



## O papel do comunicador nas ONGs Sociais<sup>1</sup> Nívea Canalli BONA<sup>2</sup>

### Resumo

O presente trabalho traz parte dos resultados de pesquisa desenvolvida em três ONGs Sociais de Curitiba-PR, fundadas nas décadas de 1970, 1980 e 1990. A partir de estudo de caso múltiplo a pesquisa mapeou as estratégias de comunicação utilizadas pelas organizações e qualificou a presença dos comunicadores nessas organizações. Entre os resultados aqui colocados encontrou-se nessa área um espaço profícuo de trabalho para profissionais das áreas de relações públicas comunitárias e jornalismo, uma busca por perfil variado de “responsáveis pela comunicação” e o necessário envolvimento ideológico com a causa da organização.

**Palavras-chave:** profissional de comunicação, ONGs sociais, relações públicas comunitárias, jornalista.

Este texto traz parte dos resultados do estudo de caso múltiplo realizado em 3 ONGs Sociais<sup>3</sup> situadas em Curitiba, no Paraná. Entre os objetivos da pesquisa estavam o de descobrir qual é o papel que os comunicadores desempenham nessas organizações na atualidade e se há um perfil específico de profissional – alguma habilitação, formação ou outra prerrogativa – sendo buscado.

As organizações estudadas foram: a ADITEPP – Associação Difusora de Treinamentos e Projetos Pedagógicos em Educação Popular, fundada em 1972, em Curitiba, Paraná que possui como intuito principal oferecer suporte para Movimentos Populares a partir da capacitação de lideranças populares, cursos e congressos regionais além de trabalhar as questões de gênero; o CEFURIA – Centro de Formação Urbano Rural Irmã Araújo, fundado em 1981, que tem como seu principal objetivo fortalecer as organizações populares para que possam exercer o protagonismo social e a cidadania; e a Ciranda - Central de Notícias da Infância e Adolescência, fundada em 1998 e que tem como missão “contribuir para a melhoria da realidade social da infância e da adolescência, estimulando a construção de uma cultura comunicacional responsável.”<sup>4</sup> Seu objetivo principal é servir de ponte entre as pautas das organizações que trabalham com a temática da Infância e Adolescência e os meios de comunicação de massa.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado para o XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – NP Comunicação para a Cidadania.

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Email: niveabona@onda.com.br

<sup>3</sup> A partir da literatura consultada de GOHN e Peruzzo, se propõem uma classificação de organizações não governamentais a partir da sua origem. As ONGs sociais são as que advêm e contém sinais claros de relações com movimentos sociais e ativismo popular.

<sup>4</sup> Disponível em: <http://www.ciranda.org.br/>



A escolha por essas organizações partiu do suporte teórico da Teoria dos Movimentos Sociais de Maria da Glória Gohn que traça a trajetória de boa parte dos movimentos sociais no Brasil. Originadas a partir de Movimentos Sociais ou fundadas por pessoas que pertenciam a Movimentos Sociais, essas organizações são chamadas de ONGs Sociais. Outro motivo da escolha por essas organizações é o contexto em que foram fundadas. Como cada uma foi criada em uma década diferente – e isso significa situações sócio-políticas e econômicas diferenciadas, traz-se, a partir desse estudo, sinais das diversas mudanças no relacionamento com as estratégias utilizadas na comunicação e no atingimento de públicos específicos. Por fim, há uma linha comum entre suas atividades: as três fornecem assessoria para outras organizações, instituições e movimentos sociais em maior ou menor intensidade no dia-a-dia dos seus trabalhos.

O estudo de caso englobou a realização de pesquisa documental, observação participante e entrevistas em profundidade com os fundadores e profissionais envolvidos com a comunicação dessas organizações, formados ou não na área, mas que possuíam, de alguma maneira ligação com o planejamento de comunicação dessas ONGs.

Num primeiro momento traçou-se o cenário das transformações que ocorreram nas últimas 3 décadas, tanto em nível sócio-político-econômico nacional quanto de posicionamento dessas organizações neste contexto. A partir desses dados buscou-se os reflexos dessas mudanças nas opções por estratégias de comunicação específicas e, no último ponto, pela influência do comunicador nessas decisões. Nesse trabalho, o foco é trazer as últimas descobertas, tanto sobre quem é esse profissional como a visão dele sobre seu papel nesse ambiente.

### **O profissional de comunicação nas ONGs sociais**

Profissionais formados em Jornalismo, Publicidade e Relações Públicas têm visto um mercado cada vez mais sedento por profissionais de comunicação que saibam suprir as necessidades de criação de fluxos de informação e de relacionamento com seus públicos de interesse. Ao mesmo tempo, a garantia do “emprego” e da estabilidade em funções tradicionais não existe mais. Novas configurações e desafios estão surgindo no mercado da comunicação exigindo, muitas vezes, um profissional múltiplo, que possua o conhecimento técnico mas que agregue a formação humanística como diferencial. Movimentos sociais e instituições da sociedade civil são mais um grupo de organizações



que fazem parte desse cenário que tende a demandar pessoal que detenha conhecimento aprofundado em técnicas e estratégias de comunicação.

