

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE EDUCAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO

MARINA BARQUETE AGOSTINHO

TERCEIRO SETOR NA MÍDIA:
UMA ANÁLISE DE COMO A OSC ABC DO GLÓRIA É REPRESENTADA NA
IMPrensa TELEVISIVA UBERLANDENSE

UBERLÂNDIA
2022

MARINA BARQUETE AGOSTINHO

TERCEIRO SETOR NA MÍDIA:
UMA ANÁLISE DE COMO A OSC ABC DO GLÓRIA É REPRESENTADA NA
IMPrensa TELEVISIVA UBERLANDENSE

Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), como exigência parcial para obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Profa. Dra. Christiane Pitanga
Serafim da Silva

UBERLÂNDIA
2022

MARINA BARQUETE AGOSTINHO

TERCEIRO SETOR NA MÍDIA:
UMA ANÁLISE DE COMO A OSC DO GLÓRIA É REPRESENTADA NA IMPRENSA
TELEVISIVA UBERLANDENSE

Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), como exigência parcial para obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Uberlândia, 30 de março de 2022.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Christiane Pitanga Serafim da Silva — UFU (Orientadora)

Profa. Dra. Nicoli Glória de Tassis Guedes — UFU (Examinadora)

Profa. Dra. Diva Souza Silva — UFU (Examinadora)

AGRADECIMENTOS

Este estudo é totalmente dedicado à Vó Marina, que, de onde estiver, sei que está orgulhosa de mim. Não por ter concluído o curso, mas por ter concluído na falta do meu bolo bomba favorito, das ligações para saber se eu iria para Ribeirão no final de semana, do colo no sofá da sala, dos almoços com a família reunida aos sábados. Este estudo pode ser dividido entre o antes da sua partida e o depois, assim como a minha vida.

Mas por aqui a gente está caminhando como pode. A cacheta rola solta com as meninas até de madrugada. Seu roupão continua atrás da porta do banheiro, como você deixou. O vovô está cuidando bem das suas plantas, não tão bem quanto você, você sabe, né? Mas está dando certo. Ele também só lava as roupas no dia que você lavava e todas as suas manias ele continua agora. As que não, eu continuo. Não deixo ele falar “vorta” e ele sempre ri e lembra de você, “é volta”. Também pego no pé dele quando ele resolve falar que não gosta muito de tal comida que comeu a vida toda, “mas sim senhores”, como você falaria. E eu continuo sorrindo toda vez que sento no seu lugar e olho o porta-retrato em cima do móvel da tv, sei que você está com a gente.

Peço desculpas a meus pais, meu avô João, meu namorado Arthur, meus amigos Deborah, Bê, Luiz, Maju, Julia, que tanto me ajudaram com muita paciência, apoio, e entendimento nesses últimos meses. Peço desculpas também à Chris, que foi fundamental no processo de desenvolvimento deste estudo, ao João, sempre tão compreensivo, e à querida Diva, que esteve nos meus pensamentos toda vez que citei Freire. Também minhas sinceras desculpas aos 130 sorrisos da ABC da Glória que transformaram minha vida e aos voluntários que viraram amigos.

A vocês, minha eterna gratidão.

Mas não tem outro jeito. A conclusão do meu curso só pode ser dedicada à Vó Marina.

“Te encontro na fé”, vovó!

A grande generosidade está em lutar para que, cada vez mais, estas mãos, sejam de homens ou de povos, se estendam menos, em gestos de súplica. Súplica de humildes a poderosos. E se vão fazendo, cada vez mais, mãos humanas, que trabalhem e transformem o mundo.

(Paulo Freire)

AGOSTINHO, Marina Barquete. **Terceiro setor na mídia**: Uma análise de como a OSC ABC do Glória é representada na imprensa televisiva uberlandense. 2022. 85f. Trabalho de Conclusão de curso (Graduação em Jornalismo), Universidade Federal de Uberlândia. Uberlândia, 2022.

RESUMO

Esta monografia se concentra em analisar reportagens televisivas em que a OSC ABC do Glória foi pauta na mídia televisiva uberlandense, buscando verificar se elas contribuíram para reforçar a hipótese de que, normalmente, a instituição é representada a partir do imaginário social de que as organizações do terceiro setor são meramente assistencialistas quando, na realidade, o objetivo da OSC é, majoritariamente, suprir uma demanda existente, visto que, muitas vezes, as políticas públicas não chegam até comunidades mais vulneráveis com eficiência. A fim de cumprir os objetivos da monografia, buscou-se as definições de políticas públicas, terceiro setor, telejornalismo e representação midiática. Em seguida, foram selecionadas todas as matérias sobre a ABC do Glória publicadas desde a sua fundação até maio de 2021 nas emissoras de televisão de Uberlândia e realizada uma análise dialética das sete reportagens. Os resultados alcançados mostram que a forma como a OSC foi representada repetidamente de forma assistencialista, confirmando a hipótese desta pesquisa.

Palavras-chave: Políticas públicas; Terceiro setor; ABC do Glória; Telejornalismo, Representação midiática.

AGOSTINHO, Marina Barquete. **Terceiro setor na mídia**: Uma análise de como a OSC ABC do Glória é representada na imprensa televisiva uberlandense. 2022. 85f. Trabalho de Conclusão de curso (Graduação em Jornalismo), Universidade Federal de Uberlândia. Uberlândia, 2022.

ABSTRACT

This monograph focuses on analyzing television reports in which the OSC ABC do Glória was featured in the Uberlândia's media television, seeking to verify if they contributed to reinforce the hypothesis that, normally, the institution is represented from the social imaginary that the organizations of the third sector are merely assistencialists when, in reality, the objective of the CSO is, mostly, to supply an existing demand, since, many times, public policies do not reach the most vulnerable communities efficiently. In order to fulfill the objectives of the monograph, the definitions of public policies, third sector, telejournalism and media representation were sought. Then, all the articles about ABC do Glória published from its foundation until May 2021 on Uberlândia's media television were selected and a dialectical analysis of the seven reports was carried out. The results achieved show that the way in which the CSO was repeatedly represented in an assistencialist way, confirming the hypothesis of this research.

Keywords: Public policies; Third sector; ABC do Glória; Telejournalism, Media Representation.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES E QUADROS

Imagem 1 – Print da reportagem 1.....	42
Imagem 2 – Print da reportagem 2.....	47
Imagem 3 – Print da reportagem 3.....	51
Imagem 4 – Print da reportagem 4.....	54
Imagem 5 – Print da reportagem 5.....	60
Imagem 6 – Print da reportagem 6.....	64
Imagem 7 – Print da reportagem 7.....	70
Quadro 1 – Roteiro da Reportagem 1.....	42
Quadro 2 – Roteiro da Reportagem 2.....	48
Quadro 3 – Roteiro da Reportagem 3.....	51
Quadro 4 – Roteiro da Reportagem 4.....	55
Quadro 5 – Roteiro da Reportagem 5.....	60
Quadro 6 – Roteiro da Reportagem 6.....	64
Quadro 7 – Roteiro da Reportagem 7.....	70

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
2	POLÍTICAS PÚBLICAS, TERCEIRO SETOR E ABC DO GLÓRIA	15
2.1	Políticas públicas	15
2.2	Terceiro setor	18
2.3	ABC do Glória	22
3	TELEJORNALISMO E REPRESENTAÇÃO	29
3.1	Telejornalismo	29
3.2	Representação midiática	33
3.3	Emissoras de televisão de Uberlândia	35
3.3.1	TV Universitária	36
3.1.2	TV Integração	36
3.3.1	TV Band Triângulo	37
4	ABC DO GLÓRIA NA MÍDIA TELEVISIVA DE UBERLÂNDIA	40
4.1	Primeiras análises	41
4.1.1	Reportagem 1	42
4.1.2	Reportagem 2	47
4.1.3	Reportagem 3	51
4.1.4	Reportagem 4	54
4.1.5	Reportagem 5	60
4.1.6	Reportagem 6	64
4.1.7	Reportagem 7	70
5	A REPRESENTAÇÃO DA ABC DO GLÓRIA NA MÍDIA TELEVISIVA DE UBERLÂNDIA	76
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	81
	REFERÊNCIAS	83

1 INTRODUÇÃO

Historicamente, as instituições do terceiro setor desempenham um papel valioso mundo afora na luta pela promoção e garantia de direitos sociais constitucionalmente estabelecidos. É evidente também que essas instituições muitas vezes possuem espaço na mídia televisiva e têm seu trabalho divulgado em materiais jornalísticos. No entanto, nem sempre a forma como elas são apresentadas representa, de fato, o objetivo principal que, majoritariamente, possui o terceiro setor: o de transformação social.

