

O papel dos media na mobilização da sociedade civil para a ajuda humanitária*

Sofia Aureliano

2004

Saber se os media têm o poder de mobilizar a sociedade civil está muito relacionado com a questão de saber que tipo de poderes e de papéis os media possuem. Nas sociedades desenvolvidas e, sobretudo, ocidentais, os meios de comunicação exercem, há longos anos, um poder não instituído mas que ninguém nega – também porque dificilmente se conseguem delinear os seus exactos contornos. Esse poder está intimamente ligado com a sua audiência, com a capacidade que os meios de comunicação têm de veicular mensagens e de as fazer chegar a um grande número de pessoas, ou seja, a aptidão de tornar públicas quaisquer mensagens.

Tem sido amplamente estudado qual é o papel dos media em diferentes áreas e qual a

sua capacidade de intervenção a nível social: nas relações étnicas; na luta contra a violência contra as mulheres; na resolução de conflitos; na cobertura do conflito humanitário; na democracia; como construtores da paz – são muitos os caminhos. Em todas estas perspectivas há um ponto de partida: a mobilização da sociedade civil, implícita tanto na capacidade dos media para lutar contra a violência, quer na sua intervenção como moderadores ou construtores da paz. Isto porque os media dependem das “massas” para sobreviver, logo, sem elas, nunca poderiam ser actores principais.

Os media, tal como hoje os entendemos (e centrando-nos apenas, no nosso contexto nacional) são um dos frutos da conquista democrática. As três décadas de democracia que Portugal conta na sua história ajudaram muito ao desenvolvimento dos meios de comunicação no nosso país, mas também retiraram daí alguns benefícios: os media representam hoje um dos mais importantes instrumentos democráticos (de auscultação da sociedade civil, de divulgação de intenções e de programas políticos, de mecanismos de pressão, entre muitos outros).

Assumir os meios de comunicação social como “o quarto poder” é reconhecer-lhes al-

*Este artigo foi classificado em 1º lugar na iniciativa Prémios Fórum DC para Estudantes Universitários 2004, subordinada ao tema: “Os Media – olhares sobre o mundo: o papel dos media na mobilização da sociedade civil na Ajuda Humanitária e no Desenvolvimento”. Foi elaborado com base na minha tese de Licenciatura em Comunicação Social, no Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas da Universidade Técnica de Lisboa, cujo tema é “O Papel dos Media na Mobilização da Sociedade Civil para a Ajuda Humanitária”. Nesse âmbito foi realizado um colóquio subordinado ao mesmo tema. Neste artigo será, algumas vezes, feita alusão a excertos de testemunhos de identidades que participaram nesse colóquio.

gumas características que todos os poderes têm: autonomia (relativa), legitimidade e autoridade.

A autonomia dos meios de comunicação social pode ver-se na forma como eles interagem com os restantes poderes. A pressão que exercem sobre o poder político e sobre a esfera executiva é determinante¹. Não raras vezes se tem assistido a esclarecimentos públicos feitos por políticos sobre temas que os media levantaram e que, de alguma forma, colocam em risco a sua carreira e manutenção no poder. Existe uma pressão sobre os governantes para anteciparem o momento de prestação de contas.

Quanto ao terceiro poder, o judicial, não têm também sido raras as vezes que os media são acusados de intervir nesta esfera. Não defendendo que o devam fazer, mas constatando que existem acusações de que o fazem, assim como de que exercem pressões sobre as decisões tomadas em seio judicial. Só essa possibilidade dá aos meios de comunicação alguma relevância.

Pode então dizer-se que a autonomia dos media não é total – eles estão dependentes de muitos condicionalismos, nomeadamente de lógicas concorrenciais e económicas -, mas é tanta ou maior do que a autonomia dos restantes três poderes instituídos. Esta constatação atribui aos media autoridade.