Essas constatações e a crescente profissionalização do terceiro setor na busca por planejamentos de comunicação ajudam a construir um cenário que pode dar sinais sobre os comunicadores que estão ocupando e fazendo parte das funções destinadas à comunicação nas organizações do terceiro setor.

Dentro deste contexto as discussões sobre como esse novo profissional<sup>5</sup> vai atuar nas novas frentes que estão se abrindo, colocam em xeque a preparação de cada habilitação para esses desafios. Autores das diversas áreas colocam as possibilidades de atuação cruzadas com as habilidades requeridas para cada profissão ressaltando que o profissional múltiplo, aquele que se adequar às demandas das diversas áreas de conhecimento que se entrelaçam com a comunicação e que domine a evolução tecnológica, terá novos horizontes profissionais pela frente.

Há os defensores de cada habilitação para que ocupem essas novas posições no mercado. E o que se tem visto nessa “mobilidade” profissional é abrirem-se oportunidades para comunicadores que se posicionam com um bom ferramental na construção de textos e na habilidade para trabalhar tanto com informações quanto com públicos diversos as mais diferentes estratégias de comunicação. Alguns autores mostram que o jornalista possui amplo horizonte nessas possibilidades que se abrem, mas precisa se adequar deixando para trás o estrito trabalho de redação:

Um novo campo de trabalho está sendo oferecido por organizações de todo tipo: ONGs, entidades de classe, associações, empresas, escolas, órgãos públicos, agências de comunicação, relações públicas e de publicidade. E ao mesmo tempo as exigências são maiores. Haverá, sempre, espaço para atividades técnicas e especializadas como produção de *releases*, de jornais empresariais, edição de conteúdo em sites na Internet, assessorias de políticos, profissionais liberais, esportistas e artistas. Entretanto, ao optar por tornar-se estrategista, gestor dos fluxos de comunicação, as oportunidades são maiores.(...) No mercado que se consolida, passam a existir três tipos de campos de atuação para alguém com formação em jornalismo. Há o tradicional, nas redações. Os outros dois são no grande campo da comunicação institucional: o especialista, que realiza assessoramento de imprensa, produção de publicações ou conteúdo na Internet, por exemplo, e o gestor, com atuação mais política e estratégica, que utiliza a comunicação como insumo na tomada de decisões, ajudando a organização ou o assessorado a definir rumos e ações (DUARTE, 2002, p. 98-99).

---

<sup>5</sup> A concepção de novo profissional de comunicação se refere aos novos desafios que ele enfrenta e para os quais novas habilidades são requisitadas. Ele pode se formar com essas novas referências ou se atualizar em meio ao exercício profissional.



Essas novas frentes de atuação para o jornalista encontram-se em grande parte nas organizações do terceiro setor, que nos últimos 10 anos abarcaram profissionais de diversas áreas para fazerem parte dos seus quadros e projetos. Esses profissionais da administração, serviço social, psicologia, áreas biológicas, pedagogia entre outros começaram a tomar parte nas demandas especializadas.

Uma pesquisa realizada por Leilah Landim e Neide Beres para o ISER (Instituto de Estudos da Religião) radiografou o vigor do Terceiro Setor na primeira metade da década de 1990. O levantamento mostra que esse universo de organizações gerou, proporcionalmente, mais empregos em 1991 e 1995 do que o restante da economia brasileira. Foram cerca de 340 mil postos de trabalho criados no setor somente neste período. Estudos recentes realizados pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Associação Brasileira de Organizações Não-Governamentais (Abong) e Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (Gife) revelam que, entre 1996 e 2002, foram abertos mais 500 mil novos empregos (Da árvore a... 2005, p.21).

O comunicador, por sua vez, é convocado para trabalhar com o processo de mediação social, no qual serve como ponte entre essas novas organizações que se profissionalizam e as outras instâncias sociais, como outras instituições, órgãos governamentais, públicos atendidos, sociedade, entre outros.

Se para boa parte dos pesquisadores e cientistas sociais, todo comunicador é um mediador, a consciência sobre esse papel junto aos profissionais surgiu e ganhou dimensões públicas, apenas com o aparecimento das Organizações Não Governamentais e suas bem-sucedidas intervenções na sociedade, como reconhecimento do papel social das empresas e suas relações com o meio ambiente e, finalmente, com o entendimento da educação como processo comunicacional. (SOARES, 1995, p.107)

Essa mediação toma vultos relevantes e resultados visíveis quando acontece entre a imprensa e os movimentos que até então a mantinham à distância por guardarem diferenças entre a realidade e as pautas privilegiadas no agendamento. Essa mediação realizada pelo profissional é clara na fundação da ANDI<sup>6</sup>, que deu origem à Ciranda. O papel do profissional de jornalismo foi determinante para que se desencadeassem as atividades voltadas para a sensibilização da imprensa e de instituições sobre a importância dessa relação profissional.