O “fazer pelo outro”, de forma assistencialista, muitas vezes se sobrepõe ao trabalho que as organizações do terceiro setor desenvolvem junto a segmentos e populações em que o Estado não atua com eficiência. As atividades desenvolvidas para fortalecer a autonomia de comunidades em situação de vulnerabilidade para que elas tenham o poder de emancipação, muitas vezes não possuem o mesmo espaço na mídia. Nesse cenário, esta pesquisa busca analisar como se dá a representação do terceiro setor na mídia, especificamente a OSC ABC do Glória.

A ABC do Glória é uma Organização de Sociedade Civil (OSC) fundada em 2016 por voluntários do Centro de Voluntariado Universitário (CVU) de Uberlândia, com o objetivo de construir um espaço de transformação social na periferia de Uberlândia. Os projetos da organização são realizados no bairro Élisson Prieto, antigo assentamento Glória, que passa, atualmente, por um processo de regularização fundiária.

O Glória chegou a ser uma das maiores ocupações da América Latina, com mais de 2.500 famílias instaladas nesse terreno que, no início, pertencia à Universidade Federal de Uberlândia. Após seis anos de disputas judiciais, essa terra, localizada às margens da BR-050, foi cedida ao município de Uberlândia, que começou então o processo de regularização do bairro. No entanto, a falta de infraestrutura básica no Élisson Prieto ainda é gritante.

Dentro desse contexto, para suprir algumas demandas educacionais da comunidade, a ABC do Glória se faz presente por meio de oficinas socioeducativas e culturais realizadas semanalmente com 130 crianças e adolescentes em um espaço

transformado em uma biblioteca comunitária. Durante a pandemia, no entanto, o vínculo com a comunidade precisou ser readaptado, pois as famílias que vivem no bairro passaram a demandar itens ainda mais urgentes, como alimentos e produtos de higiene.

Uma pesquisa socioeconômica realizada pela OSC em setembro de 2020¹ mostrou que há uma média de cinco pessoas por moradia em cada família atendida, sendo que 88% dessas famílias vivem com até um salário mínimo por mês. Portanto, a ABC do Glória passou a entregar cestas básicas e kits de higiene mensalmente a 60 famílias cadastradas, a partir de doações de itens arrecadados por diversas campanhas.

No período da pandemia, a OSC recebeu apoio da mídia para divulgação dessas ações. Com isso, um desconforto que já existia antes por parte das integrantes da organização foi ampliado: a representação da OSC de uma forma apenas assistencialista e generosa, sem haver um aprofundamento sobre as ações e projetos desenvolvidos, que são voltados para a transformação social.

De acordo com o educador Paulo Freire (2002, p.31), “a grande generosidade está em lutar para que, cada vez mais, estas mãos, sejam de homens ou de povos, se estendam menos, em gestos de súplica”. Nesse sentido, assim como preconiza a abordagem freiriana, a OSC ABC do Glória tem o objetivo maior do que meramente assistencialista e busca minimizar desigualdades onde as políticas públicas são ineficazes.

É fato que, em virtude da pandemia, as demandas por produtos alimentícios e de higiene se tornaram ainda maiores em comunidades como a do bairro Élisson Prieto, fazendo com que diversas instituições se preocupassem em oferecer esses suprimentos, que são urgentes para propiciar condições de uma vida digna. Tal situação se confirmou também em instituições para além da ABC do Glória, como explica o Fundador e CEO da ONG Gerando Falcões em sua participação no programa Roda Viva: "Nesta crise, curiosamente, as ONGs conseguiram chegar,

¹ O questionário foi desenvolvido internamente pelos voluntários da ABC do Glória e não foi divulgado. Ele pode ser acessado em: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1QRBk9EAU-SIGCJhcO7BJ9QNu3gzqGWmRsDfvxT7rl7Q/edit?usp=sharing>.

inclusive, antes do governo na vida das pessoas mais pobres, mostrando transparência, capacidade de execução e capacidade de entrega” (LYRA, 2021). Contudo, esse viés assistencialista não é o único.

Algumas reportagens produzidas pela imprensa televisiva de Uberlândia podem ter contribuído para reforçar a hipótese de que, normalmente, a OSC ABC do Glória é representada a partir do imaginário social de que as instituições do terceiro setor são meramente assistencialistas quando, na realidade, o objetivo inicial é, majoritariamente, suprir uma demanda existente, visto que, muitas vezes, as políticas públicas não chegam até comunidades mais vulneráveis com eficiência. Partindo desta hipótese, este estudo busca responder: como a OSC ABC do Glória é representada na imprensa televisiva de Uberlândia?

Para além deste momento de crise, o jornalismo tem muito a contribuir com o terceiro setor, ao abordar essas instituições a partir do objetivo primeiro de transformação social. Nesse sentido, o diálogo entre essas duas áreas é imprescindível para reduzir a desinformação sobre o trabalho que é desenvolvido por entidades como a ABC do Glória, comprometidas com parcelas marginalizadas da sociedade.

Esta pesquisa, então, surgiu do envolvimento desta pesquisadora com o terceiro setor, especificamente com a comunidade do Glória, como também com o telejornalismo. Em 2018, iniciei minha relação com a OSC ABC do Glória como voluntária, tornando-me, mais tarde, membro da comissão organizadora, dentro da diretoria de Marketing. Nessa função, fiquei responsável pela comunicação social da OSC. Nela, além de alimentar as redes sociais, desempenhava o papel de assessoria de imprensa, sugerindo pautas e organizando entrevistas.

Em outubro do mesmo ano, participei de um projeto de extensão para o cadastro de moradores do então Assentamento do Glória, uma parceria da Universidade Federal de Uberlândia (UFU) com a COHAB-Minas. Essa experiência de três meses me possibilitou conhecer mais de perto a realidade dos moradores do Glória, entrando em contato diariamente com as famílias para contribuir com a regularização fundiária daquele território.

Já em abril de 2020, iniciei o estágio na Tv Band Triângulo, onde pude conhecer o outro lado desta pesquisa. Em contato com a redação de uma televisão, tive a oportunidade de entender os processos de produção de uma reportagem televisiva e participar de reuniões de pauta, compreendendo melhor os critérios de noticiabilidade dentro dos telejornais da emissora.

Ao atuar nesses dois locais, surgiram as inquietações que originaram o estudo aqui proposto, que pretende discutir o papel da imprensa na relação com o terceiro setor, a fim de contribuir para que as ONGs não sejam representadas apenas de forma assistencialista.

Em novembro de 2021, me desliguei da ABC do Glória por questões pessoais que me impediram de desempenhar o papel de voluntária, mas as inquietações acerca do tema desta pesquisa continuaram, principalmente porque permaneci trabalhando dentro de uma emissora de televisão e acompanhando cada vez mais de perto o processo de produção de uma reportagem.

Dentro de uma redação de telejornalismo, foi possível compreender que as possibilidades e potencialidades de instituições como a ABC do Glória, quando noticiadas ou representadas de maneira equivocada, podem, inclusive, comprometer o desenvolvimento de uma sociedade, uma vez que o terceiro setor muitas vezes colabora para a solução de problemas sociais em escalas menores, a partir da criação de modelos que podem ser replicados em outras realidades.

Por outro lado, o jornalismo, quando cumpre seu papel social, contribui para o trabalho das entidades e, conseqüentemente, para a transformação social. A diretora presidente do movimento “Arredondar” lembra em um vídeo feito para o canal da Monja Coen de um exemplo dessa situação ao citar o empreendedor social e fundador da ONG IDEAAS, Fabio Rosa, que desenvolveu uma iniciativa para levar energia solar a alguns lugares do país. “Isso virou um programa federal, ele fez isso numa escala menor, no Rio Grande do Sul e depois virou um modelo que foi para o Brasil todo, o ‘Luz para todos’” (COEN, 2018).

Portanto, quando o jornalismo aborda essas organizações nos seus objetivos principais, como o desenvolvimento e a transformação social na tentativa de suprir demandas da própria sociedade, essas ONGs podem contar com o apoio e a

colaboração da comunidade de forma contínua e não só em momentos de crise ou necessidade.