Qualquer poder traz perigos associados. Se os media tem nas mãos a possibilidade de, senão influenciar ou obrigar, pelos me-

¹ Recorde-se que toda a comunidade política precisa dos meios de comunicação para chegar às massas. São factos inegáveis a proliferação de novas cadeiras como o marketing político, onde a comunidade política aprende a agir de forma a conciliar-se com o que é pretendido e funciona em sede dos meios de comunicação.

nos orientar comportamentos, podem decidir fazê-lo para o bem ou para o mal. A questão do bem e do mal é tão complexa quanto o certo e o errado e o universalismo e relativismo os direitos humanos. Podemos alegar que depende da interpretação ou da perspectiva. Contudo, existe o senso comum, e existem fórmulas universais que são dados adquiridos para definir, pelo menos, aquilo que é claramente Mal e claramente Errado. Pode é não haver uma tomada de consciência atempada dessa má utilização do poder dos media, já que os próprios meios de comunicação são especialistas em passar mensagens ocultas. E é naturalmente mais evidente e, por isso, fácil de detectar uma má conduta, do que um “pecado” por omissão.

Isto para dizer que a falta de aposta dos media em temas de ajuda humanitária e de direitos humanos não pode ser uma opção condenável, apesar de podermos dizer que, se tivesse nas nossas mãos, não o faríamos. Mas podemos tentar perceber porque existe essa falta de aposta.

“Há pouco espaço na agenda jornalística, para estar a abordar assuntos de ajuda humanitária, a não ser quando eles são muito prementes ou grandes catástrofes humanitárias”².

“Não sei porque é que os casos de ajuda humanitária têm pouca saída nos jornais portugueses. Basta irmos à vizinha Espanha, em que abrimos o jornal e vimos que as questões de abusos de direitos humanos ocupam um lugar de grande destaque, e em Portugal, há, por vezes, uma ou duas páginas

² Henrique Botequilha, jornalista da Revista Visão

na secção internacional, e há assuntos bem mais locais que atraem mais a atenção”³

“Há uma falta de aposta, na generalidade dos meios de comunicação social, nos assuntos ligados aos direitos humanos. (...) Há espaço para fazer artigos, mas será a primeira coisa a cair se houver um anúncio publicitário para o espaço desse artigo.(...) Ou há uma grande força de vontade do jornalista, que apanha, por sua vez, um editor que até gosta dessas matérias, ou um director que também está disponível para publicar artigos deste tipo, ou então a entrada é complicada”⁴.

“Retiro um pouco a responsabilidade aos jornalistas porque, tal como alguns jornalistas de televisão dizem, quem manda neles é o zapping. Há necessidade, por isso, de apelar às audiências. E a forma mais fácil de o fazer – não a última nem a única – é apelar às questões básicas dos sentimentos humanos e aos chamados temores básicos da condição humana. Os direitos humanos não são um tema vendável.”⁵

Da análise dos vários testemunhos retira-se que os meios de comunicação social optam por não dedicar espaço às questões de direitos humanos. Porquê? A resposta segue duas orientações distintas: 1) os direitos humanos são temas de difícil tratamento nos meios de comunicação social; 2) a sociedade civil não se interessa pelo tema e, por isso, os media não apostam nele.

Vamos analisar cada uma, individualmente.

³ José Miguel Costa, vice-presidente da secção portuguesa da Amnistia Internacional

⁴ Sofia Branco, jornalista do Público.Pt

⁵ Isabel Ferin da Cunha, presidente de uma ONG (CIDAC) e vice-presidente do Centro de Investigação Media e Jornalismo

Os direitos humanos são de difícil tratamento a dois níveis: a) por falta de formação dos jornalistas; b) e porque não é fácil encontrar material que se adapte aos formatos que os media pretendem.

Foi amplamente sublinhada⁶ a falta de formação dos jornalistas em matérias de direitos humanos. “Os jornalistas não têm nas suas licenciaturas uma cadeira vocacionada para os direitos humanos, para a ajuda humanitária. Acho que deviam ter. (...) Para mim, seria muito mais importante ter essa cadeira do que a de Educação Moral e Religiosa, por exemplo. E devia ser não só de direitos humanos, mas também de Educação para a Cidadania”⁷. Isso conduz a que os profissionais de media evitem tratar essas temáticas e, caso decidam tratá-las, existe uma grande probabilidade de errarem, por desconhecimento. A falta de formação em direitos humanos tem ainda um outro risco: o de não se conseguir identificar os acontecimentos que tratem de direitos humanos e que não se resumam a grandes violações.