É relevante entender que a ideologia hegemônica nos movimentos populares daquele período (1991) colocava a mídia de massa como inimiga, aliada ao capital, contra o “povo”. Não à toa, tais movimentos preferiam criar “meios alternativos” a empenhar esforços em mudar a cultura dos meios de comunicação, seus proprietários e jornalistas. Por isso, os profissionais envolvidos na construção da ANDI, todos profissionais atuantes nos principais veículos da mídia da época, assumiram inicialmente o papel de criar pontes

---

<sup>6</sup> Agência de Notícias sobre os Direitos da Infância.



entre os movimentos pela infância e adolescência e as redações, principalmente assessorando os atores sociais no planejamento da comunicação e na produção de eventos de visibilidade (Da árvore a... 2005 p.23).

Essa mudança de atuação começou a marcar a história dos que querem mais do que trabalhar com informação somente, querem uma leitura mais abrangente do que são os fatos e acontecimentos e, por que não, uma mudança efetiva a partir dessa nova visão. Como Vieira (2005, p.29) confirma, “os jornalistas dos grandes veículos perceberam, sobretudo, que éramos jornalistas trabalhando com o interesse de melhorar o jornalismo”.

O trabalho de construir pontes a partir de determinadas realidades foi uma das missões que pioneiros nesse novo caminhar começaram a trilhar. Abriram caminhos para que os profissionais que estão se desenhando na atualidade saibam onde pisar e ajudem a inaugurar essa nova maneira de exercer a profissão.

Além da nova missão que se desenha para jornalistas, há a habilitação que nasceu com a responsabilidade de organizar os diversos públicos atingidos pelas organizações. Originalmente, o Relações Públicas nasce do foco funcionalista de buscar a harmonia social para que os objetivos capitalistas possam ser atingidos com maior efetividade por parte das empresas do mercado. Sua missão era, a partir do uso dessas estratégias de comunicação, criar vínculos de fidelidade e aceitação aos produtos e serviços ofertados pelas empresas. Precisava-se comprometer e cuidar dos públicos que se localizavam ao redor dessas organizações.

Há duas décadas alguns pesquisadores<sup>7</sup> no Brasil inauguraram o precedente para outras formas de ver a missão do Relações Públicas a partir de um pensamento mais abrangente para o papel desse profissional na sociedade. Com as suas ferramentas e seu conhecimento ele poderia ser agente de mudanças efetivas do ponto de vista dos conflitos sociais, não buscando mais colocar “panos quentes” nos processos em discussão, mas providenciar que os públicos possam ter voz de igual peso na arena de discussões sociais. Essa visão que é chamada por alguns autores<sup>8</sup> como humanista radical, em contrapartida ao modo funcionalista como a profissão foi criada, é a que tem puxado as investigações sobre comunicação no terceiro setor na atualidade. Porque a profissão de Relações Públicas a serviço da comunicação institucional de organizações do terceiro setor e movimentos sociais é a que têm mostrado resultados interessantes do

---

<sup>7</sup> Cíclia Peruzzo, Margarida Kunsch são duas pesquisadoras dessa linha.

<sup>8</sup> Mattos (2002, p. 165)



ponto de vista da participação<sup>9</sup>. Ela tem sido chamada de Relações Públicas Comunitárias. Mas é importante não entender essa nova comunicação como uma adaptação da organizacional funcionalista a ser aplicada nas ONGs sociais. Cesar (2007) confirma que a responsabilidade por essa mudança está focada na atuação do profissional:

Assim, quando falamos de relações públicas comunitárias, tratamos de uma nova postura metodológica, que não deve ficar restrita aos movimentos sociais periféricos, mas pode se dar em qualquer espaço de atuação, dependendo unicamente de um posicionamento do profissional da área. Empresas que hoje atuam mais preocupadas em dar resposta ao conflito que em promover a harmonia social; ONGs que trabalham na perspectiva de engajamento de minorias e de melhorias sociais dos excluídos; instituições públicas e privadas que passam a ter mais seriedade quanto a sua responsabilidade social; enfim, são práticas que invertem um sistema e chamam o profissional de relações públicas, nesse caso especialmente, a tomar parte desse processo. (CESAR, 2007, p. 83)

Esses novos desafios devem ser vistos como prática contínua na qual o comunicador se transforma em articulador social, unindo públicos por meio das ferramentas a que tem acesso e trilhando um caminho de intervenção em que ele torna-se gestor do processo de democratização dessas práticas, abrindo o acesso para que outros atores possam fazer parte e se utilizar desse ferramental para a promoção social.

