação Social criar uma imagem positiva da organização. Esse poder está intrinsecamente relacionado com o processo de construção, reconhecimento e consolidação das identidades. O processo abarca os âmbitos individual e coletivo, variando também na condição temporária ou na busca pela perpetuação dos arquétipos engendrados.

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

A reflexão de (ROSSY, 2006, p.70) permite maior compreensão da relevância da questão do agendamento.

O agendamento refere-se, então, à inclusão de um determinado assunto na lista dos temas sistematicamente abordados pela mídia e à visibilidade que um determinado assunto adquire ao integrar o discurso jornalístico. Aos assuntos que não conseguem a visibilidade pública conferida pela mídia está naturalmente reservado o obscurantismo, na medida em que não alcançaram a arena pública da discussão.

Portanto, a invisibilidade, divulgação ou veiculação maciça de um assunto, relacionado a um segmento qualquer pode ser utilizada em finalidades diversas. Servindo para o “bem” ou para o “mal”, educando ou alienando. Promovendo a justiça ou execrando.

O *contra-agendamento* refere-se ao processo de luta pela incorporação de demandas, realizado por instituições representativas da sociedade civil, aos assuntos relevantes a serem tratados pelos meios de comunicação. Para que a comunicação coadune com os aspectos sociais, faz-se imprescindível o estabelecimento da via de mão dupla em relação à construção da pauta, conforme salienta (SILVA, 2005, p. 2)

O *contra-agendamento* compreende um conjunto de atuações que passam estrategicamente pela publicação de conteúdos na mídia e depende, para seu êxito, da forma como o tema-objeto-de-advocacia foi tratado pela mídia, tanto em termos de espaço quanto em termos de sentido produzido. Pode-se então afirmar que o *contra-agendamento* de um tema pode ser parte de uma mobilização social ou parte do plano de enfrentamento de um problema corporativo ou coletivo.

No caminho da promoção do *contra-agendamento*, uma opção para as organizações sociais é promover a *educação da mídia*. Não se trata de um processo de ingerência sobre a atuação das empresas de comunicação ou cerceamento de suas atividades, mas de esclarecimento. É preciso disponibilizar contribuição substancial para que os meios de comunicação ofereçam informações corretas e de qualidade.

Outra prática importante é o processo de *advocacy*, termo que significa defender uma causa de forma ampla, buscando criar mecanismos para que esse assunto ganhe visibilidade e legitimidade entre a população, a imprensa e o meio político, conforme explicação (ROSSY, 2006, p.11) abaixo.

Advocacy é um termo em inglês que pode ser traduzido por advocacia, no sentido de advogar, defender. Tem significado, porém, mais amplo, representando iniciativas de grupos, atores sociais ou entidades com o objetivo de produzir pressão política por meio de ações articuladas de mobilização, seja de grupos específicos, na defesa de seus interesses, ou da sociedade civil organizada, na defesa de interesses sociais.

O Terceiro Setor é articulado por uma lógica que almeja a reciprocidade, como uma empresa convencional, porém, existem peculiaridades advindas do caráter distinto da lógica capitalista, que integra as iniciativas. A comunicação aqui é tão importante quanto em outras esferas da sociedade. A diferença é que neste segmento a prioridade é colaborar com quem mais necessita e mostrar aos mantenedores que estão investindo no lugar certo. A transformação de causas em marcas não constitui um processo de mercantilização das causas sociais. Trata-se de uma forma de buscar uma sociedade mais justa e preencher a lacuna criada pela retirada estratégica do Estado.

Uma das palavras-chave para definir ação social é o termo somatório. Para tentar cumprir sua missão, uma organização precisa fortalecer os laços entre os participantes que, isoladamente, em pouco podem contribuir para uma mudança visceral no contexto. Outro ponto importante são os diferentes níveis de formação dos colaboradores. Na maioria das organizações, os voluntários compõem um grupo composto por pessoas que possuem desde a alfabetização até doutorado. Nesse contexto, é preciso adequar a transmissão de informações, criando uma cultura de interação capaz de assegurar a fluidez dos fatos entre os setores, abrangendo a organização como um todo. Paulo Clemen, (2005, p.34) afirma que:

É preciso fazer com que o público interno tenha referências sólidas em meio a tantas transformações culturais, à globalização, à internet, à fluidez da informação. É preciso criar massa crítica para um posicionamento dos Cidadãos Corporativos frente ao caldeirão de pensamentos e princípios que funcionam como um verdadeiro turbilhão de sentimentos que podem adoecer as pessoas.