“O facto de todos os dias morrerem 30 mil crianças porque não foram vacinadas não é uma situação de emergência? O facto de haver 14 milhões de crianças órfãs de sida, não mereceria também maior atenção por parte dos meios de comunicação social?”⁸

A formação em direitos humanos iria permitir essa identificação de que acontecimentos fazem parte das questões de direitos humanos, iria diminuir o medo que os jornalistas têm de tratar esta temática e, consequentemente, poderia levar a que os jornalis-

⁶ No Colóquio “O Papel dos Media na Mobilização da Sociedade Civil para a Ajuda Humanitária”

⁷ Sofia Branco, jornalista do Público.Pt

⁸ Madalena Marçal Grilo, Directora executiva do Comité Português da UNICEF

tas valorizassem mais os temas e tentassem, com mais afinco, inclui-los na agenda (o que não significa que eles chegassem às massas).

Paralelamente, há outra dificuldade que se apresenta ao tratamento de temas de direitos humanos e que se coloca, essencialmente, ao meio televisivo: “(sobre o tema da mutilação genital feminina) *É um fenómeno muito complexo para se explicar em cinco minutos, que é o tempo que poderá durar uma peça televisiva; e as imagens são muito difíceis*”⁹. Todos sabemos que a imagem é um requisito obrigatório para que um acontecimento chegue a ser noticiado. Sem imagem, não há notícia em televisão. Ora, dificilmente se conseguem imagens de casos de violações de direitos humanos (a não ser que se tratem de grande catástrofes). Dificilmente, assim, se conseguem colocar estes temas no alinhamento televisivo.

Este factor redime apenas a falta de aposta da televisão nestes temas, mas os restantes meios não podem fundar-se nele: a imagem não é um problema tão grave para a imprensa, nem para a rádio, nem para a Internet.

A segunda possível resposta para o facto dos temas de direitos humanos não serem considerados vendáveis é o facto da sociedade civil não se interessar por eles e, por isso, os media não apostarem.

No caso português, é um facto que existe uma grande letargia da sociedade civil para se mobilizar, nomeadamente para causas humanitárias (o caso de Timor-Leste é paradigmático e de rara possibilidade de repetição). Isso afecta tanto a reacção dos meios de comunicação social, como a existência e sobrevivência das próprias Organizações Não Go-

vernamentais, sendo que muitas delas dependem exclusivamente da sociedade civil.

“*Em Portugal, contrariamente ao que acontece em muitos países europeus, o envolvimento dos cidadãos activos nas ONGs é escasso. Os portugueses não gostam muito de se juntar a organizações. Temos a taxa mais baixa de associados das ONGs da União Europeia (...). Falta uma participação cívica mais constante*”¹⁰.

Esta apatia não tem uma explicação clara e é quase uma tradição portuguesa. Mas pode estar intimamente ligada com a falta de formação dos cidadãos para as questões de direitos humanos, ajuda humanitária, cooperação para o desenvolvimento e, essencialmente, educação para a cidadania.

“Nós, portugueses, não temos uma prática de direitos humanos bem consolidada. Nem sequer no dia-a-dia. Grande parte das relações de trabalho que existem hoje, por exemplo, não são práticas democráticas. Até pelo contrário: são bastante antidemocráticas e à margem dos direitos humanos. Como é que nós podemos ter um olho crítico, se nós não o fazemos ?”¹¹.

