

* Nota para os maquetadores: a posição exata dos gráficos e imagens incluídos não tem grande relevância e poderá alterar-se, se for preciso e o considerar oportuno, em benefício do desenho da publicação.

Comunicação para o desenvolvimento: uma aproximação às estratégias midiáticas das ONGDs galegas

Joám Evans Pim

Instituto Galego de Estudos de Segurança Internacional e da Paz
jevans@igesip.org

Resumo: A comunicação identificou-se como um âmbito de atuação estratégico nas organizações não governamentais para o desenvolvimento, sendo uma ferramenta de imensa importância no marco dos esforços de sensibilização entre a própria população dos países do Norte. No entanto, a mídia corporativa, seja pela primazia das rotinas impostas por um processo de elaboração dos produtos informativos cada vez mais desumanizado ou pela ausência de compromisso com os problemas sociais que abordam as organizações solidárias, não têm prestado a atenção necessária a este setor e às novas dinâmicas de trabalho e pensamento que traz consigo. Nesta conjuntura, estes coletivos apostaram pelo ditado ‘Odeia à mídia? Seja a mídia!’, estabelecendo as bases de um tecido emergente de alternativas comunicacionais. É este tecido o que se pretende abordar de forma muito sucinta no presente trabalho.

Palavras-chave: cooperação para o desenvolvimento; comunicação; mídia alternativa.

Introdução

O *Informe Cero do Sector das ONGDs en Galicia* (2007) apontava para a escassa presença e desconhecimento das organizações não governamentais para o desenvolvimento (ONGDs) entre a população galega, além de detectar a primazia de uma concepção assistencialista e unidirecional da cooperação. A banalização ou supressão da carga política, crítica e reivindicativa das mensagens que lançam as organizações vêm dadas pelo tratamento dos conteúdos (inclusão como item de ‘Sociedade’ ou de suplementos) longe da informação ‘dura’. Embora as ONGDs, especialmente as de maior envergadura, fizessem durante os últimos anos um esforço excepcional para incorporar, nas suas estruturas, pessoal e mesmo departamentos centrados na relação com a mídia, o mesmo não se pode dizer das empresas de comunicação, onde continua a predominar o ‘jornalista todo-terreno’. Ante a dificuldade de fazer chegar as suas mensagens à cidadania por esta via, cada vez mais organizações optaram por dotarem-se de ferramentas próprias para a comunicação social. Esta nova mídia fundamenta-se em três rasgos básicos (Sampedro, 2008:27): não-convencional (questionando ou contrariando os discursos dominantes); não-lucrativa (alheia ou crítica com a mercantilização da comunicação e das audiências) e participativa (oferecendo vias de intervenção para o público alvo).

O presente trabalho constitui apenas um estudo exploratório da realidade midiática das ONGDs que operam na Galiza, fruto, por vez, de uma pesquisa de maiores proporções sobre as publicações do terceiro setor galego¹. O trabalho fundamenta-se,

¹ Sob o título Prensa e Terceiro Sector a referida pesquisa foi apresentada no III Foro da Cidadania e da Comunicação (Compostela, Novembro de 2007) e publicada nas atas correspondentes (Alvarez Pousa, et al., 2008:13-25).

em primeiro lugar, nos questionários que, seguindo o desenho elaborado pelo Grupo de Investigação Cidadania e Comunicação da Universidade de Santiago, se aplicaram às ONGDs galegas que mantêm publicações periódicas. O questionário, com 24 perguntas, além de arrecadar as informações básicas da publicação inquiria a respeito da organização do trabalho, difusão, desenho, relacionamento com outras entidades e com os meios de comunicação convencionais². Em segundo lugar, realizou-se uma análise superficial dos últimos números de cada uma das publicações, deixando-se para uma fase posterior uma análise de conteúdos quantitativa e qualitativa mais aprofundada, utilizando uma amostra mais extensa e na que se estabelecerá um marco de comparação mais completo.

Entre o quase meio cento de organizações associadas à Coordenadora Galega de ONGs para o Desenvolvimento, apenas se identificaram seis publicações periódicas com uma continuidade significativa, incluindo o próprio *Boletín* da Coordenadora. Destas, quatro acederam a completar o questionário proposto: *Boletín Informativo Cruz Vermella Informa* (Oficina Autónoma de Cruz Vermella na Galiza), *O Estarivel* (Enxeñaría sen Fronteiras - Galicia), *Solidariedade* (Solidariedade Internacional de Galicia) e *Galicia Solidaria* (boletim da Coordenadora Galega de ONGs para o Desenvolvimento). Embora não tivessem respondido o questionário, analisaram-se também os conteúdos do *Boletín de UNICEF* (UNICEF - Comité Autónomo Galicia) e d'*A Gárgola* (Cáritas Diocesana de Santiago), tendo-se mantido conversas informais com os responsáveis de ambas. Adicionalmente, pela sua particularidade, incluíram-se as publicações de duas entidades que, sem formar parte da Coordenadora na atualidade, estão inscritas no registro galego de agentes de cooperação para o desenvolvimento: *Asteriskos* (Instituto Galego de Estudos de Segurança Internacional e da Paz) e *Tempo Exterior* (Instituto Galego de Análise e Documentación Internacional). Finalmente, embora não se ajustassem, por diversos motivos, aos critérios deste estudo (as primeiras por tratare-se de traduções de publicações estatais e a última por ter caráter governamental), levaram-se em consideração *ESFormativo* (Enxeñaría sen Fronteiras), *Revista da Federación Setem* (Amarante-Setem) e *Galicia Coopera* (publicação editada pela Direção Geral de Cooperação Exterior do governo galego).