Nesse sentido, espera-se que os resultados desta pesquisa possam colaborar para a formação acadêmica de jornalistas com uma reflexão sobre o seu papel social, entendendo o terceiro setor como instituições importantes para o desenvolvimento da sociedade, e a responsabilidade da sua interpretação para a construção de uma opinião pública que não seja formada a partir de uma representação simplista desse setor.

No campo científico, esta pesquisa também poderá contribuir para ampliar os estudos sobre o bairro Élisson Prieto, uma vez que ainda são poucos em razão da ocupação e regularização ser muito recente. Além disso, a pesquisa pode colaborar com a discussão acerca da representação do terceiro setor na imprensa, um tema que ainda é insuficientemente abordado na produção científica.

O objetivo geral deste trabalho é, portanto, analisar como o terceiro setor, em especial a OSC ABC do Glória, é representada pelas emissoras Tv Universitária, Tv Integração e TV Band Triângulo, todas sediadas em Uberlândia e que noticiaram a instituição desde a sua fundação até maio de 2021, quando o projeto desta pesquisa foi concluído. Durante esse período, a ABC do Glória foi pauta nesses veículos em sete reportagens, as quais serão analisadas. Além disso, a pesquisa tem como objetivo específico refletir sobre a relação da imprensa com as instituições do terceiro setor.

Como percurso metodológico para alcançar os objetivos propostos, foram estudadas as definições de políticas públicas, terceiro setor, telejornalismo e representação midiática. Em seguida, foram selecionadas e decupadas as sete reportagens e, por fim, foi realizada uma análise crítica e dialética, buscando contradições e levantando questionamentos sobre o tema.

O trabalho foi estruturado em cinco capítulos, iniciando-se com esta introdução. O segundo capítulo aborda os conceitos de políticas públicas e do terceiro setor, além de um aprofundamento sobre a história e os propósitos da ABC do Glória. Para auxiliar nesse estudo, foram utilizados os autores como Souza (2006), Soares (2016), Freire (1983), Cândido (2011), além de dados relevantes do

Instituto Trata Brasil (2021) e da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (2019).

O terceiro capítulo apresenta os conceitos de telejornalismo, representação midiática e faz também uma contextualização sobre as emissoras de televisão que existem em Uberlândia, mais especificamente as que tiveram a ABC do Glória como pauta no período delimitado pela pesquisa. Este capítulo foi desenvolvido com base nos estudos de Paternostro (1999), Hall (2000), Freire Filho (2005) e Rocha (2008).

O capítulo seguinte apresenta os pressupostos teóricos utilizados na análise, referentes ao método histórico-dialético. São expostos os critérios apoiados para analisar as reportagens selecionadas, como contradições e influências que podem contribuir ou não para reforçar a hipótese proposta.

Ainda no quarto capítulo, são decupadas, ou seja, transcritas em tabelas, as sete reportagens selecionadas, apresentando também o contexto imagético em que está situado cada trecho das matérias. Ao final de cada tabela é realizada uma discussão sobre o que foi apresentado e, por fim, é feita uma análise comparativa entre elas.

No capítulo cinco, é apresentada a reflexão sobre as matérias analisadas em relação ao que prevaleceu, o que se destacou e o que foi divergente a partir dos conceitos definidos, para então poder compreender a relação entre mídia televisiva e as instituições do terceiro setor, especificamente a ABC do Glória.

Por fim, no capítulo de considerações finais, são reforçados os resultados obtidos a partir das análises das sete reportagens em questão e algumas contribuições para que seja possível minimizar o problema.

2 POLÍTICAS PÚBLICAS, TERCEIRO SETOR E ABC DO GLÓRIA

Neste capítulo, serão abordadas as lacunas das políticas públicas que são evidenciadas no Brasil e de que maneira surgem as instituições do terceiro setor, para então compreender em que contexto a OSC ABC do Glória foi formada e qual o impacto de sua atuação.

O capítulo visa conceituar o que são políticas públicas e levantar uma discussão sobre o que a falta delas pode acarretar em uma sociedade. Nessa falta, é que geralmente surgem as instituições do terceiro setor, conceituadas com o intuito de esclarecer os reais princípios com que geralmente as organizações sem fins lucrativos são criadas e diferenciar o trabalho assistencialista, que domina o imaginário social, da busca pela transformação social e emancipação dos sujeitos, como propõem instituições como a ABC do Glória. A OSC também é apresentada desde o processo de sua fundação até o trabalho desenvolvido atualmente, a fim de demonstrar, de forma crítica, a importância da atuação da organização na comunidade do Glória.

2.1 Políticas públicas

O conceito de políticas públicas surgiu nos Estados Unidos, na década de 1930, sob uma ótica inovadora que buscava entender, na prática, ações dos governos destinadas à resolução de questões públicas, como saúde, educação, economia, entre outras.

Pode-se, então, resumir política pública como o campo do conhecimento que busca, ao mesmo tempo, "colocar o governo em ação" e/ou analisar essa ação (variável independente) e, quando necessário, propor mudanças no rumo ou curso dessas ações (variável dependente). A formulação de políticas públicas constitui-se no estágio em que os governos democráticos traduzem seus propósitos e plataformas eleitorais em programas e ações que produzirão resultados ou mudanças no mundo real. (SOUZA, 2006 p.7).

As políticas públicas podem ser incluídas em uma das quatro categorias estipuladas por Theodore Lowi (*apud* SOUZA, 2006, p. 28;), cientista político que desenvolveu uma tipologia para classificar as políticas públicas. A primeira é a de

políticas distributivas, as quais se referem a decisões tomadas pelo governo levando em conta um grupo específico da população e não o todo. De acordo com Hercowitz, Mattos e Souza, um exemplo dessa categoria é o Bolsa Família, criado em 2003, e recentemente substituído pelo Auxílio Brasil, programa de transferência de renda desenvolvido durante a pandemia.

A segunda categoria diz respeito às políticas regulatórias, que reúnem conjuntos de normas e leis que estabelecem regras para o comportamento em sociedade. Podem ser citados como exemplos as normas de trânsito criadas para evitar acidentes ou a proibição do consumo de cigarros dentro de ambientes fechados com o intuito de reduzir os males causados à saúde.

No terceiro modelo estão as políticas redistributivas, que consistem em fornecer benefícios a grandes faixas sociais, como por exemplo a reforma agrária, reforma da previdência social ou medidas de taxaço do imposto de renda. (HERCOWITZ; MATTOS, 2011 p. 91).

Por fim, o último formato de políticas públicas é o das políticas constitutivas. Essas estipulam as responsabilidades entre municípios, estados e o Governo Federal. Um exemplo é a gestão da educação no Brasil: a Educação Infantil e Ensino Fundamental 1 são de responsabilidade dos municípios, os estados se responsabilizam pelo Ensino Fundamental 2 e Ensino Médio e a Educação Superior fica a cargo do Governo Federal.

Nesse sentido, as políticas públicas surgem como diretrizes para converter em prática propostas governamentais. No entanto, nem sempre os governos conseguem suprir as necessidades da sociedade e assegurar todos os direitos constitucionais. No Brasil, por exemplo, embora várias políticas públicas tenham sido criadas, muitas delas ainda não foram implementadas o suficiente para atender a toda a população de forma igualitária. O resultado disso é uma sociedade cada vez mais desigual. O país tem índices gigantescos de desigualdade social. De acordo com a pesquisa mais recente que revelou o índice de Gini² no Brasil, o país

² O Índice de Gini, criado pelo matemático italiano Conrado Gini, é um instrumento para medir o grau de concentração de renda em determinado grupo. Ele aponta a diferença entre os rendimentos dos mais pobres e dos mais ricos. Numericamente, varia de zero a um (alguns apresentam de zero a cem). O valor zero representa a situação de igualdade, ou seja, todos têm a mesma renda. O valor um (ou cem) está no extremo oposto, isto é, uma só pessoa detém toda a riqueza. (IPEA, 2004)

apresentou em 2021 um recorde histórico de desigualdade, atingindo o coeficiente de 0.674 no ranking de desigualdade (FGV SOCIAL, 2021). Esse número é calculado para medir a desigualdade social de um país, levando em conta fatores como o PIB e a renda per capita, variando entre uma escala de zero (sem desigualdade) a um (quando a desigualdade é máxima). Nesse sentido, o coeficiente brasileiro coloca o país em uma situação extremamente crítica.