Imaginem-se ultrapassados estes obstáculos. Que outros se poderiam levantar à entrada da ajuda humanitária na agenda mediática? Qual é o papel do jornalista? É ingénuo acreditar que os media correspondem a uma plataforma horizontal de poderes, em que o jornalista tem autonomia total para agir. Os meios de comunicação social são empresas e regem-se, por isso, por uma lógica de mer-

¹⁰ Madalena Marçal Grilo, Directora Executiva do Comité Português da UNICEF

¹¹ Isabel Ferin da Cunha, presidente de uma ONG (CIDAC) e vice-presidente do Centro de Investigação Media e Jornalismo

⁹ Sofia Branco, jornalista do Público.Pt

cado igual a todas as outras: visam o lucro. Por isso, acima dos jornalistas (que podem ter objectivos mais nobres como tentar fazer trabalhos em prol de causas em que acreditam) estão editores, directores e donos de órgãos de comunicação que não se interessam pelas causas nobres que o jornalista queira seguir. Assim, também o próprio jornalista acaba por se submeter às lógicas de concorrência e de busca de audiência (porque é, neste caso, semelhante ao lucro): o que o move é, muitas vezes, a sua tentativa de preservar o seu trabalho, já que, como qualquer outra pessoa, tem uma vida para além da sua profissão.

Não se pode, por isso, exigir ao jornalista que se atire de cabeça a causas humanitárias, contrariando as ordens internas que tem e pondo em risco a manutenção do seu trabalho. No entanto, há outra visão, mais humanista e provavelmente utópica, do jornalista como ser humano, como homem de causas e com um dever superior ao poder que os media lhe dão.

“Os jornalistas enfrentam um dilema que os coloca entre perseguir a verdade e manter o seu trabalho, ou a sua vida. Mesmo assim não é uma loucura ou uma utopia exigir aos profissionais de comunicação determinados trabalhos, porque eles têm recursos e poder para educar os cidadãos, e para os formar, para seguir em direcção a uma sociedade melhor (...) Não é impossível sonhar com um jornalismo que se preocupa mais com as pessoas do que com o dinheiro, mas não é fácil pedir aos impérios económicos a mesma coisa, porque é assim que eles trabalham. Os donos dos media são donos da

*informação e, pior, são “donos” dos jornalistas”.*¹²

Existem os profissionais que conseguem fazer com que o “sonho se torne realidade”. São os que arriscam a vida no dia-a-dia, sem que isso lhes possa, alguma vez, ser pedido. Max Stahl e Steve Cox¹³ podiam ter estado entre os duzentos mortos do massacre no cemitério de Santa Cruz, porque eles estavam entre a multidão atingida. Foram salvos pela probabilidade. O que terá levado esses dois jornalistas a arriscar a vida? Nunca se saberá ao certo, porque é impossível reproduzir o seu pensamento naquele momento, mas é agradável e, acima de tudo, desejável pensar que o que os moveu foi uma grande vontade de fazer a diferença e de ajudar aquele povo.

*“Eu nunca foi chamado para fazer o trabalho de um soldado; nem sei se teria a coragem dele. Mas um jornalista pode tentar fazer algo. Eles acharam que a democracia era algo por que valia a pena lutar, e até morrer. O mínimo que podemos fazer é ajudar a manter o valor da democracia aos olhos deles.”*¹⁴

A responsabilidade que possa ser inculcada aos jornalistas advém do poder que lhes é dado. *“O poder de denúncia é um dos grandes poderes do jornalista”*¹⁵, mas existem

¹² ZULUAGA, Nathalie Hernández, “Being A Journalist: Expectations And Real World”, disponível on-line em <http://www.monografias.com/trabajos14/researchpaper/researchpaper.shtml>.

¹³ Os dois jornalistas que recolheram imagens do massacre de Santa Cruz, em Timor.

¹⁴ Bill Moyers, jornalista de Now With Bill Moyers, da PBS, em artigo “On Being A Journalist”, publicado a 23 de Maio de 2003, disponível on-line em <http://www.commondreams.org/views03/0523-01.htm>

¹⁵ Sofia Branco, jornalista do Público.Pt

outros. Na análise dos media como actores principais na mobilização social, verificamos que os meios de comunicação social podem, efectivamente, estimular o seu público para agir, se souberem adaptar a mensagem aos sentidos compartilhados da sociedade civil. Ou seja, se a mensagem jornalística conseguir “tocar” na sociedade civil e se for de encontro à sua predisposição para agir (através do recurso a símbolos e a outros factores, como a proximidade ou a solidariedade).