Comunicação e desenvolvimento: uma equação complexa

Desde décadas atrás os estudos de comunicação evidenciaram o jeito em que a mídia global prioriza geograficamente as regiões centrais dos países ricos e, dentro deles, os atores políticos, sociais e econômicos dominantes (Galtung; Vincent, 1992). Hamelink (1995) revertera o conceito de 'aldeia global', ao que se tem feito referência para descrever a configuração de um mercado transnacional de informação. Enquanto em uma aldeia as pessoas se conhecem e sabem o que acontece a uns e a outros, hoje, em um mundo no que se produzem diariamente acontecimentos que a todos afetam, os cidadãos pouco sabem desses eventos ou dos seus iguais, assentando definitivamente o desequilíbrio informativo entre centro e periferia (Paterson, 1998). O conceito de globalização é para a mídia corporativa apenas um sinônimo mais de 'ocidentalização', percebida como a adesão às ideologias noticiosas ocidentais e à atenção desigual dos acontecimentos globais sob a premissa do poder político-econômico (Boyd-Barret, 2000:301), seguindo o olhar homogêneo estabelecido por um grupo reduzido de jornalistas desde os centros do centro (Paterson, 1998). O papel da mídia corporativa contextualiza-se no marco da expansão do capitalismo, liberalismo econômico,

² Em uma segunda fase, procurar-se-á realizar entrevistas em profundidade e organizar grupos de discussão.

imperialismo cultural e modelos políticos e financeiros de corte ocidental, como ferramenta de ligação entre os focos especulativos de urbanização vertical dos países em vias de desenvolvimento e os faros da expansão capitalista (Evans, 2006b:97).

A concentração midiática em alguns grandes empórios é um dos fatores que levaram os críticos em sintonia com o Movimento dos Não-Alinhados a reclamar uma Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação (*New World Communication and Information Order*, NWICO) na que, por um lado, se estabelecesse um equilíbrio mais justo no fluxo internacional de informação e, por outro, se fortalecessem as infra-estruturas e capacidades produtivas midiáticas nos países menos desenvolvidos (Thompson, 1995:156-7). Certamente, desde uma perspectiva teórica, o cidadão ocidental médio tem à sua disposição mais informação do que nunca antes sobre tudo o que acontece nas ubiquações mais longínquas do planeta. E ainda assim, ou precisamente por isso, a poluição informativa parece ter causado a imunização face às misérias, relegando-nos à inércia e indiferença (Romero *apud* Evans, 2006a:36).

A NWICO apelava também para a necessidade de viabilizar uma informação plural e de qualidade, na que a sociedade civil organizada e implicada na cooperação para o desenvolvimento tem muito a dizer em virtude da sua posição contestatária na hora de chegar concepções, estilos de vida e práticas solidárias que nos aproximam aos segmentos marginalizados e às possíveis soluções para os graves problemas que nos assolam. A marcada ausência de espaços de conteúdo social na mídia convencional, que se escusa sob supostos critérios mercadológicos de interesse corporativo, fomentam uma existência acrítica distanciada do ideal de cidadania responsável e solidária que certos políticos pretendem ‘vender’. Não se trata de estender a banal e (cada vez menos) perturbadora ‘pornografia da pobreza’, senão informação crítica e contrastada sobre as raízes e seqüelas da mesma. O contrário implica desprover a cidadania das bases necessárias para formar critérios de opinião e atuação bem fundamentados (Evans, 2006a:37).

A criação de um espaço público de exposição e debate das problemáticas atuais leva indissolúvelmente a um exercício de contra-poder, tanto em relação às instituições públicas como a outros poderes fáticos (econômicos, sociais, etc.). A comunicação social não estabelece vínculos de relação entre indivíduos, grupos e sociedades informando-os de (certas) realidades. Difunde também uma série de valores, habitualmente coincidentes com as ideologias dominantes, que precisamente dão forma aos grupos e condutas sociais dotando-os de sentido mediante referentes. Conscientes da necessidade de uma verdadeira democratização informativa, as organizações implicadas na cooperação solidária perceberam a necessidade de colocar a sua pegada entre os valores predominantes, seja influenciando a mídia convencional, seja impulsionando órgãos de comunicação alternativa.