O número é reflexo de vários fatores que, somados, compõem necessidades básicas para uma vida digna, como, por exemplo: saneamento básico, acesso à água, educação, saúde, moradia, entre outros. No Brasil, esses temas são bastante problemáticos. Para se ter uma ideia, de acordo com o Instituto Trata Brasil (2021), no ano de 2019, 273.403 brasileiros foram internados por doenças de veiculação hídrica, ou seja, causadas pela ingestão de água contaminada, e 2.734 pessoas morreram pelo mesmo motivo. Isso porque 45,9% da população não possui saneamento básico, 16,3% dos brasileiros não têm acesso à água potável.

A pobreza e a desigualdade também ficam escancaradas no Brasil devido à ineficiência das políticas públicas educacionais. De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD) realizada em 2019, 11 milhões de brasileiros acima de 15 anos eram analfabetos. A pesquisa também revelou que apenas 48,8% das pessoas de 25 anos ou mais finalizaram a educação básica obrigatória, ou seja, concluíram, no mínimo, o ensino médio. Quando se fala no ensino superior, o problema é ainda maior: apenas 17,4% dos brasileiros acima dos 25 anos terminaram a graduação.

As condições impostas pela pandemia, como o afastamento das escolas e o ensino remoto, também contribuíram para agravar esse cenário: o país bateu recorde dos últimos dez anos de crianças sem acesso à educação. É o que revelou um estudo realizado pela ONG Todos Pela Educação (TODOS PELA EDUCAÇÃO, 2022), com base na Pnad Contínua do IBGE. De acordo com a pesquisa, 41% das crianças de 6 a 7 anos não sabem ler e escrever

Os números comprovam o déficit da gestão educacional do governo, que falha em envolver a população brasileira no sistema escolar, direito garantido constitucionalmente. Uma vez que não há investimento nessa área, o prejuízo é

constatado pelo acirramento das desigualdades socioeconômicas e pelo aumento da vulnerabilidade da população.

Devido à lacuna deixada pela falha de implementação (ou mesmo pela falta) de políticas públicas, organizações privadas, sejam lucrativas ou não, começaram a oferecer serviços ou bens para atender as demandas sociais a fim de tornar a sociedade mais justa e igualitária.

Para tanto, a política social busca realizar dois objetivos conjuntos que são a proteção social e a promoção social para dar respostas aos direitos sociais e a outras situações não incluídas nos direitos as quais dizem respeito às contingências, necessidades e riscos que afetam vários dos componentes das condições de vida da população, inclusive os relacionados à pobreza e à desigualdade. Ademais, a oferta de bens e serviços similares aos oferecidos pelo Estado pode ser fornecida por entidades privadas sejam lucrativas ou não. (CASTRO, p. 1012, 2012)

Para suprir a falta de ações governamentais que deveriam assegurar direitos tão básicos como o da educação, a sociedade civil começou a se organizar e, assim, constituir o terceiro setor. Enquanto o primeiro setor é formado pelo governo e o segundo setor composto pelas empresas privadas, o terceiro setor reúne instituições sem fins lucrativos, de caráter social e filantrópico, que se propõem a minimizar problemas onde as ações do governo não foram suficientes.

2.2 Terceiro setor

No passado, as mobilizações sociais que surgiam no Brasil, com o intuito de defender direitos constitucionais, possuíam, em geral, caráter mais assistencialista. De acordo com Mota (1996), nas décadas de 1950 e 1960, os movimentos sociais se resumiam em aproximar a faixa “mais atrasada” da população aos níveis de desenvolvimento das chamadas camadas “mais modernas”.

No entanto, a partir das décadas de 1960 e 1970 desenvolveu-se uma posição mais crítica em relação à postura assistencialista e, de acordo com Mota (1996), palavras como conscientização, diálogo, mudanças e reformas passaram a nortear os trabalhos. O fortalecimento das mobilizações sociais culminou no surgimento das instituições do terceiro setor, de forma mais organizada e democrática, utilizando-se do planejamento participativo das camadas da sociedade.

Embora o caráter assistencialista ainda persista em algumas organizações, as instituições do terceiro setor têm como pressuposto, primordialmente, mobilizar esforços para agir em diferentes causas e interesses, a fim de suprir demandas sociais emergentes em defesa da asseguuração de direitos humanos e da democracia. O terceiro setor tem sua conceituação e discussão recentemente constituídas no Brasil, a partir da década de 70, embora resultem em um grande movimento para a sociedade, como explica o antropólogo Rubem César Fernandes:

[...] surge no mundo um terceiro personagem. Além do Estado e do mercado, há um “terceiro setor”. “Não-governamental” e “não-lucrativo”, é, no entanto, organizado, independente, e mobiliza particularmente a dimensão voluntária do comportamento das pessoas. Sua emergência é de tal relevância que se pode falar de uma “virtual revolução” a implicar mudanças gerais nos modos de agir e pensar. (FERNANDES, 1994, p. 19).

A partir dessa concepção, o terceiro setor passa a agir para complementar as ações do governo ou suprir as deficiências das políticas públicas, para atender interesses públicos e coletivos. Dessa forma, contribui para o desenvolvimento da sociedade e pode possibilitar até a criação de políticas públicas.

De acordo com o estudo mais recente, o Brasil possuía, em 2010, mais de 290 mil entidades sem fins lucrativos. A pesquisa “As Fundações Privadas e Associações Sem Fins Lucrativos no Brasil - FASFIL” (IBGE, 2019), organizada pelo IBGE, mostrou que a maior parte (28%) são ligadas a instituições religiosas, 15,5% são ligadas a associações patronais e profissionais, seguidos de 14,6% na área do desenvolvimento e defesa de direitos (associações de moradores, centros de ações comunitárias voltadas ao desenvolvimento rural etc.). As áreas da saúde, educação, pesquisa e assistência social somavam 18,6%, com 54,1 mil entidades.

Essas instituições podem ser nomeadas de variadas formas. As mais comuns são as Organizações Não Governamentais (ONGs). O termo começou a ser utilizado inicialmente na década de 1940 para designar instituições internacionais, como, por exemplo, a Cruz Vermelha, reconhecida pela ONU como independente de governos. Uma ONG consiste em entidade sem fins lucrativos, que reúne pessoas com o mesmo objetivo para assegurar algum direito o qual o Estado não conseguiu garantir de forma eficaz. De acordo com o Código Civil, as ONGs são definidas no Artigo 53

como “associações pela união de pessoas que se organizem para fins não econômicos”. (BRASIL, 1988, Art. 53).

Atualmente, as instituições do terceiro setor são chamadas de Organizações de Sociedade Civil (OSCs). Esse termo foi proposto pelo Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil (MROSC), que instituiu normativas jurídicas e institucionais relacionadas às Organizações da Sociedade Civil. O documento, criado em 2014, substituiu a sigla “ONG” pela sigla “OSC”, como para reforçar o protagonismo e a iniciativa da própria sociedade. (SOARES, 2016).

Uma outra forma de observar atuação no terceiro setor é pela Organização de Sociedade Civil de Interesse Público, OSCIP. Esse é um título que uma organização sem fins lucrativos recebe ao comprovar ao Ministério da Justiça que as atividades prestadas à comunidade se enquadram nos termos da lei e isso garante o direito de pleitear verbas públicas, por exemplo. Também passa a ter direito de receber uma porcentagem do lucro das empresas privadas, que é abatido no Imposto de Renda destinado às OSCIPs. Isso é importante para manter a continuidade do serviço prestado pelas organizações, que têm a obrigação de prestar contas e serem transparentes.

Já o conceito de fundação, também observado no terceiro setor, está relacionado a pessoas físicas ou até mesmo jurídicas que criam um projeto para contribuir com alguma causa específica. É o caso, por exemplo, da Fundação Roberto Marinho e da Fundação Bill e Melinda Gates, a Fundação Bradesco e a Fundação Cargill. No entanto, para abrir uma fundação é preciso seguir alguns requisitos determinados pelo Ministério Público, além de se manter sob a fiscalização do órgão.

Existem também as entidades beneficentes de assistência social, reconhecidas pelo CEBAS (Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social). Para receber o certificado, essas entidades precisam necessariamente prestar serviços gratuitos nas áreas de educação, assistência social ou saúde. O reconhecimento garante subvenções do poder público e até isenção em contribuições sociais, como a Contribuição para o Financiamento da Seguridade

Social (COFINS) e o Programa de Integração Social, juntamente com o Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público (PIS/PASEP).