São práticas coletivas que transcendem a satisfação objetiva das necessidades do aqui-e-agora, essenciais à nossa sobrevivência, que devem estar articuladas entre todos os segmentos da sociedade, sejam eles de direita ou de esquerda, empresariais ou populares, alinhados ou não a determinado partido político. Trata-se de um novo paradigma de intervenção do indivíduo como cidadão ante a sua realidade, assumindo papel fundamental de articulador e gestor da transformação social (CESAR, 2007, p. 83).

Nesse novo ambiente de atuação é comum a inserção de profissionais do jornalismo e das relações públicas para ocupar essa função de estrategista em comunicação. Habilitados em publicidade não têm aparecido com atuação nessa área, salvo em construções de campanhas voltadas para a responsabilidade social de instituições do mercado ou em parcerias. Estudos sobre profissionais de publicidade ocupando funções de comunicação em organizações do terceiro setor são incipientes ainda na atualidade.

### **Os profissionais das organizações estudadas**

---

<sup>9</sup> Ver KUNSCH, Margarida M. K. e KUNSCH, Waldemar L. Relações Públicas Comunitárias. A comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora. Summus Editorial, 2007.



Foram entrevistados nas organizações todos os profissionais que, de alguma maneira, estão envolvidos com os processos decisórios de comunicação. Verificaram-se alguns traços comuns no perfil dos comunicadores – formados ou somente responsáveis pela comunicação - das três organizações estudadas. Incluiu-se nessa análise comunicadores presentes no Cefuria e na Ciranda, pois a Aditepp hoje não conta com profissionais ou colaboradores responsáveis pela comunicação.

O Cefuria hoje conta, do ponto de vista da formação na área, com dois comunicadores: Alberto<sup>10</sup> é formado em Relações Públicas e Jornalismo e Alexandre, responsável pela Quem TV, está cursando Jornalismo. Além desses dois profissionais, a produtora<sup>11</sup> conta com *freelancers* formados e não formados na área. Em sua história, o Cefuria não contou com comunicadores formados na área para se responsabilizarem por sua comunicação institucional.

A Ciranda, por ser uma organização que tem como missão principal trabalhar com a imprensa e com instituições da área infanto-juvenil com o objetivo de estimular pautas da área na imprensa, é praticamente toda formada por jornalistas. São 15 colaboradores entre jornalistas e estagiários de jornalismo mas o número varia porque a Ciranda recebe vários estudantes para observação. O perfil dos profissionais é muito similar e boa parte dos que hoje estão na organização chegaram por meio do programa de estagiários que a Ciranda desenvolve desde a sua fundação com universidades conveniadas. O perfil dos que trabalham na Ciranda não fugiu muito do perfil encontrado nas fundadoras<sup>12</sup> da organização, também estudantes de universidade particular e pertencentes à classe média. Essa característica é até comentada pela própria equipe, que no dia do planejamento da organização avaliou: “todo mundo é branco, todo mundo é classe média e todo mundo é jornalista”<sup>13</sup>. Sentiu-se que a característica de ser todo mundo jornalista está começando a ser levantada como uma vulnerabilidade da organização.

### **Quem é o profissional que atua nas ONGs Sociais?**

A pergunta fez testas franzirem: sabe-se que tipo de comunicador se quer e esse saber não passa pela formação universitária nem por um perfil ideal. A tendência comum em todas as entrevistas foi o entrevistado usar os exemplos existentes na própria

---

<sup>10</sup> Foram utilizados pseudônimos para os profissionais entrevistados.

<sup>11</sup> A organização possui uma produtora de tv, a QUEM TV que presta serviços de cobertura a realização de programas de tv para movimentos sociais e organizações em geral.

<sup>12</sup> A ONG foi fundada por 7 estudantes de jornalismo da Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Hoje é coordenada por uma delas somente.

<sup>13</sup> Depoimento da estagiária de um dos programas da organização, o Catavento.



organização para dizer o que seria o ideal. Isso quer dizer: “o que nós temos é o ideal hoje”. Isso mostra que a busca por um profissional para cuidar da comunicação da ONG social não passa por um recrutamento formal, que tem uma lista de requisitos que precisam racionalmente serem preenchidos. Esses requisitos existem, mas não são conscientes e precisam de tempo para serem racionalizados.