Caberá, portanto, aos jornalistas, ter um papel na adequação e divulgação de iniciativas humanitárias, apesar de todos os vértices envolvidos nesta relação terem a perfeita noção de que a decisão de “tornar público ou não” não é da sua autoria. *“Para além do facto de nem sempre ser muito fácil para os jornalistas propor temas, é -lhes sempre possível terem um papel (...). Os media não se podem resumir às linhas editoriais e a prova disso é que os jornalistas que aqui estão (referência a Henrique Botequilha e Sofia Branco), apesar de todos os obstáculos, tentaram furar essa linha editorial e conseguiram”*¹⁶.

Os jornalistas, por outro lado, não negam a dificuldade: *“Nós lutamos dentro de qualquer redacção para termos a nossa agenda independente, mas isso não é viável, porque há uma actualidade para acompanhar. Isso tem muito mais a ver com os tempos em que vivemos hoje, em que as empresas jornalísticas são muito mais empresas do que jornalísticas e, nesse sentido, há leis de concorrência a cumprir e de marcação, quase produto a produto, que formam a linguagem*

¹⁶ Susana Sousa, membro do Departamento de Informação e de Comunicação da Fundação AMI

*da empresa e que não permitem que, muitas vezes, se libertem agendas próprias”*¹⁷.

Podemos concluir dizendo que os jornalistas são responsáveis pelo seu trabalho e têm o dever social de utilizar o grande poder que têm, o poder de denúncia. Contudo, não lhes pode ser exigido que sejam seres ultra-naturais, sendo-lhes retirada a condição humana, de seres que trabalham como forma de sobreviver e têm, como quaisquer outros profissionais, de se submeter aos seus superiores hierárquicos. A profissão de jornalista é exercida por homens e não por deuses. Pode-lhes ser exigido apenas o esforço que aos outros profissionais é.

O jornalista tem nas mãos a possibilidade de desenhar o seu caminho: pode ser difamador ou justiceiro, mentiroso ou corajoso, reservado ou arrojado. Mas terá sempre de carregar com o peso da sua escolha. E pode escolher, naturalmente, seguir todas as regras do jogo (se isso o deixar mais descansado e for a tranquilidade o que ele procura – ninguém pode condenar esta opção); ou optar por trabalhar com paixão.

E estará o jornalismo com paixão de costas voltadas com o jornalismo que busca a objectividade possível? Se o jornalismo com paixão envolver a tomada de posições, o envolvimento do jornalista na história, a defesa explícita de uma causa e a identificação de quem são os maus e os bons, então estão, de facto, de costas voltadas. Mas se a paixão no jornalismo guiar apenas a escolha dos temas a tratar, e se os jornalistas conseguirem não fazer um julgamento dos factos (porque o que é bom hoje pode ser o mau amanhã), e pelo contrário, tentarem explicar os dois lados, então o jornalismo com paixão está a

¹⁷ Henrique Botequilha, jornalista da Revista Visão

tentar conquistar um equilíbrio e funcionará como moderador de pensamentos, logo, será imparcial.

As Organizações Não Governamentais têm um espaço importante neste trabalho. São, normalmente, as associações que promovem iniciativas contra a violação de direitos humanos, para a cooperação para o desenvolvimento e de ajuda humanitária. Em linhas gerais, podemos dizer que as ONGs são instituições independentes e autónomas¹⁸, criadas, na maior parte das vezes, com o objectivo de desenvolver actividades de solidariedade, cooperação e apoio ao desenvolvimento de países ou comunidades mais pobres. São associações sem fins lucrativos, cujo único propósito é ajudar os mais desfavorecidos, à escala mundial.