Todavia, uma vez que as instituições do terceiro setor podem conseguir benefícios, isenções e subvenções do governo, seja ele federal, estadual ou municipal, há quem se aproveite dessa ocasião para fraudar o sistema ao desviar o dinheiro ou gerar lucro em benefício próprio, contrariando totalmente um dos princípios principais desse setor, que é a filantropia. Por isso, as instituições do terceiro setor, que são constituídas para minimizar problemas inquestionáveis colocados na sociedade, vêm sendo alvo de severas críticas ao longo do tempo, por inúmeros motivos.

Em 2010, foi publicado o relatório de uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) que investigou o repasse de recursos federais para ONGs e OSCIPs no período de 1999 até 30 de abril de 2009. O objetivo da instauração da CPI foi investigar possíveis irregularidades no repasse e utilização das verbas públicas e apontar soluções. Os principais problemas encontrados pela parceria entre poder público e ONGs, listados no relatório, foram: ausência de critérios para escolha de entidades beneficiadas, favorecendo certas organizações de forma irregular, desvio de finalidade dos recursos recebidos pela instituição e insuficiência dos mecanismos de controles interno e externo para prevenir e corrigir os problemas encontrados.

De acordo com o relatório, entre 2001 e 2006, mais de 13 bilhões de reais foram transferidos do poder público para entidades sem fins lucrativos. Não fica explicitado exatamente qual parcela dessa verba teve seu destino aplicado de forma irregular, mas o diagnóstico deixa claro que muitas das instituições analisadas estavam envolvidas em esquemas de corrupção e foi “contundente ao concluir pela necessidade premente de se aperfeiçoar os mecanismos pelos quais se materializam a relação de parceria entre Poder Público e ONGs” (BRASIL, 2010).

No entanto, ainda assim é ressaltado que as entidades do terceiro setor têm muito a contribuir para o bem-estar da sociedade brasileira e que “trata-se, portanto, de normatizar como será feita a relação entre o Poder Público e as entidades de direito privado sem fins lucrativos, prevendo-se às devidas sanções para os que

desrespeitarem essas normas”. Logo, os problemas diagnosticados não anulam a importância das ONGs no país.

Todos os especialistas ouvidos pela Comissão foram unânimes em destacar a importância desta parceria. Todos, sem exceção, reconheceram que as entidades privadas sem fins lucrativos têm um importante papel na formulação, execução e fiscalização de políticas públicas. Não como substituto do Estado, mas como parceiro, em respeito, inclusive, aos preceitos e objetivos da ordem social inscritos na Constituição brasileira. Há um grande campo para a atuação das ONGs, sobretudo em áreas, seguimentos e localidades em que a atuação do Estado é insuficiente ou inexistente. (BRASIL, 2010).

A solução indicada, no relatório, para reduzir os problemas identificados foi a criação de um marco regulatório das organizações da sociedade civil, garantindo uma normatização onde a legislação falha. Dessa forma é que foi colocado em prática, em 2014, o Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil, com regras mais claras e apropriadas diante da situação que foi diagnosticada.

O Marco foi a forma encontrada para aperfeiçoar e garantir o trabalho de instituições sérias e comprometidas com o seu dever social, que prezam pela transparência. Uma dessas entidades é a ABC do Glória, caracterizada como uma Organização de Sociedade Civil (OSC), que atua no bairro Elisson Prieto, conhecido como “Glória”, na cidade de Uberlândia, local que passa atualmente por um processo de regularização fundiária.

Inserida no terceiro setor, a ABC do Glória atua em prol de assegurar direitos como a educação, esporte, lazer, arte e cultura a crianças e jovens que não possuem as mesmas oportunidades que teriam se fossem assistidos pelas políticas governamentais das quais têm direito.

2.3 ABC do Glória

No dia 16 de abril de 2016, foi fundado o Projeto ABC do Glória pelo Centro de Voluntariado Universitário (CVU) de Uberlândia, com o objetivo inicial de ser uma biblioteca comunitária para atender as crianças da comunidade. O espaço de 8x6m foi construído em quatro meses a partir de materiais arrecadados por campanhas realizadas na Universidade Federal de Uberlândia (UFU), onde se reuniam os voluntários do CVU.

A proposta da biblioteca era ser um espaço cultural com foco em reforço escolar. As atividades selecionadas para serem desenvolvidas com as crianças e jovens envolviam as disciplinas de matemática, português, ciências, geografia, história, inglês e espanhol e eram divididas por séries. Além disso, eram preparadas também algumas brincadeiras e atividades de produção artística e oferecidos lanches.

Com esse propósito, a ABC começou suas atividades por meio da participação de voluntários que pertenciam a diversas áreas de atuação, sendo alunos ou já formados, em cursos como psicologia, odontologia, relações internacionais, arquitetura, engenharias, letras, jornalismo, entre outros, o que possibilitava uma interdisciplinaridade. Eles se encontravam na UFU e seguiam juntos até o bairro Élisson Prieto. Embora a universidade fosse o ponto de encontro, não era necessário ter vínculo à UFU. Já na biblioteca, se dividiam para auxiliar as crianças e jovens nas atividades escolares referentes ao ensino fundamental e médio, de acordo com a área de estudo de cada um.

Os encontros aconteciam aos sábados para crianças de 5 a 10 anos e aos domingos para crianças e adolescentes de 11 a 15 anos. Cerca de 30 beneficiários eram cadastrados na instituição e o projeto contava com 25 voluntários, que utilizavam livros didáticos e de literatura infantil, todos arrecadados por meio de doações.

No entanto, conforme o contato com a comunidade foi se consolidando, algumas queixas e questões apresentadas pelos beneficiários do projeto fizeram a metodologia da ABC do Glória ser repensada. As atividades propostas naquele contexto estavam totalmente desalinhadas com as demandas que os moradores expressavam. Em um ambiente de enorme vulnerabilidade, onde a falta de infraestrutura básica é gritante, atividades como as que estavam sendo propostas negligenciavam os desejos e demandas da própria comunidade envolvida e, assim, o projeto não cumpria o seu papel social de fato. Tal prática insinua um processo extensionista, como criticado por Paulo Freire:

Parece-nos, entretanto, que a ação extensionista envolve, qualquer que seja o setor em que se realize, a necessidade que sentem aqueles que a fazem, de ir até a “outra parte do mundo”, considerada

inferior, para, à sua maneira, “normalizá-la”. Para fazê-la mais ou menos semelhante a seu mundo. (FREIRE, 1985, p.13).

De certa forma, era o que acontecia no Projeto. Voluntários externos deslocavam-se até o Glória com suas próprias visões de mundo e tentavam estender às crianças e jovens presentes naquele contexto conhecimentos que eles mesmos consideravam necessários. Somente entendendo sobre aquele ambiente a partir de muitas trocas, diálogos e vivências é que foi possível tentar entender de fato o que era essencial para a comunidade e contribuir para a transformação social daquele ambiente, onde a atuação do poder público ainda é ineficaz.

O objetivo da ABC do Glória, então, teve que ser readaptado ao que se mantém hoje, para estimular as crianças e jovens da comunidade a terem perspectivas e oportunidades que vão além do ensino tradicional oferecido pela escola. Oficinas de incentivo ao esporte, lazer, cultura, arte e literatura se transformaram na base do Projeto ABC do Glória, que em 2020 se tornaria uma OSC, com a missão bem delimitada: formar crianças e adolescentes da periferia em indivíduos autônomos, solidários e conscientes do seu potencial ativo na sociedade.

Com base nisso, os dois encontros semanais, aos sábados e domingos, mediados poricineiros, começaram a propor atividades que foram pensadas juntamente com os beneficiários, como capoeira, contação de histórias, atividades de circo, esgrima medieval, poesia, confecção de turbantes, dança e judô. O foco principal então, seria incentivar o empoderamento de cada participante. Nesse sentido, as atividades passaram a ser pensadas não mais para as crianças e jovens atendidos, mas junto com eles, a partir do acolhimento das suas necessidades, entendendo-os como sujeitos protagonistas de suas próprias histórias, dotados de vontades, de quererem, com religiões e diferentes formas de ser e estar no mundo.