Eu acho que são as duas coisas. Tem primeiro que ter essa afinidade, ter um compromisso político. Já houve uma vez que abrimos para análise vários currículos e tal, mas normalmente o critério é compromisso político, não é a formação acadêmica que define, embora isso ajude porque vai qualificar melhor o trabalho dele. Agora, a formação acadêmica, sem o compromisso político, para nós não interessa. Então de repente trazer uma pedagoga pra cá. Eu brinco porque eu sou da coordenação pedagógica, mas sou socióloga. Mas sempre trabalhei em educação popular. E eu falo para elas – a gente recebe bastante turma de pedagogia para discutir os outros espaços que ela tem além da escola para atuação. Mas eu digo que aqui o espaço é político-pedagógico. Mas não temos nenhum pedagogo. (coordenadora Pedagógica do Cefuria, em entrevista fornecida a autora no dia 18/12/07)

É muito comum a visão do profissional que é multidisciplinar – ou o faz tudo - como o ideal para as duas (Cefuria e Ciranda) organizações. No Cefuria, isso acontece porque o compromisso político vem antes da formação. Isso quer dizer que a formação é importante, mas ela não é obrigatória se o comunicador for comprometido e investir em sua preparação de modo paralelo. Na Ciranda esse profissional com habilidade multidisciplinar é requerido por que todos desempenham diversas funções e não somente a que cabe ao comunicador ou a que envolve somente estratégias de comunicação. Mas é importante entender que pela posição prioritária de servir como “assessor de imprensa” das causas infanto-juvenil, a prerrogativa de contratação na Ciranda é por jornalistas. Faria (2002, p.161) explica essa importância de ser profissional de comunicação dando pistas do trabalho pedagógico que o comunicador cumpre nessas organizações:

A contribuição que o assessor pode dar é justamente dimensionar os fatos das organizações de acordo com os movimentos e dos interesses na órbita da esfera pública. Como o mais qualificado e especializado na leitura dos conflitos sociais, o assessor de imprensa exerce o papel de abrir os muros das organizações para o mundo. A realidade das instituições – com culturas próprias, processos decisórios complexos e jogos de poder particulares – pode apresentar um quadro de comportamentos reativos, atitudes corporativas e visões estreitas. Daí, o valor adicional do assessor de imprensa que, além de atuar diretamente na interface com a mídia, destina ações para um trabalho pedagógico interno a fim de abrir perspectivas fechadas e unir visões fragmentadas, comuns no universo das organizações. (FARIA, 2002, p.161)



Aliás, é freqüente a dúvida quando se pergunta se o profissional é comunicador ou educador. As funções realizadas se ampliam em relação ao que a universidade posta como atributos desse profissional e ele acaba sendo um multifazedor ou, como o pessoal da Ciranda costuma entender, um educador.

### **Comunicador, interdisciplinar ou Educomunicador?**

Percebe-se nas duas organizações que o nome da profissão em algumas situações não têm muito a ver com as funções desempenhadas. O comunicador acaba fazendo outras coisas, e é encarado como o profissional que mais se adequa a cada missão.

Alberto sabe do seu poder de mediação e de multiplicação de técnicas. Mais do que um divulgador institucional ou mesmo estrategista, ele é um formador de novos comunicadores. Assim, ele tem se acostumado a se ver como educador popular no Cefuria. Porque todos são educadores e ele é um dos educadores, em comunicação.

[minha missão] É tentar, é possibilitar que outras pessoas também tenham acesso à informação, acesso à comunicação. A partir daquilo que a gente já sabe, já conhece, que outras pessoas também possam conhecer. Que os jovens que a gente trabalha, os adolescentes, as padarias comunitárias... Como que uma padaria comunitária pode divulgar o trabalho na comunidade? Como que ela vai divulgar que não é só o pão, que o preço é mais acessível, mas que ela, até a questão do trabalho, trabalho comunitário com as mulheres, o cuidado com a higiene... Então acho que é mais esse trabalho de mostrar às pessoas como elas podem se apropriar da comunicação. Seja o veículo, seja o direito a voz, o direito a fala, acaba sendo muito mais isso. Às vezes eu fico pouco tempo cuidando do site ou cuidando de notícias. Boa parte do tempo é assessoria, oficinas, cursos, palestras. Acaba sendo esse o trabalho de formação. (...) O Cefuria se forma sobre três pilares: articulação, formação, comunicação. Mas continua sobre a formação. De formador, de educador. (Alberto<sup>14</sup>, em 19/11/07)

Já na Ciranda, o trabalho pode parecer similar. Pelos projetos desenvolvidos, muito se tem de comunicação para educar. Ou educa-se por meio da comunicação. Só que como a visão sobre os comunicadores e sua missão parece ser um pouco mais ampla – e isso pode se dar pela simples razão de todos serem comunicadores formados e verem a profissão de dentro – não é complicado assumir que são comunicadores. Todos desempenham atividades que se confundem com funções de educadores, e, muitas vezes, eles se autodenominam educadores, mas não deixam de ser profissionais de comunicação. Quando perguntado se os profissionais que lá estão são educadores ou

---

<sup>14</sup> Pseudônimo.



comunicadores a resposta sai sem hesitar, mas já com a avaliação crítica sobre o papel desse profissional misto:

Comunicadores. Esse é o nosso próximo desafio. Nós passamos alguns anos nesse impasse e contratamos jornalistas para serem gestores pedagógicos. O ideal é a soma dos dois para que eles possam se complementar depois. Você não acha um profissional misto. O jornalista que é educador é professor universitário – ele vai lá para ensinar aquilo. Mas você não tem um profissional formado para ser educador com a comunicação. (Coordenadora da Ciranda em entrevista fornecida em 10/01/08)

### **Militante ou profissional?**

Uma questão que apareceu nas entrevistas e necessita de análise é a abordagem referente à preferência por um militante ou por um profissional na hora de escolher um comunicador para a organização. Pode-se entender que como a Ciranda enxerga os processos comunicacionais de uma maneira mais profissional, fica mais fácil optar por um profissional para ocupar um cargo de comunicador na organização. Situação diferente vemos no Cefuria. O Cefuria teve, por muitos anos, um militante como responsável pela comunicação da organização<sup>15</sup>. É possível que as razões para as diferenças decorram das duas organizações terem nascido em décadas diferentes, com contextos e relacionamentos na arena social também diferentes. Mas o estudo da inserção do profissional de comunicação nas duas organizações mostra uma realidade que Peruzzo (2007, p.166-167) confirma como uma tendência atual:

Historicamente, as atividades de comunicação se desenvolvem de forma amadora e são feitas basicamente por membros ativistas dos próprios movimentos e ONGs. Aos poucos, porém, introduz-se a idéia da necessidade de “profissionalização” das organizações, tendo em vista a complexidade do fenômeno e a importância do uso competente de instrumentos e técnicas de comunicação para a conquista de resultados mais eficientes.

É a partir dessa consciência que profissionais de comunicação vêm em substituição aos militantes que faziam comunicação. Mas isso não tira o mérito de militantes que deixaram sua marca como comunicadores populares. A convivência desses militantes com profissionais também se mostra positiva quando é possível contar com a contratação de um profissional.

Alexandre - Qualquer pessoa deve buscar a formação. Mas há muitos profissionais que aprendem com o próprio povo e conseguem repassar e passar a informação – não precisa fazer pedagogia. Acho que tem que buscar formação, porque a sociedade que nós vivemos exige.

---

<sup>15</sup>Essa comunicação da organização não se refere à comunicação institucional, mas sim à produção e construção de estratégias de comunicação para os assessorados ou para divulgação de eventos do Cefuria.



Essa discussão é bem complicada. Eu acho que tem que buscar, mas em contrapartida há milhares de formas de se capacitar sem fazer faculdade. Não sei se todas as pessoas que pensaram o Brasil - bons livros e boas teses - eram todos formados.

Pesquisadora - Então eu vou colocar a pergunta de uma outra forma. Se hoje você fosse contratar uma pessoa para trabalhar com você, você ia procurar o que?

Alexandre - Capacidade de discernir sobre uma coisa e fazer a coisa. Porque a educação popular está muito relacionada à decisão de fazer. Quando você tem alguém que você precisa estar coordenando, dizendo o que tem que fazer, é ruim! Eu buscaria uma pessoa que tivesse noção de autogestão e decisão. Essa pessoa pode ser do mercado, contanto que saiba discernir. Eu vou para uma assembléia de trabalhadores, tem lá uma votação. Nessa hora eu tenho que mover a câmera para quem está votando. Esse discernimento, quem já está no meio do movimento já tem: que é esse aspecto de democracia, de mostrar que todos têm o poder de decisão. Se o cara for de mercado pode ser que ele fique só na mesa que está coordenando a votação. Mas se pressupõe que se está no mercado é porque ele tem essa visão. (Alexandre, em 18/12/07)

Os formados que também militam carregam a missão, não de se destacarem pelo status que o curso universitário fornece, mas de repassar o que têm de técnica aos outros. A formação é importante, sim. Torna-os diferentes para o trabalho cotidiano. Mas nota-se que a visão sobre a formação é uma visão diferente da do mercado. Não se busca a sectarização como diferenciador, mas o formado acaba tendo – e colocando para si – a função do multiplicador. Não é melhor que os outros, mas sua técnica pode e precisa ser colocada a serviço.

A Ciranda traz uma percepção diferenciada sobre militância *versus* formação. A prerrogativa de contratação é por jornalistas, como já visto, porque a atividade que era desempenhada pela Ciranda na sua criação era atividade restrita para jornalistas. Não se sabe se por inércia, costume ou por encaminhamento continuou-se a buscar por comunicadores, em especial jornalistas, para figurarem e trabalharem com os diversos projetos aprovados nos últimos anos, inclusive em outras áreas do conhecimento. Mas por mais que a formação seja um pré-requisito para fazer parte da equipe Ciranda, é ponto pacífico para os entrevistados que o profissional precisa trazer o “algo a mais”, que uns chamam de engajamento, outros de “tesão” pelo trabalho, e que, em muitos casos, pode ser visto como uma forma de militância atual.