As pessoas podem adoecer por uma gama de situações geradas em nosso quadro social. Trata-se aqui de cuidar, acima de tudo, para que o bojo da organização não corra riscos oriundos dos ruídos no intercâmbio de informações entre membros. Alguns “antídotos” contra esses males podem ser adotados. Termos como capacitação, formação

continuada, transparência e sustentabilidade integram parcela significativa das soluções de longo alcance para as organizações sociais.

Estudo de caso – Instituto Cidade

O Instituto Cidade tem embrião no âmbito acadêmico como projeto de extensão da Universidade Federal de Juiz de Fora. A iniciativa era a “Escola de Cidadania”, com a meta de capacitar comunidades sobre os direitos e deveres dos cidadãos. Com o passar do tempo, a ação sofreu uma cisão, ocasionando dois novos projetos com a mesma proposta e nome. Um, levado para a Câmara Municipal de Juiz de Fora, graças ao apoio do legislativo local, deixou o círculo universitário para atender mais comunidades, levando até elas sessões periódicas.

A outra parte se transformou na Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip), denominada Instituto Cidade. Coube à entidade levar a iniciativa para municípios vizinhos, como Lima Duarte. E nessas incursões, foi-se percebendo que as comunidades necessitavam de outros apoios. Além de noções de direitos e deveres, faltavam também oportunidades.

O Instituto se transforma, então, em protagonista de uma série de projetos, inclusive nas áreas rurais, com temáticas variadas, como meio ambiente, geração de emprego e renda, assistência social, saúde, educação, reciclagem e desenvolvimento sustentável.

Cumprindo os requisitos legais e promovendo ações efetivas, o Instituto Cidade foi se consolidando. No entanto, sua grande expansão aconteceu a partir da ascensão de integrantes do Partido Comunista do Brasil (PCdoB) a cargos de chefia no Ministério do Esporte e com a respectiva proximidade desses agentes políticos com membros da organização. A atuação do então Ministro dos Esportes Orlando Silva e de Wadson Ribeiro, que na época ocupava o cargo de secretário executivo do Ministério, foram estratégicas para o fechamento de contratos que impulsionaram o incremento das atividades do Instituto.

Até então, os projetos desenvolvidos eram bem direcionados e envolviam um número reduzido de pessoas. Eram iniciativas como o “Tecendo no Orvalho”, no distrito do município de Lima Duarte, que contemplava um pequeno grupo de mulheres artesãs. A

realização de palestras ou de programas para geração de renda para lideranças locais, além do incentivo às noções de cidadania.

Cabia a entidade, por exemplo, intermediar parcerias que possibilitassem a cessão de espaços para a realização das ações. Em outras palavras, a instituição iniciava os trabalhos, capacitava, auxiliava na montagem da infraestrutura e partia para um próximo projeto, deixando aquele público atendido como dono do seu negócio, buscando alcançar o legítimo empoderamento desses líderes e membros da comunidade.

Com o fechamento do primeiro convênio com o Ministério do Esporte para a execução do Programa Segundo Tempo, em 2006, ampliou o atendimento, conquistando a administração de 10 núcleos de atividades em bairros de Juiz de Fora e cidades da região, incluindo o município de Porto Firme, situado a 200 quilômetros de Juiz de Fora. Participavam duas mil crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social. Com a renovação dos convênios, a organização conquistou novos núcleos. Em 2010, o atendimento triplicou. Cerca de seis mil crianças chegaram a ser atendidas simultaneamente.

Segundo as normas do Ministério, cada núcleo deveria ser coordenado por um profissional de Educação Física. No entanto, no entendimento dos gestores da Oscip, somente pessoas da comunidade, conheceriam as reais necessidades locais e teriam comprometimento e conhecimento suficiente para transformar a vida dos participantes. Com isso, nos lugares onde não havia profissionais da área, eram contratadas lideranças, muitas já com algum projeto em execução.