À luz de Paulo Freire, a OSC atualmente se propõe a incentivar a emancipação dos beneficiários, para que cada vez mais eles mesmos possam transformar aquela realidade e lutar para que seus direitos sejam garantidos. Dessa forma, a atuação dos voluntários vai além de práticas assistencialistas e busca compreender as demandas daquele ambiente a partir de uma escuta ativa e entendendo que aquelas crianças não são apenas objeto de um trabalho de generosidade.

No momento em que um assistente social, por exemplo, se reconhece como o “agente da mudança”, dificilmente perceberá essa obviedade: que se seu empenho é educativo-libertador, os homens com quem trabalha não podem ser objetos de sua ação. São, ao contrário, tão agentes da mudança quanto ele. A não ser assim, ao vivenciar o sentido da frase, não fará outra coisa a não ser conduzir, manipular, domesticar. E, se reconhece os demais como agentes da mudança, tanto como ele próprio, já não é o agente desta e a frase perde o sentido. (FREIRE, 2002, p. 28).

Para que essa compreensão esteja alinhada entre todos os 50 voluntários que atuam na OSC atualmente, a ABC do Glória propõe capacitações e discussões mensalmente, além dos encontros semanais na biblioteca. Também são desenvolvidos grupos de estudos envolvendo as temáticas levantadas durante as oficinas.

O intuito, portanto, não é de roubar o protagonismo da luta pela transformação social, mas sim de apoiá-la e assegurar que todos os participantes da OSC estejam comprometidos em agir nas questões que geram as desigualdades e exclusões e não apenas nos efeitos que elas causam. Portanto, proporcionar assim, um espaço com recursos e possibilidades para que essas crianças e jovens possam desenvolver potencialidades que já possuem.

A ABC do Glória faz isso a partir do incentivo à educação, lazer e cultura, uma vez que entende que essa é, em detrimento ao ensino formal tradicionalmente aplicado nas escolas, uma possibilidade real de transformação social por meio dos recursos que a própria comunidade já possui. Nesse sentido, confronta o pensamento assistencialista, o qual resume o papel das instituições do terceiro setor a auxílios básicos a pessoas necessitadas. O papel da ABC da Glória vai muito além, como propõe o sociólogo Antônio Cândido:

[...] eu lembraria que são incompressíveis certamente a alimentação, a moradia, o vestuário, a instrução, a saúde, a liberdade individual, o amparo da justiça pública, a resistência à opressão etc.; e também o Direito à crença, à opinião, ao lazer e, por que não, à arte e à literatura. (CÂNDIDO, 2011, p. 174).

Pautando-se na ideia proposta por Cândido (2011), a OSC ABC do Glória busca estar presente para além da garantia de suprir necessidades básicas das crianças e jovens do bairro Élisson Prieto, mas propor também uma troca de experiências e uma forma de aprender, junto com eles, conhecimentos de culturas

diferentes, que muitas vezes e, por razões diversas, não chegam até aquele ambiente.

Cândido (2011) defende que, por muito tempo, foi designada uma cultura específica para cada classe social. Nesse sentido, foram fixados os conceitos de “cultura erudita” e “cultura popular”. Para o sociólogo, isso resulta em uma privação de direitos que são considerados necessidades universais, como a literatura. A ela, não se compreende apenas o significado literal, mas qualquer criação de toque poético, ficcional ou dramático em todos os níveis de uma sociedade.

Em um contexto desigual, tal como ocorre na sociedade brasileira, é fato que a cultura também seria mal distribuída. No entanto, instituições como a ABC do Glória possuem como premissa assegurar o acesso a todos os níveis de literatura, por quaisquer camadas da sociedade. Utiliza-se, então, da literatura, em sua mais ampla definição, como instrumento poderoso de instrução e educação para transformar a realidade de lugares como o Élisson Prieto, onde a carência de assistência governamental revelada pela infraestrutura precária e a falta de acesso a necessidades básicas.

Durante a pandemia, contudo, essas dificuldades se tornaram ainda mais preocupantes. A crise econômica, somada à crise social a qual o Brasil enfrenta, foi sentida também pelos moradores do Glória. Em meio a esse cenário, a OSC ABC do Glória precisou adaptar mais uma vez seu método de atuação para contribuir com o mínimo possível para a sobrevivência digna das famílias atendidas pela instituição.

Assim, foi firmada uma parceria com a ONG Gerando Falcões, que já enviou 800 cestas básicas digitais, ou seja, cartões vale-alimentação para que a ABC do Glória distribuísse não só para as famílias cadastradas no projeto, como também para que fosse possível abranger uma quantidade maior de moradores da comunidade. Os cartões colaboram não apenas com o sustento dessas famílias, mas contribuem também com o comércio local, onde são comprados os alimentos.

Além dos tickets alimentação, a ABC do Glória também distribuiu mensalmente cestas básicas e kits de higiene para as 60 famílias cadastradas na instituição, por entender, após uma pesquisa socioeconômica realizada com os

beneficiários, que a situação era extremamente grave e que, a OSC possuía condições de arrecadar doações para contribuir.

Com as oficinas presenciais paralisadas por causa da pandemia do Coronavírus, uma nova forma de realizar as atividades com as crianças e jovens foi proposta: atividades virtuais inseridas em uma plataforma criada pela parceira Gerando Falcões chamada Gerando Educação. Essa ferramenta constitui um aplicativo que gasta pouco armazenamento do celular e não precisa de internet para funcionar após ser instalado. A partir do questionário socioeconômico aplicado anteriormente, foi certificado que a maioria dos participantes do projeto conseguiria ter acesso às atividades nessas condições.

Entretanto, para garantir que mais integrantes pudessem acessar o aplicativo e também para auxiliar o acesso às aulas remotas que as escolas estão oferecendo aos alunos, cada beneficiário recebeu um tablet, obtido por meio de doações. Foram também criados grupos de Whatsapp, para que os voluntários pudessem acompanhar e realizar também as atividades propostas pelo aplicativo, a fim de continuar incentivando a educação e as diferentes formas de lazer e cultura, além de evitar a perda dos vínculos afetivos criados antes da pandemia entre os voluntários e as crianças.

Nesse sentido, a ABC do Glória vem se adaptando e redimensionando suas estratégias de acordo com as demandas de cada momento que surgem no decorrer da prática, para que, em conjunto com as crianças e jovens que fazem parte e também representam a instituição, possa servir como um instrumento de apoio para que eles sejam protagonistas das suas próprias histórias e transformem a realidade onde vivem.

Para potencializar as oportunidades dessas crianças e jovens, e assegurar a continuidade dos trabalhos, é imprescindível formar e manter uma rede de apoiadores que colaboram com alguma quantia ou algum serviço para a ABC do Glória. Assim como as divulgações das ações e campanhas de arrecadação realizadas pela OSC na mídia também têm significativa importância para atrair mais colaboradores à instituição.

É fato que a visibilidade garantida, principalmente pelas emissoras de televisão, culmina em uma maior credibilidade à organização e contribui para legitimar o trabalho desenvolvido pela ABC do Glória. Entretanto, embora essa visibilidade seja relevante, o modo como a instituição é representada, quando divulgada na mídia televisiva, também pode contribuir para reforçar a hipótese de que, normalmente, as instituições do terceiro setor atuam de forma meramente assistencialistas.

Por este motivo, este estudo tem como proposta analisar como a OSC ABC do Glória foi representada pelas emissoras Tv Universitária, Tv Integração e TV Band Triângulo nas sete reportagens em que a instituição foi apresentada desde a sua fundação até maio de 2021, quando o projeto desta pesquisa foi concluído.

3 TELEJORNALISMO E REPRESENTAÇÃO

Este capítulo abordará como é produzida a notícia dentro do telejornalismo, composta por elementos que, combinados, são capazes de produzir sentidos e criar representações de acordo com o interesse dos veículos de comunicação. Também serão contextualizadas as emissoras de televisão uberlandenses que noticiaram a OSC ABC do Glória, desde a sua fundação até o primeiro semestre de 2021, quando o projeto desta pesquisa foi realizado.

O capítulo tem como objetivo, primeiramente, detalhar os elementos de uma reportagem televisiva que serão utilizados durante as análises desta pesquisa, por se tratar de fundamentos específicos da área e que precisam ser destrinchados para garantir maior compreensão do estudo produzido. Além disso, o capítulo propõe uma discussão sobre como a mídia é capaz de reforçar alguns conceitos pré-estabelecidos, que nem sempre refletem, de fato, a realidade. Por fim, as emissoras de televisão locais serão apresentadas, a fim de contextualizar os veículos onde as reportagens da ABC do Glória foram exibidas, para entender como a OSC foi representado em cada uma delas.