Um dos primeiros projetos que levou à prática o questionamento dos desequilíbrios midiáticos existentes foi *Inter Press Service* (IPS). Esta iniciativa alternativa, fundada em 1964 com uma base importante nas organizações da sociedade civil, procurou, desde os seus inícios, abordar a problemática do desequilíbrio informativo fazendo esforços significativos por oferecer uma representação geográfica equilibrada e um seguimento rigoroso dos processos relativos ao desenvolvimento social, econômico e político do Sul. Sem ânimo de lucro e com um orçamento muito limitado, conseguiu, no entanto, posicionar-se como a sexta organização mundial de notícias, com sedes em mais de quarenta países (Rauch, 2003:89). O projeto evidenciou a viabilidade de uma ação contundente e continuada frente à ideologia corporativa neoliberal dominante no setor da comunicação, efetivizando uma nova noção de meio de comunicação como “*form of resistance that questions not only the way knowledge—in this case, news—circulates and functions but also how social identities are constructed*” (ib., 90).

O êxito de IPS e outros projetos similares tem sentido se se considerar o crescente interesse das problemáticas relacionadas com o meio natural, desenvolvimento, cooperação e as posturas críticas propostas desde os diversos movimentos sociais. Sendo assim, e tendo em conta o desinteresse –senão hostilidade mais ou menos velada– das organizações midiáticas convencionais, é natural que desde as organizações sociais se tenham impulsionado projetos midiáticos próprios. Se nos anos setenta a atenção se centrava na divergência entre centro e periferia geográfica hoje, embora pouco se tenha avançado nesse terreno, incorporam-se as preocupações pelo alheamento comunicacional das periferias internas do Norte, o denominado ‘Quarto Mundo’.

A expressão social organizada para a transformação dessa realidade integra o que se tem denominado ‘terceiro setor’, sofrendo os mesmos desequilíbrios informativos evidenciados no nível macro. O problema continua a ser a impossibilidade de auto-representação de indivíduos, coletivos e grupos (desde pequenas associações a gigantescos países do Sul), que nem têm capacidade de influir sobre as representações que os outros constroem de si, ficando expostos de forma permanente às conseqüências e retroalimentação que estas imagens projetadas causam (Boyd-Barrett 1997:132). Institui-se assim uma ‘brecha informativa’ entre a produção de formas simbólicas e a sua recepção (Thomson, 1995:29) condicionada por uma série de fatores complexos que determinam o acesso de um indivíduo, grupo social, região ou país aos fluxos de informação assim como às capacitações necessárias para a inserção efetiva de conteúdos. O isolamento entre emissor e receptor aumenta-se pela unilateralidade do fluxo de mensagens que caracteriza o relacionamento entre ambos convertendo o receptor em um extremo desprovido de capacidade de reação possível pela sua “*fundamentally unequal position with regard to the communicative process*” (*idem*).

No entanto, as novas tecnologias, essencialmente Internet, conseguiram de certa forma amortecer a brecha existente entre ambos os pólos, possibilitando o fluxo bi- ou multidirecional da informação que converte os usuários simultaneamente em produtores e receptores (Slevin 2000:74). O seu caráter descentralizado e dialógico proporciona um espaço de comunicação horizontal abrindo novos horizontes para a estruturação da mídia alternativa ou a aparição de novas formas de organização para a gestão de conteúdos. Na atualidade vivemos um momento de grande atividade dos movimentos altermundialistas, com um reflexo importante no âmbito da comunicação (pense-se no êxito do *CMI Indymedia* surgido durante a cimeira de Seattle). Não é casual que todas as publicações galegas que fazem parte deste estudo tenham menos de uma década, iniciando-se a maioria nos últimos anos, com a significativa decolagem do setor da cooperação entre a sociedade civil do País. Sem dúvida há mais por vir.

Voices para a mudança: as publicações das ONGDs galegas

As publicações das organizações não governamentais galegas para o desenvolvimento têm uma trajetória recente (como recente é a trajetória do próprio setor) embora bebem de uma longa tradição de publicações alternativas impulsionadas pelas organizações do terceiro setor (e que vão desde as folhas paroquiais até os boletins das associações e colégios profissionais). Neste apartado procurou-se trazer uma aproximação panorâmica (e ainda superficial) às publicações em curso destas entidades, marcando as características (positivas e negativas) que têm em comum ou que as diferenciam. Para isso, citam-se em primeiro lugar alguns apontamentos quantitativos que trazem à tona os dados gerais que ajudam a estabelecer a magnitude dos projetos em curso, oferecendo uma ‘radiografia’ inicial. Em seguida, analisam-se com algum

detalhe os diversos casos, sem esgotar o campo para futuras pesquisas de maior profundidade.

Tendências

A maior parte das publicações analisadas é semestral (40%), sendo outro 40% bimensal (20%) ou trimestral (20%). Apenas uma das publicações tem caráter anual e outra não tem periodicidade fixa. Embora não se tenha dados de tiragem de parte da amostra, a maioria das que sim disponibilizaram esta informação editam entre 1000 e 1500 exemplares de cada número, com apenas um caso com uma percentagem superior (4500) e dois casos com tiradas iguais ou inferiores aos 250 exemplares. Todas as publicações, exceto uma, têm caráter gratuito e a maior parte iniciou o seu percurso nos últimos sete anos.