Os profissionais e estudantes de Educação Física ocupavam cargos de monitores. Mas, para respeitar as exigências e suprir demandas de locais onde não era possível a ida de pessoas com formação acadêmica específica, o Instituto Cidade, em parceria com a UFJF, criou um curso de extensão na Faculdade de Educação Física e Desportos para capacitação, atendendo as principais demandas do projeto nas comunidades. De práticas recreativas a primeiros socorros, passando por reciclagem, comunicação e política.

O estudo de matérias jornalísticas, veiculadas no jornal *Tribuna de Minas*, que segundo (BRINATI, 2010, p. 49) “passou a circular efetivamente em 1º de setembro de 1981, no formato *standard* e desde então foi publicado durante seis dias da semana. De propriedade do médico e empresário Juracy Neves, a *Tribuna de Minas* se manteve como um dos principais jornais impressos de Juiz de Fora”, mostra a discrepância entre os enquadramentos adotados antes e depois da crise por que passou o Instituto Cidade com

diversas denúncias e investigações policiais relativas à irregularidades em suas atividades.

A metodologia utilizada visa compreender a evolução da cobertura jornalística dos projetos desenvolvidos pela organização e os fatos que, paulatinamente, geraram o desgaste e comprometimento da imagem da instituição. A análise de discurso, prática que necessita ser reinventada para adaptação contextual, possibilita descortinar parte considerável desse caminho.

A abordagem do jornal Tribuna de Minas segue influenciada, ora pelo material disponibilizado pela instituição, ora pelas evidências levantadas pela investigação empreendida pelo Departamento de Polícia Federal. A compilação desses objetos possibilita uma análise fidedigna, realizada à luz do necessário distanciamento, conforme salienta Laurence Bardin, (BARDIN, 1977, p. 29).

Apelar para estes instrumentos de investigação laboriosa de documentos, é situar-se ao lado daqueles que querem dizer não à ilusão das transparências dos fatos sociais, recusando-se ou tentando afastar-se dos perigos da compreensão espontânea. Desde que se começou a lidar com comunicações, que se pretende compreender para além dos seus significados imediatos, parece útil o recurso da análise de conteúdo.

68

O estudo não tem como objetivo tecer críticas à cobertura jornalística realizada. Podemos ressaltar a possibilidade de uma maior clareza conferida pelo olhar histórico, propiciado pela análise posterior ao período retratado. Esse enfoque privilegiado é reiterado por Eni Orlandi (ORLANDI, 2012, p.10).

O pensamento político e histórico tenta compreender os acontecimentos e as condições que permitem agir sobre eles. Compreensão difícil de atingir e a que não se chega se não se aprender a distanciar o olhar. A ver sempre mais longe, no desvio. Em análise de discurso, por em relação o que é dito com o que não é, o que é dito com o que é dito em outro lugar, etc.

No período compreendido entre abril de 2005 a março de 2009, o Instituto Cidade conseguiu pautar suas temáticas desenvolvidas. Em um exemplo de contra-agendamento, uma vez que, a execução dos trabalhos era assimilada como totalmente voltados para os

anseios das comunidades, com articulação de parcerias. Com destaque para a promoção de eventos, como o Campeonato Nacional de Futebol Indígena. (TRIBUNA DE MINAS, 2006, p.5)

O Exército Brasileiro irá abrigar os cerca de 600 atletas que estarão em Juiz de Fora para disputar o Campeonato Nacional de Futebol Indígena, que será realizado na cidade de 18 a 21 de janeiro. Esta é a primeira vez que o evento acontece no estado de Minas Gerais e é uma realização da ONG Instituto Cidade, que tem a parceria do Exército, da Prefeitura e da Universidade Federal de Juiz de Fora.

Assim, atividades desenvolvidas, como o Programa Segundo Tempo, figuravam na mídia de forma positiva nas páginas do jornal Tribuna de Minas. (TRIBUNA DE MINAS, 2008, p.4).