3.1 Telejornalismo

A última pesquisa realizada no Brasil sobre Tecnologia da Informação e Comunicação (IBGE 2021) mostrou que, em 2019, 96,3% dos domicílios particulares permanentes possuíam televisão. A região que apresentou a menor proporção foi o Norte, com 91,6%. Em contrapartida, a pesquisa também revelou que o acesso à internet nesses domicílios era de 82,7%, caindo para até 38,4% em cidades do Norte.

Os dados comprovam que, embora a internet esteja cada vez mais ao alcance dos brasileiros, a televisão ainda é o meio de comunicação mais acessível no país, com uma audiência expressiva. Nesse sentido, as notícias veiculadas na televisão têm a oportunidade de atingir pessoas de diferentes classes sociais, idades, culturas, escolaridades e individualidades.

Por isso, a linguagem jornalística para televisão tem como principal característica a tradução de informações técnicas e complexas para se adequar à realidade de uma maioria de forma didática e mais justa. O Manual de Telejornalismo da Rede Globo entende essa prática como um processo pedagógico para que a informação chegue de forma clara ao telespectador:

Um dos grandes desafios do telejornalismo é a ‘tradução’ de informações técnicas, a apresentação de pacotes econômicos, a decifração de termos financeiros etc. Tanto o repórter – na hora de colher as informações – como o redator, na hora de escrever o off, a cabeça da matéria deve ser humilde o suficiente para perguntar, pesquisar e simplificar [...] É preferível sermos tachados de professorais por uma elite de escolarização a não sermos entendidos por uma massa enorme de telespectadores comuns. (REDE GLOBO, 1986, p. 23-24).

Muito além de traduzir a informação ao telespectador, a maneira como ela é transmitida também deve ser pensada. De acordo com Vera Irís Paternostro (1999), alguns detalhes devem ser atentados ao se fazer um texto para a televisão. Primeiramente, ele deve ser escrito para ser falado, ou seja, diferentemente dos textos para jornais impressos, no telejornalismo a informação será dita pelo jornalista e ouvida pelo telespectador.

De acordo com Paternostro (1999), para que isso seja feito de forma clara, outros fatores devem ser levados em conta, como usar frases curtas, palavras de fácil entendimento, fazer pausas, evitar rimas e cacofonias e buscar um ritmo para o texto. Além disso, segundo a autora, nas reportagens televisivas o texto deve ser formulado de forma objetiva com as informações fundamentais para transmitir determinada notícia. Nesse caso, a autora indica que se deve responder às seis perguntas clássicas do jornalismo: “Quem? O quê? Quando? Onde? Como? Por quê?”. Esses são os elementos fundamentais de toda notícia, conhecidos como “lide”.

Além de objetivo, também é crucial que o texto tenha relação com a imagem que é mostrada simultaneamente, afinal, a informação visual colabora para que a mensagem chegue com maior facilidade a mais pessoas. A combinação entre os dois sentidos, visão e audição, pode afetar as pessoas emocionalmente de uma forma muito maior do que utilizando apenas um deles.

Quando o telespectador liga a televisão para assistir ao telejornal ele quer saber as notícias, tomar conhecimento dos fatos através da imagem de tais fatos. Quando existe uma imagem forte de um acontecimento, ela leva vantagem sobre as palavras. Ela é suficiente para transmitir, ao mesmo tempo, informação e emoção. Não vamos ver aqui a imagem como uma espécie de rainha, uma soberana que se impõe aos seus súditos pela simples presença. Mas, vamos refletir em cima de algo que entra na casa das pessoas possibilitando-lhes a visão de uma realidade externa àquela em que vivem. E nesse contexto que entendemos as imagens no telejornalismo. (PATERNOSTRO, 1999, p. 72)

No entanto, para não haver redundância ou incoerência, o texto e a imagem devem se complementar. A preocupação no telejornalismo é fazer com que ambos caminhem juntos, sem competirem (PATERNOSTRO, 1999). O texto não pode vir apenas para descrever a imagem, nesse caso ele seria inútil. O papel da palavra é dar apoio à imagem.

Em uma reportagem televisiva, o texto, em formato de áudio, que acompanha a imagem é chamado de “off”. Nos offs, o repórter escreve algumas informações captadas por ele durante a gravação de uma notícia. Nesses trechos, o repórter não aparece, mas sua fala é coberta por imagens relacionadas ao assunto o qual está descrevendo. Geralmente, as reportagens começam com o off do repórter, a fim de contextualizar o assunto e explicar melhor para o telespectador do que se trata a matéria. Se for necessário, ao longo da matéria poderão ter outros offs.

Já que os offs são cobertos por imagens, a assinatura do repórter, ou seja, o trecho em que o rosto dele aparece na reportagem, é chamado de “passagem”. Ela não é obrigatória em todas as matérias, mas normalmente é gravada para que o repórter receba os créditos pelo trabalho realizado. Mais do que isso, ela também serve para acrescentar alguma informação em que não há imagens para cobrir, ou seja, não poderia ser produzido um off. Geralmente, a passagem é gravada quando o repórter ainda está onde a notícia em questão aconteceu, ou em um cenário neutro.

Mas além das informações transmitidas pelo repórter, seja nos offs ou na passagem, é imprescindível que ele dê oportunidade também para que as pessoas envolvidas no assunto da matéria possam contar a sua versão, durante as entrevistas. No telejornalismo, as entrevistas gravadas são chamadas de “sonoras”, termo utilizado nas redações. Muitas vezes, essas sonoras são muito longas e, para

que a matéria não fique muito extensa e cansativa, ou ainda para selecionar apenas um trecho que se encaixa mais ao assunto, ou à linha editorial de cada jornal, as sonoras são editadas, ou seja, são extraídos trechos dos depoimentos das pessoas entrevistadas.

Depois que a reportagem já foi editada na emissora, ela está pronta para ir ao ar. O texto que o apresentador fala ao chamar a matéria, para introduzir e anunciar o assunto é chamado de “cabeça”. Após a exibição da matéria, caso haja necessidade, pode ser adicionada uma “nota pé”, ou seja, uma informação falada pelo apresentador ao vivo para complementar o assunto ou trazer algum elemento que faltou ou que merece ser reforçado, como, por exemplo, o endereço ou telefone de contato de uma organização que foi citada durante a matéria.

Portanto, a chamada da matéria pelo apresentador, lide, off (texto do repórter), imagens que cobrem o off, passagem, sonoras e nota pé são elementos que compõem a reportagem televisiva e que serão levados em conta durante a análise das matérias escolhidas para esta pesquisa. A combinação deles produz determinados sentidos e contribui para que o poder da mídia televisiva seja tão grande no país. Os telejornais apresentam e representam a realidade aos brasileiros e colaboram para a construção de sua própria identidade como cidadãos (COUTINHO; MUSSE, 2010, p.2).

A televisão é mais do que um simples dispositivo de tecnologia que leva imagem e som aos telespectadores. [...] ela deve ser entendida como um produto cultural que surge no intermédio das relações construídas pelo público telespectador com os seus programas. Estes, portanto, funcionam como agentes de produção de sentido do mundo social. (BARBOSA, 2020, p.4)

A produção de sentido pode ser realizada de inúmeras formas dentro do telejornalismo. A combinação da escolha das imagens, palavras e trilhas sonoras, feita na edição da reportagem, pode promover sentidos completamente diferentes, de acordo com a intenção ou a linha editorial de cada programa. A partir disso, são formadas diversas representações dentro da mídia.

3.2 Representação midiática

De modo simplificado, as representações são formas de fixar e difundir a memória. Ada Silveira (2004) afirma que a representação se origina da ação de um sujeito que constrói uma imagem ao observar um objeto. Não se trata, portanto, da realidade em si, mas do resultado de um esforço para substituição da presença na ausência, com as implicações que isso pode causar.

Uma representação estabelece um anelo que atravessa as barreiras do espaço tempo. Toda representação nos concretiza algo, nos favorece com uma informação dirigida à nossa sensibilidade. A presença, pelo contrário, não pode exigir uma representação, posto que a representação substitui uma ausência e outras formas suas como uma lacuna, um lapso, um silêncio ou um desvanecimento. Daí, que a representação não necessita substanciar o que ainda se faz presença plena, atuando antes na atualização da memória. (SILVEIRA, 2004, p. 06)

A compreensão do termo “representação” está relacionada à ideia de produzir sentidos a partir de uma realidade, ou seja, “falar por” ou “falar sobre”, ou até interpretar algo por meio de símbolos como imagens, sons, textos, por exemplo. Simone Rocha (2008) descreve a representação como uma construção simbólica e intersubjetiva que auxilia os sujeitos a compreenderem o contexto em que vivem.