Na análise do papel dos media na mobilização da sociedade civil para a ajuda humanitária é, por isso, obrigatório reflectir sobre que tipo de relação têm os media com as ONGs.

Um dos problemas que se colocam às Organizações Não Governamentais, em especial as que se dedicam à defesa dos direitos humanos, é a questão do universalismo dos direitos fundamentais. É um facto que “a noção dos direitos humanos não é igual em todo o mundo”¹⁹, daí que não seja fácil a actuação neste campo.

Existe um grande debate em redor da dúvida Universalismo / Relativismo dos direitos humanos, e essa discussão afecta, naturalmente, quaisquer lutas contra violações e abusos: como se pode julgar uma prática como uma violação de um direito humano

num país onde não está identificado esse direito?

A solução para as ONGs está em universalizar todos os direitos fundamentais, relativizando os outros.

*“Há direitos universais mínimos. Não consigo aceitar determinadas práticas noutras culturas, independentemente de conseguir compreender algumas, não consigo pensar que possam trazer felicidade e dignidade a esses grupos. Por isso não relativizo. Acho que há um núcleo duro que deve ser encarado por todas as culturas.”*²⁰

Tem de existir esse “núcleo duro” para que as ONGs que se dedicam à defesa dos direitos humanos, à escala universal, possam ter razão de existir e um objectivo definido. Contudo, a luta contra essas violações não pode passar pela imposição de padrões de comportamento ocidentais, e sim pela proposta de novas práticas que não atentem contra a dignidade humana, através da conversa e da explicação das vantagens de adopção desses comportamentos. Fazer a imposição de regras de conduta e de respeito dos direitos humanos pela força é o mesmo que matar a mensagem à nascença.

*“Um dos grandes problemas do Ocidente é a sua incapacidade de tornar paralelo a teoria e a prática. (...) A proposta não obriga, não pode ser feita através da violência, se não perde a credibilidade.”*²¹

As grandes barreiras que se colocam ao trabalho das ONGs podem ser minimizadas com a ajuda dos media. Daí que se possa apontar para a existência de uma relação de

¹⁸ Estatuto das Organizações Não Governamentais de Cooperação Para o Desenvolvimento (Lei n.º 66/98 de 14 de Outubro)

¹⁹ Sofia Branco, jornalista do Público.Pt

²⁰ Isabel Ferin da Cunha, presidente de uma ONG (CIDAC) e vice-presidente do Centro de Investigação Media e Jornalismo

²¹ Idem

dependência das ONGs face aos meios de comunicação social.

*“Fará sentido, hoje em dia, uma organização não governamental para a defesa dos direitos humanos sem o apoio dos media? Penso que não faz.”*²²

*“Em números, é possível verificar que se nós fizermos uma campanha com visibilidade nos meios de comunicação social, a resposta é, certamente, mais positiva.”*²³

*“Realmente acreditamos que o jornalismo e os jornalistas têm um impacto bastante grande e isso é visível, especialmente, nas missões de emergência. (...) A importância dos meios de comunicação social noticiarem as acções da AMI também se prende com o facto da AMI ter mais de 50% do seu orçamento oriundo da sociedade civil, de donativos de pessoas ou empresas. E portanto é óbvio que tentamos noticiar as nossas acções para que as pessoas saibam o que estamos a fazer.”*²⁴

Existem temas secundários e temas primários na hierarquia da agenda mediática. Os direitos humanos e a ajuda humanitária enquadram-se na lista de temas secundários. Logo, as organizações não governamentais, que tentam divulgar o seu trabalho, encontram grandes obstáculos para “furar” os alinhamentos e conseguir algum tempo de antena (ou espaço nas publicações). Essa barreira aumenta se lhe associarmos o tipo de linguagem envolvida. Já foi dito que não existe uma formação dos jornalistas em direitos humanos e, consequente-

mente, colocam-se algumas dificuldades na descodificação de determinadas mensagens. Nesse sentido, algumas ONGs têm tentado profissionalizar essa relação com os media, através da criação de departamentos de informação e comunicação dentro das suas sedes, cuja função é dar a conhecer aos media as suas iniciativas com uma linguagem comum, dentro do mesmo código. São ainda poucas as organizações não governamentais que assumiram esta dificuldade e tentaram contorná-la, mas esse será, certamente, o caminho a seguir (sob pena das ONGs colocarem em risco a sua própria existência).