O Instituto Cidade e o ministro interino do Esporte, Wadson Ribeiro, assinarão na segunda-feira, dia 14 de janeiro, convênio de ampliação do programa Segundo Tempo, projeto do Ministério do Esporte cujo objetivo é democratizar o acesso à prática esportiva. Graças ao convênio, serão ampliados de 10 para 30 Núcleos Esportivos, aumentando de 2 mil para 6 mil crianças e adolescentes de 7 a 17 anos beneficiados pelo programa.

69

Na etapa seguinte da cobertura, situada entre outubro de 2011 e fevereiro de 2012, verificamos o agendamento de questões ligadas ao Instituto Cidade pelo jornal Tribuna de Minas, em decorrência dos indícios que culminaram com as investigações desenvolvidas pela Polícia Federal. (TRIBUNA DE MINAS, 2011, p. 3).

Dezesseis malotes com material referente à contabilidade da organização não governamental (ONG) Instituto Cidade foram apreendidos ontem pela Polícia Federal em operação deflagrada para apurar supostas irregularidades nos convênios firmados entre o Ministério do Esporte e a entidade, sediada em Juiz de Fora.

Com a expansão das atividades da organização, transpareceram deficiências administrativas em termos de recursos financeiros, materiais e humanos. Soma-se a isso a abordagem, no jornal, de falhas na gestão de projetos, como a Fábrica de Material Esportivo, criada para a produção de uniformes, bolas, redes, bandeiras e os principais equipamentos usados pelo Programa Segundo Tempo.

A princípio, o veículo não fazia nenhuma referência de cunho negativo ao fato de o Ministério do Esporte liberar recursos para a montagem de infraestrutura, compra de

matéria-prima e pagamento de pessoas pela Oscip. Mesmo porque, para atender ao Programa Segundo Tempo, outras fábricas já operavam no Brasil e a promessa seria que a juiz-forana se tornasse uma das principais.

A implantação da fábrica permaneceu em pauta sem divergências com os interesses da assessoria de comunicação da entidade. Por outro lado, a partir de indícios sobre o mau funcionamento do Programa Segundo Tempo, o jornal Tribuna de Minas mudou seu enquadramento sobre o assunto, encontrando outros pontos que colocaram em xeque a capacidade da instituição de gerenciar suas atividades. (TRIBUNA DE MINAS, 2012, p.3).

O Ministério dos Esportes determinou ao Instituto Cidade, com sede em Juiz de Fora e responsável por convênios assinados com o órgão ministerial, a devolução aos cofres públicos de R\$ 2.960.519,60, valor já atualizado com juros. A quantia é referente ao contrato 732.104/2010, cujo número original é 29.352/2010, celebrado para a produção de materiais esportivos por comunidades em situação de vulnerabilidade social.

O estabelecimento de relações entre as esferas da sociedade compõe um processo em constante realinhamento. No contexto do Terceiro Setor, boa parte das práticas ainda encontra-se em construção. A importância de situações como a que se busca analisar é o comprometimento de premissas para a estruturação setorial. A adoção de práticas coerentes pode contribuir para que essa rede possa ser tecida de forma salutar em menor tempo.

Considerações finais

O aprimoramento das esferas sociais interfere na vida das pessoas. Essas mudanças precisam ser acompanhadas de adequações em âmbito coletivo. A sociedade é regida por um sistema legal, regulamentado, cujos direitos encontram-se delimitados pela Constituição Federal. Entretanto, sempre que avançamos, é preciso reformular paradigmas, por exemplo, no caso do Terceiro Setor.

O Brasil é a um país de dimensão continental, paralelamente, é uma das maiores concentrações de renda do planeta. O compromisso com a questão social precisa estar presente e ser parte relevante da adequação. Muito além da equidade, precisamos atentar para o futuro das novas gerações.

O fechamento da Oscip acima apresentada e as investigações em processo, praticamente extinguiram todas as ações implementadas pelo Instituto Cidade. Algumas se mantêm graças à capacidade local de continuar por conta própria. A manutenção se dá através do empenho de indivíduos que assumiram efetivamente suas missões, seguindo compromissados com os reais interesses do público alvo em detrimento do dolo processual dos envolvidos na apuração judicial.