Ao contrário do que se considera habitualmente, as publicações das ONGDs galegas dirigem-se predominante a um público externo (60%), enquanto a percentagem restante estaria mais focalizada aos associados, doadores ou patrocinadores das entidades. A distribuição realiza-se majoritariamente por via postal (34%) ou de forma direta (34%), embora outras modalidades (distribuidoras comerciais, lojas [de comércio justo], bibliotecas e assinantes) representem 8% respectivamente. Adicionalmente, 67% das publicações disponibilizam total ou parcialmente os seus conteúdos em Internet, manifestando algumas das restantes o seu desejo de usufruir desta possibilidade. O fato de serem, na prática totalidade, gratuitas, facilita esta decisão abrindo novas possibilidades em relação à introdução de licenças de uso comum (*creative commons*, *copyleft*, etc.). Em relação à língua, a imensa maioria utiliza o galego (com ortografia portuguesa em um dos casos), havendo apenas um caso na que se usa o espanhol e outro caso no que prima o multilingüismo, com a maioria dos textos em inglês e (galego-) português.

Em relação às pautas de elaboração, uma alta percentagem (66%) é fruto do trabalho de entre 1 e 4 pessoas. A parte restante divide-se igualmente entre aquelas publicações nas que estão implicadas de 4 a 8 pessoas e nas que estão envolvidas mais de 8. A maioria dos responsáveis pela elaboração das revistas (67%) é membro da associação, o que explica o fato de exercerem em boa medida o seu labor de forma voluntária (isentos de remuneração). No entanto, também é certo que na maioria das publicações (67%) algumas das tarefas (excluindo impressão e acabamento) são remuneradas, nomeadamente a editoração/maquetação (57%) e o desenho (43%; sendo, aliás, uma função remunerada em 83% das publicações). Em nenhum dos casos houve retribuição econômica pelas colaborações (textos), fotografia ou administração (específica). Note-se ademais que a maioria das publicações (67%) não inclui colaborações de pessoas externas à entidade. No que diz respeito ao processo de tomada de decisões, embora 83% das publicações seguem uma distribuição de tarefas seguindo certa estruturação hierárquica, a mesma porcentagem manifesta que as decisões relativas aos conteúdos se tomam de forma participativa.

Quando questionados sobre a conveniência ou não de que as publicações das ONGDs galegas estivessem mais relacionadas, os responsáveis de todas as publicações (exceto uma) manifestaram-se de acordo, coincidindo também em que seria conveniente estabelecer algum tipo de rede para melhorar a eficácia da sua comunicação pública. Curiosamente, a resposta negativa procedia da única entidade que avaliou como 'muito boas' as suas relações com a mídia, enquanto as restantes a qualificaram majoritariamente como regular ou ruim (83%). A mesma percentagem considera que precisaria assessoramento profissional para estabelecer relações com a mídia que,

embora se tenha ressaltado como essencial, também se considera economicamente insustentável no marco das atuais estruturas organizacionais.

Descrição física e de conteúdos

- *Solidariedade*. Faz cinco anos (e outros cinco anos após a sua criação) Solidariedade Internacional de Galicia lançou o seu boletim informativo semestral gratuito *Solidariedade*, fruto “da necessidade de informar aos nosos socios, simpatizantes, donantes, clientes das tendas de comercio xusto, ... sobre a nosa labor” (entrevista). A apresentação de um desenho novidoso (realizado por uma empresa do setor) e uma impressão de qualidade mostram a crescente importância que desde as ONGDs se vem atribuindo à sua imagem e comunicação, tanto interna como externa. De fato, *Solidariedade* serviu como modelo para publicações de outras entidades (como a da própria Coordenadora de ONGDs) e, já estável, atingiu uma tiragem de 4500 exemplares na sua última edição.

Os conteúdos da publicação distribuem-se de forma relativamente estável. Após a capa, a segunda página inclui um apartado editorial, com “cartas” do Presidente, Diretora ou outros diretivos. Adicionalmente em alguns números insere-se uma anotação sobre campanhas em curso. A seguinte seção (antes ‘Proxectos’ agora ‘Cooperación’) inclui duas páginas com breves notícias referentes aos diversos projetos de cooperação para o desenvolvimento e ajuda em emergências que leva a cabo a organização, inserindo ao lado os logotipos das entidades financiadoras de cada um. O mesmo acontece no seguinte apartado (‘Campanñas’), que dá conta das atividades de sensibilização realizadas pela entidade. O derradeiro apartado (‘Comercio Xusto’) informa sobre as iniciativas específicas nesta área e dá crédito às diversas empresas e instituições que aderiram no consumo ou distribuição destes produtos, na que Solidariedade Internacional centra boa parte dos seus esforços.