Eu chamo de engajamento. Eu não faço nada a qual não esteja engajada. Eu não sou uma pessoa que fale sobre um tema em que eu não acredite. Para mim é ponto pacífico até hoje... Não sei daqui a 10 anos. Mas para mim tenho que vestir a camisa. (...) Não só na área social, em qualquer lugar. É o ser humano que faz a diferença, essencialmente é o ser humano e no que ele acredita. E a capacidade que ele tem técnica. Evidentemente, tem que ter a capacidade técnica, tem que saber, enfim. O que faz diferença, modestamente, na minha



opinião, são as pessoas. (Uma das fundadoras da Ciranda em entrevista fornecida em 29/11/2007)

### **Ir além**

Além de desenvolver um trabalho interdisciplinar, esses profissionais querem mais do que realizar atividades na sua área. O ideal de levar aos outros o conhecimento, o saber fazer, é que os move. E as compensações desses profissionais estão longe de serem no âmbito financeiro. Eles não se atêm ao fazer comunicação. Mas a levar essa maneira de lidar com o mundo, de ver o “outro lado” tanto da imprensa quanto dos veículos e das estratégias para os públicos das organizações. E por ir além, acabam recebendo e sendo alimentados com compensações que ultrapassam o salário – colocado como nada atraente pela maioria dos entrevistados – e motivam a paixão de estar mudando algo no mundo.

Não tenho dúvidas de que se fosse somente pela razão econômica eu já tinha migrado para outra TV. O que me move de certa forma é saber desses resultados que a nossa comunicação oferece. Que eu não estou trabalhando para um cara que oprime, que mata ou que fala algo que não é verdade. A gente já trabalhou com comerciais, mas é complicado, tanto que a gente tentou ao máximo trazer, não ir muito por esse viés da publicidade por muitas vezes não corresponder com a verdade. (Alexandre<sup>16</sup> em 18/12/07)

Para Peruzzo (2007), implantar processos de comunicação profissionalizados é uma tendência a fim de tornar as operações mais eficientes nas organizações do terceiro setor. Mas deve-se ir além, ativando o protagonismo popular e o empoderamento dos processos comunicacionais pela própria população. E isso é o que os profissionais de comunicação estão tentando emplacar.

Portanto não se trata apenas de “progresso econômico”, mas de transformação social e, para tanto, as posturas dos profissionais de comunicação precisam se basear em princípios e práticas que favoreçam a participação ativa do cidadão e que a intervenção na realidade não seja episódica nem represente uma invasão do “território”, mas uma inserção que contribua para melhorar a qualidade do exercício da cidadania (PERUZZO, 2007, p.166).

### **E a universidade como preparadora desses novos profissionais?**

Quando se pergunta sobre o papel do comunicador nas organizações do terceiro setor, é automático que o assunto “preparação da universidade” venha à tona no mesmo momento. É comum a opinião de todos os entrevistados que a universidade não pode ser a única fonte de preparação de um comunicador ciente de suas responsabilidades com a mudança social, de que muitas vezes ela, a universidade, não facilita o intercâmbio com

---

<sup>16</sup> Pseudônimo.



a realidade e que é comum também que ela reflita ainda uma preparação para a manutenção do *status quo*.

Quando vejo a imprensa, eu lembro muito de quando acontecia na sala de aula, nos corredores. Parece que passa um pouco, que o espaço da universidade passa para mídia. De às vezes se importar demais com coisas fúteis e deixar o essencial de fora. (...) Às vezes acho muito chato isso, de receber notícias de jornalistas por e-mail, que o cara não checkou nada, não verificou a informação e reproduz aquilo, repassando por e-mail. E parece que a mídia é muito isso, depois que explode, que mostra, que aquilo era mentira, era só boato fica tudo por isso mesmo, aconteceu... (...)

Acho que é pesado culpar a universidade, porque assim se a universidade fosse culpada eu não teria esse pensamento que tenho. Também não posso dizer que meus colegas estão errados e eu estou certo no caminho que segui... (...) Tem parcela de responsabilidade. Quando a gente queria fazer alguma coisa via resistência dos professores, resistência dos alunos. A gente só queria mostrar aquilo que a gente entendia que era importante para ter no conteúdo. Depois o aluno, saindo dali, se ele quiser trabalhar em outros lugares é decisão dele. Mas a gente tinha resistência nisso, quando a gente tava com o movimento social, normalmente quando a gente entra com o assunto de movimento social dentro de uma sala de aula, é discussão, é briga, é estresse. (Alberto, em entrevista fornecida em 19/11/2007)

## **Conclusões**

O profissional que está hoje inserido nas ONG sociais é fruto de um grupo de variáveis que compõe seu perfil: desde personalidade e talento próprio até uma formação um pouco mais ampla sobre o seu papel na sociedade. E é esse profissional que, aos poucos, vem profissionalizando a comunicação nas organizações, contribuindo para estimular uma visão mais ampla sobre o papel do comunicador na sociedade, pautando a imprensa com novos olhares, construindo redes com a universidade para estimular uma formação mais qualificada e repassando para os grupos de base o que sabe de estratégias de comunicação visando o empoderamento. O perfil desse profissional mostra que ele serve como ponte no seu trabalho diário.