A mediatização dos temas humanitários têm alguns riscos associados. Estes assuntos só chegam à agenda se houver uma história e, por vezes, a história que os media pretendem transformar em notícia é diferente da informação que as organizações não governamentais pretendem divulgar. Por vezes, é necessário perceber *“Até que ponto vai o poder de uma boa história. Tem de haver um equilíbrio”*²⁵. Por exemplo, numa situação de violação dos direitos das crianças, é necessário preservar a dignidade e também a identidade dessas crianças. A sua exposição poderia ter resultados brilhantes a nível mediático, mas não pode ser permitida. É necessário sacrificar a “boa história” pela dignidade dessa criança. Os meios de comunicação social podem exigir essa moeda de troca: contar uma boa história em troca de alguma divulgação. Essa mediação deve ser feita pelas próprias organizações não governamentais que devem manter-se fiéis aos seus princípios e não ceder a pressões dos media.

“Dentro da Amnistia Internacional costumamos dizer que os órgãos de comunica-

²² José Miguel Costa, vice-presidente da secção portuguesa da Amnistia Internacional

²³ Madalena Marçal Grilo, directora executiva do Comité Português da UNICEF

²⁴ Susana Sousa, membro do Departamento de Informação e de Comunicação da Fundação AMI

²⁵ Idem

ção social, por um lado, são o nosso melhor amigo e, por outro, também podem ser um inimigo. (...) Há casos sobre violações de direitos humanos que estão na moda, enquanto há outros que são preteridos, o que pode dar uma visão da Amnistia Internacional relativamente distorcida – é acusada, muitas vezes, de parcialidade.”²⁶

Interessa ainda sublinhar que, por vezes, a perversidade das lógicas de concorrência acaba por forçar práticas que são, elas mesmas, violações de direitos humanos. Os próprios media cometem (não raramente) esses abusos e fazem-no impunemente, porque apenas eles podiam denunciar essa actuação. Esta perspectiva leva-nos a pensar se não existirá, de facto, uma ditadura dos media.

É um facto que existe uma dependência das organizações não governamentais em relação aos meios de comunicação social; é um facto que as ONGs têm de adaptar a sua linguagem à linguagem mediática; e é um facto que as ONGs têm de estar atentas ao preço que pode ser cobrado por um minuto ou dois de divulgação.

As práticas das organizações não governamentais são muito controladas e paira sobre estas instituições um certo nível de desconfiança. Este facto baseia-se, porventura, na forma de pensar na maioria das pessoas: é mais fácil acreditar que alguém faz o mal do que crer nas boas práticas. As ONGs são frequentemente acusadas de serem poderes não democráticos e não fiscalizados, dada a grande credibilidade que a opinião pública lhes confere. A sua legitimidade advém essencialmente do apoio da opinião pública de-

²⁶ José Miguel Costa, vice-presidente da secção portuguesa da Amnistia Internacional

mocrática (o que parece paradoxal, já que é também a opinião pública – ou parte dela – que coloca sobre o trabalho das ONG a tal desconfiança).

A proliferação do número de organizações não governamentais no mundo nos últimos anos, aliada ao profundo desconhecimento sobre quais são os seus objectivos e práticas, faz com que os próprios media (e a sociedade civil) desconfiem da sua integridade. Para além disso, existe o facto de, ao fecharem as portas à comunicação social, as ONGs estarem a fechar as portas à mediatização, à visibilidade mínima.