A publicação logra compatibilizar a informação a clientes e associados sobre as atividades da entidade junto com o reconhecimento dos seus financiadores, embora não presta atenção à realidade além da própria organização, argüindo que “é máis un boletín informativo do que una revista, non pretende ser una revista” (entrevista). A elaboração de *Solidariedade* atende de fato à própria estrutura da entidade: o Presidente (que é também diretor da publicação) “solicita aos responsáveis das tres áreas de traballo de Solidariedade Internacional (proxectos cooperación, sensibilización e comercio xusto) a información para as noticias así como as súas opinións sobre que recoller na mesma”. É também o diretor quem “redacta as noticias e as envia para a súa maquetación coa selección de fotografías” (*idem*). Os últimos números analisados incluem oito páginas impressas a toda cor, embora em edições anteriores (n.º 3, 2004) chegou-se a aumentar a paginação até 10. Neste caso, inserira-se publicidade no interior, enquanto nos restantes apenas se empregava a contracapa com este propósito (e habitualmente para a autopromoção, incluindo uma ficha de adesão). A publicação é monolíngüe em galego.

- *Galicia Solidaria*. Embora mais recente (2006) e com uma tiragem muito inferior (250) *Galicia Solidaria* segue a linha de *Solidariedade* no que a desenho e formato diz respeito. A semelhança neste aspecto deve-se à profissionalização de uma parte do processo (em ambos casos, maquetação e desenho, além de impressão) que, em *Galicia Solidaria*, se acrescenta com as duas técnicas da Coordenadora Galega de ONG para o Desenvolvimento responsáveis pela preparação dos conteúdos. No entanto, enquanto em *Solidariedade* Internacional manifestaram que se dispusessem de mais recursos não mudariam a sua publicação, na Coordenadora elevariam a tiragem, aumentariam a

periodicidade, acrescentariam os conteúdos e levariam até um nível mais alto a profissionalização, incluindo, se possível, um jornalista para a elaboração do boletim.

Tendo lançado em Dezembro de 2007 o seu quarto número, *Galicia Solidaria* ainda não ajustou definitivamente a estrutura dos conteúdos, produzindo-se certas variações de edição em edição embora na capa se coloque a modo de pé de página o listado ideal de conteúdos: “actualidade, entrevistas, campanhas de sensibilización, novas, publicacións”. Na última, as oito páginas distribuem-se entre capa, opinião, eventos, financiamento (páginas centrais; com quadros comparativos das ajudas públicas a ONGDs), novas da coordenadora (pessoal técnico e incorporação de novas entidades à Coordenadora), resenhas de publicações e mobilizações (contracapa). Enquanto a distribuição e denominação (e mesmo inclusão, como o caso da entrevista) podem alterar-se em maior ou menor medida em cada número, tende-se progressivamente à estabilidade. Todos os conteúdos estão redigidos em galego.

A publicação consta de oito páginas a toda cor, indicando-se o financiamento da mesma por distintos departamentos da administração autonómica. Tanto a tiragem reduzida (da qual, uma parte vai para as algo mais de quarenta entidades associadas e aos patrocinadores) como a ênfase nas atividades da Coordenadora fazem com que a projeção para o público externo seja reduzida, embora, à diferença de *Solidariedade* e pela própria natureza da entidade, tente incluir conteúdos que ultrapassam o particular encaminhado para públicos mais amplos (a seção de resenhas é um bom exemplo).

- *O Estarivel*. De todas as analisadas, *O Estarivel*, editada por Enxeñaría sen Fronteiras - Galicia, é das que melhor atende ao protótipo de pequena publicação alternativa na que a totalidade do processo, exceto a impressão, se realiza de forma voluntária e assembleária. Entre 1997 e 2002 funcionou como meio de expressão da assembleia luguesa de Enxeñaría sen Fronteiras, tendo a sensibilização em matéria de cooperação para o desenvolvimento como principal objetivo. Após um período de silêncio (2002-2006), *O Estarivel* renasce como órgão de ESF-Galicia, não como “revista de divulgación das accións e proxectos que realiza Enxeñaría Sen Fronteiras (esa función cumprea o ESFormativo), pero si se tratan de xeito transversal os temas nos que ESF centra ás súas actividades, como a auga, enerxía, agro, ordenación territorial...” (entrevista). Retomada em 2006, a nova edição tenta seguir o modelo da etapa anterior, embora os subsídios públicos possibilitassem acrescentar a tiragem até 1500 exemplares e converter a publicação no vozeiro da entidade.

A parte central do trabalho de elaboração leva-o a cabo um grupo de aproximadamente oito pessoas (uma por seção) sob a coordenação de um Conselho Editorial formado por quatro. Todos os conteúdos são decididos por votação entre o grupo responsável podendo ser escrutinados por todos os membros da entidade através do foro em-linha durante o período de elaboração. Seguindo o volume de outono de 2006 (a publicação é, em princípio, anual) as seções são as que seguem: editorial; opinião/análise; humor gráfico; ‘ao mellor non sabías...’ (divulgação de problemáticas sociais); entrevista; ‘o rincón do sabillón’ (diversos); reportagem; Internet (webs e recursos comentados); ONGs (página dedicada em cada número a uma ONG distinta) e agenda.