Percebeu-se que não há um “padrão” de profissional procurado por essas organizações. Mas o olhar para o social e uma motivação interna de trabalhar na área são determinantes e contam mais do que a preparação técnica oferecida na universidade.

Outra constatação é a de que a preparação técnica, oferecida pela universidade, agrega qualidade ao profissional – e sente-se uma gradativa busca por essa profissionalização – mas ela tem que vir acompanhada de uma noção de interdisciplinaridade grande. É comum para esses comunicadores se nomearem educadores, ou mesmo serem confundidos com outras profissões. Isso acontece porque no exercício da função eles acabam entrando em áreas diversas, realizando atividades multidisciplinares não se atendo aos processos de comunicação.



Isso nos traz duas conclusões: que outros profissionais que não são da área da comunicação podem cumprir esse papel e que, quando o profissional é da área, sua habilitação não importa tanto no exercício da função. Essa constatação advém do que já vimos que é a busca de pessoa engajada, antes de mais nada e da verba disponível nessas organizações. Na atualidade a grande maioria das ONGs sociais não pode se dar ao luxo de contratar um jornalista, um relações públicas e um publicitário ou marketeiro para realizar suas ações de comunicação. O comum é um profissional dar conta de todos os processos de comunicação seja ele de que habilitação for, e ainda realizar funções de outras profissões como atividades pedagógicas, planejamentos organizacionais, entre outras. O que importa é o entendimento dos processos de comunicação e fazê-la acontecer. De preferência, mudando o mundo.

### Referências

BONA, Nívea C. **A comunicação e o comunicador nas ONGs Sociais**. Dissertação de mestrado. Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo- SP. 258 p. 2008.

CESAR, Regina Escudero. **Movimentos sociais, comunidade e cidadania**. In: KUNSCH, Waldemar L., KUNSCH, Margarida M. K. **Relações Públicas comunitárias. A comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo, Summus, 2007. p. 78 a 91.

**Da Árvore à Floresta: a história da Rede ANDI Brasil: como uma articulação de comunicadores de todo o país está ajudando a colocar a criança e o adolescente no foco da mídia** / organizado pela Agência de Notícias dos Direitos da Infância. – Brasília : ANDI, 2005.

DUARTE, Jorge. Assessoria de Imprensa no Brasil. In. DUARTE, Jorge. (org.) **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**. São Paulo: Atlas, 2002.

FARIA, Armando Medeiros. Imprensa e organizações. In. DUARTE, Jorge. (org.) **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**. São Paulo: Atlas, 2002.

GOHN, Maria da Glória. **Teorias dos movimentos sociais**. São Paulo: Loyola, 1997  
KUNSCH, Margarida M. Krohling. Sociedade Civil, multicitadania e comunicação social. In: KUNSCH, Waldemar L., KUNSCH, Margarida M. K. **Relações Públicas comunitárias. A comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo, Summus, 2007. p. 59 a 77

KUNSCH, Margarida M. Krohling. Planejamento e gestão estratégica das relações públicas comunitárias. In. KUNSCH, Margarida M. K.; KUNSCH, Waldemar L. **Relações públicas comunitárias. A comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo, Summus Editorial. 2007.p. 293 a 309



MATTOS, Ana Paula. **As Relações Públicas no Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra** In: FREITAS, R. F., LUCAS, L. Desafios Contemporâneos em Comunicação. Perspectivas de relações Públicas. São Paulo: Summus, 2002. p. 161 a 181

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. 2ª ed. Petrópolis, Vozes, 1998.  
\_\_\_\_\_. Comunicação e terceiro setor. In: DUARTE, Jorge(org.). **Comunicação Pública. Estado, mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Atlas, 2007. p. 154 a 173.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Um desafio para as ONGs: a gestão dos processos comunicacionais**. In: DIDONÉ, Maria; MENEZES, José Eugênio de O. Comunicação e política: a ação conjunta das ONGs. São Paulo: Ed. Paulinas, 1995.

VIEIRA, Geraldo. **Do deserto a floresta**. In: Da Árvore à Floresta: a história da Rede ANDI Brasil: como uma articulação de comunicadores de todo o país está ajudando a colocar a criança e o adolescente no foco da mídia / organizado pela Agência de Notícias dos Direitos da Infância. – Brasília : ANDI, 2005.