Algumas questões transcendem o escopo deste artigo, constituindo objeto para um estudo mais aprofundado versando sobre assuntos como, por exemplo, a ligação entre o andamento das investigações e o cacife político das pessoas envolvidas e toda a regulamentação das atividades empreendidas pelo Terceiro Setor.

Referências

ARBEX, Daniela. **Devolução de R\$ 2,9 milhões à União**. Tribuna de Minas, Juiz de Fora, 12 out. 2012. Editoria Cidade.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa, Portugal. Edições 70. 1977.

BRINATI, Francisco Ângelo. **Jornalismo Político e Identificação Eleitoral**. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Juiz de Fora, 2010.

CARVALHO, Nanci Valadares de. Autogestão - **O Nascimento das ONGs**. Editora Brasiliense. 2ª ed. rev. 1995.193p.

CLEMEN, PAULO. **Como implantar uma área de comunicação interna: nós, as pessoas, fazemos a diferença**. Rio de Janeiro: Mauad, 2005.

COSTA, Cristina (org.), OLIVIERI, Cristiane, CASTRO, Gisela, SOARES, Ismar de Oliveira, FERRAZ, Luci, KISIL, Marcos, MOTTER, Maria de Lourdes, FÍGARO, Roseli. **Gestão da Comunicação: Terceiro Setor, Organizações Não Governamentais, Responsabilidade Social e Novas Formas de Cidadania**. São Paulo: Editora Atlas, 2007. 102p.

FERNANDES, Rubem Cezar. **Privado, porém público: o Terceiro Setor na América Latina**. Rio de Janeiro : Relume – Dumará, 1994.

JORNAL TRIBUNA DE MINAS. **Campeonato Nacional de Futebol Indígena**. Juiz de Fora, 13 dez. 2006. Editoria Esporte.

JORNAL TRIBUNA DE MINAS. **Assinatura de Convênio para Ampliação do Programa Segundo Tempo**. Juiz de Fora, 10 jan. 2008. Editoria Cidade

KOTLER, Philip. **Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano**. 4.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LOPES, Renato. **Questões Sociais – Porque existem perguntas que mudam vidas**. Juiz de Fora: Editora Maria José Oliveira, 2012.

LUBENOW, Jorge Adriano. **A categoria da esfera pública em Jürgen Habermas: para uma reconstrução da auto-crítica**. Cadernos de Ética e Filosofia Política – UFPB, 2007.

MANTOVANI, Denise Maria. **A cobertura jornalística do Bolsa Família – um estudo de caso da interação entre os campos político e jornalístico**. Dissertação (mestrado) – Universidade de Brasília, 2009.

MENEGHETTI, Sylvia. **Comunicação e Marketing: fazendo a diferença no dia-a-dia de organizações da sociedade civil**. São Paulo: Editora Global Ltda, 2001, 119p.

ORLANDI, Eni. **Discurso em Análise: Sujeito, Sentido, Ideologia**. Campinas: Ed. Pontes, 2012.

PASTORE, José. e N. V. SILVA. **Mobilidade Social no Brasil**, São Paulo: Makron Books, 2000.

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

PRINGLE, Hamish& THOMPSON, Marjorie: **Marketing Social**. São Paulo: Makron Books, 2000.

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

SANDRA ZANELLA e TÁSCIA SOUZA. **PF abre inquérito para investigar Instituto Cidade**. Tribuna de Minas, Juiz de Fora, 11 nov. 2011. Editoria Política.

SCALON, Maria Celi. **Mobilidade Social no Brasil: Padrões e Tendências**. Rio de Janeiro: Revan: IUPERJ – UCAM, 1999.

SEN, Amartya. **Desigualdade Reexaminada**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

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

SILVEIRA, Bianca Alvim de Andrade. **A materialização midiática da brasilidade: a cobertura do Jornal Nacional sobre a seleção de futebol e a narrativa da identidade brasileira**. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Juiz de Fora – 2010.

UTSUNOMIYA, Fred Izumi. **O desafio da gestão da comunicação institucional de organizações do terceiro setor brasileiro**. Dissertação de mestrado. Universidade de São Paulo, 2001.

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