Ainda com recursos notavelmente inferiores do que as restantes, *O Estarivel* é das poucas publicações que introduz conteúdos pensados no público geral. Isto se explica em parte pela existência de um boletim informativo trimestral, o *ESFormativo*, cuja versão traduzida ao galego edita desde Madrid a Federación Española de Ingeniería sin Fronteras com conteúdos variados e informação interna. Adicionalmente a Federação dispõe dos *Cuadernos Internacionales de Tecnología para el Desarrollo Humano*, publicação semestral de maior envergadura e mais centrada na teorização, investigação

empírica e aplicacións relativas ao acceso a servizos básicos. A principal eiva é un deseño pouco atractivo (em comparación con aquelas que delegan esta función a deseñadores profesionais) e as dificultades para manter unha periodicidade estável (mais ligada a factores económicos e a certa rigidez imposta polo procedemento assembleáριο). Se dispusessem de mais recursos, *O Estarivel* mantería “un formato semellante ao actual con maior calidade gráfica, máis contidos e cunha periodicidade mensual” (entrevista). Actualmente a publicación tem doze páxinas impresas em preto e branco. A publicación é monolíngüe em galego.

Imagens 1-3. Capas de *Solidariedade*, *Galicia Solidaria* e *O Estarivel*.



- *Cruz Vermella Informa*. O caso oposto em periodicidade é o *Cruz Vermella Informa*, boletim informativo editado de forma bimensal pela Oficina Autônômica da Cruz Vermelha na Galiza. Neste caso, as tarefas de coordenação e maquetação estão profissionalizadas, dispendo a organização de uma jornalista para atender os labores de comunicação interna e externa. O tamanho é reduzido (4 páginas coloridas) e não se pode falar estritamente da existência de seções, uma vez que as distintas notícias se sucedem diferenciando-se apenas pelo destaque atribuído no desenho. *Cruz Vermella Informa* tem uma função informativa interna atendendo todas as notícias (umas 10 habitualmente) à atualidade da entidade. Fundada em 2000, a publicação atingiu já os 50 números e mantém uma tiragem de 1000 exemplares, distribuídos de forma gratuita por correio postal. Apesar disto, os responsáveis indicaram que com mais recursos tentariam estabelecer uma periodicidade mais curta (quinzenal em princípio) e aumentar significativamente a tiragem. Todos os conteúdos estão em espanhol.

- *Boletín de UNICEF*. A diferença das restantes publicações o *Boletín de UNICEF*, editado pelo Comitê Autônômico da Galiza dessa organização, não tem uma periodicidade fixa, uma vez que se trata de um suplemento mais bem esporádico distribuído de forma gratuita junto com a revista *Notícias de UNICEF* do Comitê estatal. Para este estudo analisaram-se os dois últimos exemplares publicados, lançados em Novembro de 2006 e Outubro de 2007. Segundo comentou a própria Coordenadora, um dos problemas que dificulta uma periodicidade mais regular é o processo de edição. Sendo que a tarefa de edição, maquetação, impressão e distribuição se realiza desde Madrid, o Comitê galego deve entregar os conteúdos do *Boletín* com tal antecipação que o converte praticamente inservível como formato para a comunicação de atividades

recentes ou a realizar no futuro próximo. Isso explica o tipo de conteúdos que se podem encontrar.

Às notícias da capa e o editorial, assinado pelo Presidente do Comité galego, seguem-se entre três e quatro páginas nas que se recolhem as atividades dos diversos comités provinciais e locais. Estas páginas apenas se podem considerar de atualidade uma vez que alguns dos textos fazem referências a atividades que aconteceram até seis meses antes da data da capa. Após esta informação dá-se conta de iniciativas a nível autonómico, incluindo-se ademais no último exemplar analisado uma seção sob a denominação “*Rincón del socio y donante*” e um apartado de breves na contracapa.

Em relação às características técnicas, o *Boletín* consta de oito páginas impressas a duas cores. O desenho é profissional, mas não estável, embora as mudanças possam derivar-se da renovação do desenho na revista estatal. A maioria dos textos tem identificada a sua autoria, correspondendo-se com o pessoal diretivo e administrativo das distintas demarcações locais, provinciais e autonómica. Enquanto no exemplar de 2006 parte dos conteúdos (incluída a capa) estão redigidos em galego, no de 2007 todos os conteúdos estão em espanhol.

- *A Gárgola*. Desde 1997 Cáritas Diocesana de Santiago de Compostela edita o seu boletim bimensal *A Gárgola*. Trata-se de uma publicação de divulgação institucional, mantendo certos paralelismos com as duas anteriores. As seções não são de todo estáveis, embora (com diversas denominações: ‘Cáritas Parroquiais’, ‘Vida Parroquial’, ‘Noticias Parroquias’, ‘Interparroquiais’, etc.) se mantêm na maioria dos números um apartado para a informação local da entidade. Também na maior parte das edições existe uma seção editorial ou de opinião com textos dos dirigentes da entidade ou da Igreja. Os restantes conteúdos variam em função da atualidade da organização alternando notícias, pequenas reportagens, textos de reflexão, divulgação ou análise, resenhas bibliográficas, etc. Nos números analisados (43 a 47) todos os conteúdos estavam redigidos em galego.