*“Há instituições de ajuda humanitária que se dão muito a conhecer, têm muita visibilidade porque abrem as portas e convidam, enquanto que há outras organizações que trabalham em surdina, quase clandestinamente. (...) É um estilo, mas não traz frutos para que a sociedade civil as conheça e saiba do que se está falar.”*²⁷

Chegam a público várias histórias que associam más condutas e práticas condenáveis e desonestas a algumas organizações, mas seria terrivelmente injusto colocar todas as ONGs neste “saco”. A verdade é que o facto de existirem estes relatos, aliado à opção que muitas delas fazem de não dar a cara e evidenciar os seus projectos, fazem com que a sociedade civil e os próprios jornalistas tenham uma visão errada e tendencialmente má das organizações não governamentais. A falta de transparência torna-se a verdadeira inimiga, muito mais do que os obstáculos para conseguir visibilidade, a dificuldade de mobilizar a sociedade civil e a falta de predisposição desta para as causas de direitos humanos e de ajuda humanitária.

²⁷ Henrique Botequilha, jornalista da Revista Visão

Refazendo o caminho tomado para apresentar esta reflexão sobre o tema do “Papel dos Media na Mobilização da Sociedade Civil para a Ajuda Humanitária”, apercebemo-nos de que existem vários dedos a apontar nesta aparente ineficácia de mediatização desta temática.

Aponte-se o dedo aos meios de comunicação que, detendo o poder de tornar público, denunciar, informar, motivar, por vezes se demitem dessa função e preferem “jogar pelo seguro”. Os media têm, na verdade, um papel na mobilização da sociedade civil, mas não o utilizam eficazmente.

Aponte-se o dedo à sociedade civil, que prefere ser acrítica e não demonstra interesse pelo conhecimento e pela tentativa de contornar algumas injustiças, também ela demitindo-se de ter qualquer papel de educação e mudança no mundo.

Aponte-se o dedo aos jornalistas que exercem a profissão sem o esforço de a tentar, realmente, viver. Não se culpe os que, após o esforço, não conseguem; mas sim os que não chegam a fazer o esforço.

Aponte-se o dedo aos donos dos media, que determinam objectivos para o seu império sem identificar as potencialidades de cada uma das suas empresas: uma fábrica de enchidos pode visar apenas o lucro, mas um órgão de comunicação social tem de ser mais pretencioso.

Aponte-se o dedo às organizações não governamentais que se fundam com propósitos pouco honestos e que mancham a imagem que a sociedade civil tem das suas congéneres; e às que preferem trabalhar no escuro, não se protegendo das suspeitas infundadas e das acusações de falta de transparência.

Encontrados os culpados, nem assim o caminho é menos armadilhado e difícil. Sabe-

se em que mãos está a mudança – no fundo, nas mãos de todos nós. Agora, podemos apenas desejar que haja uma consciencialização da dimensão do nosso poder e a decisão de dar um passo em frente e agir.

Bibliografia

CHOMSKY, Noam, *Rogue States: The Rule Of Force in World Affairs*, Sound End Press, New York, 2000

CRONIN, Tom, “Journalistic Objectivity Vs. Passionate Journalism”, disponível on-line em <http://www.geocities.com/tcronin50/objectivity.html>

HOUTART, François, “Société Civile et Espace Public”, artigo apresentado no Fórum Social Mundial 2001, no Rio Grande do Norte, Brasil

MOYERS, Bill, “On Being A Journalist”, 2003, disponível on-line em <http://www.commondreams.org/views03/0523-01.htm>

PELTZER, Gonzalo, *Jornalismo com Paixão*, Universidad Austral, Facultad de Ciencias de La Información, Buenos Aires, 1996

TORO, Bernardo, e WERNECK, Nísia Duarte, *Mobilização Social: Um Modo de Construir a Democracia e a Participação*, disponível integralmente on-line em <http://www.facaparte.org.br/new/download/livro%20nisia.pdf>

ZULUAGA, Nathalie Hernández, “Being A Journalist: Expectations And Real World”, disponível on-line em

[http://www.monografias.com/trabajos14/
researchpaper/researchpaper.shtml](http://www.monografias.com/trabajos14/researchpaper/researchpaper.shtml).