A produção d’*A Gárgola* está totalmente profissionalizada, pois é o Departamento de Comunicação de Cáritas a responsável da mesma. O desenho é realizado por uma empresa externa, variando a paginação entre as 12 e as 16 páginas, sempre impressas a toda cor. Não constam dados da sua tiragem, tendo caráter gratuito.

Imagens 4-6. Capas de *Cruz Vermella Informa*, *Boletín de UNICEF* e *A Gárgola*.



- *Tempo Exterior* e *Asteriskos*. As duas publicações restantes são *Tempo Exterior* (editada, no seu atual formato, desde 2000 pelo Instituto Galego de Análise e Documentación Internacional) e *Asteriskos* (editada desde 2006 pelo Instituto Galego de Estudos de Seguranga Internacional e da Paz). De forma similar aos já referidos *Cuadernos Internacionales de Tecnologia para el Desarrollo Humano*, editados pela Federación Española de Ingeniería sin Fronteras, ambas publicações estão mais ligadas ao âmbito da reflexão e divulgação científica, oferecendo, como se explica desde o IGADI, “unha visión do mundo e das relacións internacionais desde unha perspectiva galega, así como propiciar e favorecer a proxección exterior de Galicia a todos os niveis” (entrevista).

Tempo Exterior oscila habitualmente entre as 150 e 200 páginas e inclui habitualmente algo mais de uma dúzia de artigos promovendo a “reflexión e a sensibilización en Galicia sobre os problemas e tendencias internacionais” e a “expresión editorial das arelas do propio IGADI” (*idem*). Cada número (com uma tiragem aproximada de 1000 exemplares) segue habitualmente um eixo temático central, incluindo-se ou não textos de carácter livre. *Tempo Exterior* inclui também uma seção de resenhas e outra com os resumos em galego, inglês e espanhol de cada texto (todos em galego, embora, quando disponível, se inclui a versão na língua original na página web). A profissionalização é parcial, sendo as tarefas de revisão, tradução, maquetação e distribuição remuneradas. A elaboração de cada número segue o seguinte padrão:

Primeira fase: proposta e debate dos posibles temas, normalmente dous, agrupados en catro artigos, e unha selección de actualidade. Esta proposta é discutida no consello de redacción. Tamén se consulta co Consello Académico da revista e co Consello Asesor da entidade; Segunda fase: Encargo de artigos, así como da recensións de libros; Terceira fase: revisión dos textos, tradución ao galego (caso de ser necesario), elaboración dos resumos (galego, español e inglés); Cuarta fase: revisión final antes de enviar a imprenta. Na súa elaboración participan unha dúzia de persoas, divididas na concreción temática dos contidos, a adxudicación dos artigos, a revisión dos textos, o deseño da portada, o asesoramento lingüístico e a súa proxección nos medios de comunicación. Ningunha delas ten dedicación exclusiva á revista (entrevista).

A diferença das restantes publicações analisadas *Tempo Exterior* não tem carácter gratuito, com um custo de 10 € por exemplar (editando-se dois por ano). Adicionalmente, a publicação inclui numerosas páginas de publicidade (12 no último número), embora nem todas aportem recursos diretos, ao tratarem-se algumas de intercâmbios ou páginas de autopromoção. A publicação tem formato A5 (as restantes, exceto *Asteriskos*, seguem o formato A4 ou similar) e o interior (salvo a parte interna da capa, que inclui uma publicidade a toda cor) está impresso em monocromo. A organização está satisfeita com o esquema da mesma, embora com mais recursos procurassem ampliar a dedicação exclusiva à revista de certo pessoal contratado assim com a dignificação das colaborações voluntárias.

Pela sua parte, todo o processo de elaboração de *Asteriskos* é voluntário: colaborações, tradução de resumos, revisão, maquetação, desenho e distribuição, vindos a se realizar por membros da entidade. Uma particularidade da publicação é o seu carácter multilíngüe, uma vez que todos os textos são publicados na língua original, com resumos em inglês e (galego-) português, línguas de trabalho da revista. A maior parte dos textos estão de fato em inglês (9 no último exemplar), seguidos dos textos em (galego-) português (6) e espanhol (2). O texto inclui em todos os números um editorial

seguido de uma média de 15 artigos de umas 7.000 palavras e uma ou duas resenhas bibliográficas. A imensa maioria dos textos é enviada por investigadores alheios à entidade, incluindo-se apenas um par de textos realizados por associados.

A publicação supõe-se semestral, embora até o momento vem-se editando um volume duplo (correspondendo-se com dois números) por ano. Isso explica a densidade da publicação entre as 250 e 280 páginas. Em relação à distribuição, a tiragem impressa é reduzida (aproximadamente 250-300 exemplares) embora a maior parte dos leitores consulte a revista em internet, onde todos os textos podem descarregar-se de forma gratuita. A edição impressa tampouco tem valor comercial, distribuindo-se por requerimento, convênio ou intercâmbio entre os colaboradores, bibliotecas e centros de pesquisa de dentro e fora do país. O financiamento provém dos recursos da entidade e de financiamento público (os dois últimos volumes receberam o apoio do Ministério da Cultura espanhol e com antecedência da Câmara Municipal de Rianxo).

Imagens 7-8. Capas de *Tempo Exterior* e *Asteriskos*.



Idéias para o futuro

O presente texto evidenciou a existência de um complexo emergente de publicações que, pelos valores das organizações que as respaldam, mantêm uma concepção contraposta dos critérios e pressupostos da mídia convencional. No entanto, também é certo que estas publicações, ainda recentes (como também relativamente recente é o tecido de ONGDs galegas) não conformam uma alternativa informativa. Embora confessem apontar também para públicos externos, os seus conteúdos e estrutura (e mesmo as intenções em um significativo número de casos) são mais próprias da comunicação interna. Este enfoque, mais interessado em deixar constância e legitimar a organização e a linha diretiva ante associados e patrocinadores do que em fornecer informação atual ou de análise, seja para a reflexão interna ou externa, abre-se devagar para novos formatos. O fato de apontar exclusivamente para si se explica em parte pela necessidade de coesão das ainda débeis estruturas internas. O progressivo fortalecimento destas colocou a ênfase na projeção exterior, evidenciada pela crescente importância das estruturas de comunicação nas organizações do terceiro setor.

Inevitavelmente, a aposta por audiências mais amplas há trazer uma reconsideração de formatos, conteúdos e mesmo suportes, de modo que a comunicação projetada possa

captar a atenção de públicos saturados por cada vez mais e mais meios que se adentram nas nossas vidas sem permissão prévia. Colocar as audiências de massa como alvo exige adicionalmente uma revisão da sustentabilidade econômica de qualquer projeto, ainda mantendo a natureza não-comercial (ou não-lucrativa se se quiser) como parte da sua essência. Diversas experiências em outros setores mostraram como a convergência de um número significativo de organizações com interesses comuns pode sustentar propostas alternativas e, ainda assim, competitivas, possibilitando a culminação do objetivo de prover e contrapor outra forma de entender a realidade. As entidades mostraram-se dispostas a participar em redes que maximizem as suas capacidades comunicativas, contando ademais com experiências prévias de êxito como a própria Coordenadora de ONGDs, cujos sucessos na hora de pressionar às instituições públicas para um maior compromisso são evidentes. Cabe então avaliar as necessidades e capacidades, discutir as fórmulas possíveis e estabelecer as ferramentas necessárias para viabilizar tais estruturas.

Referências

- Álvarez Pousa, Luis; *et al.* (2008). Prensa e terceiro sector. Álvarez Pousa, Luis; Evans Pim, Joám, *A Prensa e o Terceiro Sector*. Compostela: Grupo de Investigación Cidadanía e Comunicación, Universidade de Santiago de Compostela, pp. 18-25.
- Boyd-Barrett, Oliver (1997). Global News Wholesalers as Agents of Globalization. Sreberny-Mohammadi, Annabelle et al., Eds. *Media in Global Context*. London: Arnold, pp.131-144.
- Coordenadora Galega de ONGDs para o Desenvolvimento (2007). *Informe Cero do Sector das ONGDs em Galicia*. Santiago de Compostela: Coordenadora Galega de ONGDs para o Desenvolvimento.
- Evans Pim, Joám (2006a). Comunicar para o desenvolvimento humano. *Tempos Novos*, n.º 108, pp. 36-37.
- Evans Pim, Joám (2006b). D-learning=tecnología+educación+desarrollo. *Indaga*, n.º 4, pp. 95-110.
- Giffard, Anthony C. (1998). Alternative News Agencies. Boyd-Barrett, Oliver; Rantanen, Terhi, Eds. *The Globalization of News*. London: Sage, pp.191-201.
- Hamelink, Cees (1995). *World Communication: Disempowerment and Self-Empowerment*. London: Zed Books.
- Haywood, Trevor (1998). Global Networks and the Myth of Equality. Loader, Brian, Ed. *Cyberspace Divide*. London: Routledge, pp.19-34
- Herman, Edward S.; Chomsky, Noam (1988). *Manufacturing consent: The political economy of mass communication*. New York: Pantheon.
- Paterson, Chris (1998). Global Battlefields. Boyd-Barrett, Oliver; Rantanen, Terhi, Eds. *The Globalization of News*. London: Sage, pp.79-103.
- Rauch, Jennifer (2003). Rooted in Nations, Blossoming in Globalization? A Cultural Perspective on the Content of a “Northern” Mainstream and a “Southern” Alternative News Agency. *Journal of Communication Inquiry*, vol. 27 (1), pp 87-103.
- Sampedro Blanco, Victor (2008). ¿Redes de nudos o vacíos? Nuevas tecnologías y tejido social. Álvarez Pousa, Luis; Evans Pim, Joám, *A Prensa e o Terceiro Sector*. Compostela: Grupo de Investigación Cidadanía e Comunicación, Universidade de Santiago de Compostela, pp. 27-33.
- Slevin, James (2000). *The Internet and Society*. Cambridge: Polity Press
- Thompson, John (1995). *The Media and Modernity*. Cambridge: Polity Press.