Uma combinação desses símbolos é proporcionada pela mídia durante a construção das narrativas. De acordo com Stuart Hall (2000), o modo como as histórias são explanadas e o discurso elaborado sobre elas podem, inclusive, influenciar na formação da identidade de um indivíduo, sendo a identidade caracterizada por Hall como as posições que o sujeito é obrigado a assumir, mesmo sabendo que elas são apenas representações.

Utilizo o termo “identidade” para significar o ponto de encontro, o ponto de sutura entre, por um lado, os discursos e as práticas que tentam nos “interpelar”, nos falar ou nos convocar para que assumamos nossos lugares como os sujeitos sociais de discursos particulares e, por outro lado, os processos que produzem subjetividades que nos constroem como sujeitos aos quais se pode “falar”. As identidades são, pois, pontos de apego temporário às posições-de-sujeito que as práticas discursivas constroem para nós (HALL, 2000, p. 111).

Para analisar as produções midiáticas, primeiro é preciso levar em conta que, muitas vezes, as pessoas ou comunidades são representadas na mídia de forma

estereotipada. De acordo com Freire Filho (2005), os estereótipos atuam como uma forma de impor um sentido rígido e inflexível de organização ao mundo social em prol da manutenção e da reprodução das relações de poder, desigualdade e exploração.

Embora Hall (2000) se refira à identidade como pontos de apego temporário, as representações, quando repetidas, acabam por gerar estereótipos. A partir disso, a produção de estereótipos pela mídia contribui para uma forma de controle social perigosa, pois contém julgamentos e pressupostos implícitos que podem ser disseminados a partir dos veículos de comunicação. Freire Filho (2005) ainda destaca os estereótipos como um sensível problema para o processo democrático, uma vez que demandam de cada cidadão uma opinião totalmente esclarecida sobre questões capitais da vida política e social.

A partir da linha editorial dos veículos midiáticos, são reproduzidos estereótipos de pessoas ou grupos, como resultados da forma como eles são representados. Essa pode ser uma estratégia ideológica para manter ou criar identidades. Os estereótipos “visam a naturalizar, universalizar e legitimar normas e convenções de conduta, identidade e valor que emanam das estruturas de dominação social vigentes” (FILHO, 2004, p. 48). Como exemplo de um estereótipo, o autor cita a justificativa criada para manter um preconceito racial:

Estereótipos, por exemplo, sobre a predisposição natural dos negros para atividades físicas (trabalhos braçais ou, na melhor das hipóteses, esportes e dança), em detrimento de tarefas e ocupações intelectuais, almejam explicar e justificar sua escassa presença nos níveis superiores de ensino, em sociedades cuja ideologia oficial é a democracia racial. (FILHO, 2005, p. 22)

É preciso, então, primeiro problematizar que as instituições de poder acabam produzindo os próprios sujeitos e, depois, se propõem a representá-los a partir de critérios que são previamente determinados. Ou seja, pressupõe-se que exista algo anterior que deve ser materializado, pré-definido por interesses e disputas de poder.

Portanto, fica evidente que a disseminação de estereótipos por parte da mídia confere à sociedade consequências negativas, pois pode contribuir para reforçar conceitos pré-definidos. Naturalizar narrativas estereotipadas é uma forma de

contribuir para reforçar o *status quo* de uma sociedade injusta e que não garante espaço para histórias e individualidades diferentes das já estabelecidas.

No contexto da representação midiática, a televisão é o meio de comunicação mais abrangente e que consegue atingir mais pessoas, portanto, atua como um importante dispositivo de configuração do real. Rocha (2008), afirma que a televisão oferece uma grande dimensão do social, pois dá a ver muitas realidades distintas. Mais do que isso, a televisão assume um papel importante uma vez que, ainda de acordo com a autora, “as narrativas televisivas são vistas como recursos simbólicos capazes de orientar a formulação de representações e identidades que definem o modo como os sujeitos são percebidos e avaliados mutuamente”. (ROCHA, 2008, p. 89).

Dessa forma, é preciso ressaltar que, embora a televisão ofereça recursos como imagens, sons e textos para apresentar realidades distintas, ainda se trata de construções simbólicas e não da realidade em si. Em toda construção do conteúdo televisivo, os elementos são articulados na edição para atender a interesses específicos de quem detém o poder da informação. No caso da televisão, os interesses são diferentes de acordo com cada emissora.

Uma vez que esta pesquisa tem como proposta analisar a representação da OSC ABC do Glória pelas emissoras de televisão uberlandenses, a seguir serão apresentadas as emissoras sediadas na cidade, com destaque para as que veicularam materiais exibindo a instituição.

3.3 Emissoras de televisão de Uberlândia

Em Uberlândia há sete emissoras de televisão nos canais abertos. São elas: TV Integração, afiliada à Rede Globo; TV Band Triângulo, emissora própria do grupo Bandeirantes; TV Universitária, afiliada à TV Cultura; TV Paranaíba, afiliada à Record; TV Vitoriosa, afiliada ao SBT; TV Mais, afiliada à Rede TV e a TV Câmara, integrada à Rede Legislativa de Rádio e TV.

Destas emissoras, apenas três veicularam matérias sobre a OSC ABC do Glória: Tv Universitária, Tv Integração e TV Band Triângulo. Por este motivo, apenas essas foram contextualizadas neste estudo.

3.3.1 TV Universitária

A Fundação Rádio e Televisão Educativa de Uberlândia - RTU teve sua criação no dia 28 de janeiro de 1988, credenciada pelo Ministério da Educação (MEC) e pelo Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações (MCTIC). Afiliada à TV Cultura, a Tv Universitária pode ser assistida pelo canal quatro, no sinal aberto, pelo canal cinco no sinal à cabo e também pode ser acompanhada ao vivo pelo site tvuniversitaria.ufu.br. Com sede no Bloco 1S do campus Santa Mônica, da Universidade Federal de Uberlândia, a RTU tem como principal característica ser uma emissora sem fins lucrativos.

De acordo com o Art.4º do Estatuto³ de sua formação, “A Fundação, sem finalidade lucrativa, tem por objetivo produzir e veicular programas de rádio e televisão educativos, contribuindo para a melhoria da educação e cultura”. Dessa forma, a instituição atende a requisitos pré-estabelecidos como, por exemplo, divulgar programas educativos e eventos da própria universidade, dar suporte à produção científica e acadêmica, proporcionar estágios para os alunos, entre outros.

A programação jornalística é composta por um telejornal local, pautado na veiculação de materiais que fornecem apoio à Universidade Federal de Uberlândia. O Jornal da UFU é exibido de segunda à sexta-feira, às 19h, com a duração de 30 minutos. Cada programa tem um tema específico, como por exemplo, eleições, obesidade, balanço de economia, janeiro branco, etc. Também há sempre um entrevistado sentado à bancada junto ao apresentador para debater a respeito do tema do dia.

Além do tema central, no início do programa também são trazidas algumas notas e reportagens acerca de outros assuntos, principalmente temáticas educativas ou que servem como prestação de serviço à comunidade.

3.1.2 TV Integração

Em 1964, foi fundada a Tv Triângulo que, em 1971, se tornaria a primeira emissora afiliada à Rede Globo. Operando no canal 8, a Tv Integração tem sua sede

³ O estatuto pode ser acessado em:
http://www.rtu.ufu.br/sites/rtu.ufu.br/files/media/document/estatuto_fundacao_rtu_junho2017.pdf.

em Uberlândia, na Rua Rio Grande do Norte, 1069, no Bairro Umuarama. A emissora possui três telejornais locais, que são inseridos entre a programação nacional da Rede Globo.

O primeiro é o Integração Notícia, exibido das 8h às 8h30, com o intuito de transmitir as primeiras informações do dia, voltado para informar serviços como programação de cursos e oportunidades de trabalho na região. Utiliza-se muito de participações ao vivo dos repórteres para que a informação seja apresentada de forma mais dinâmica e atualizada.

Mais tarde, entre 12h e às 13h, é exibido o MGTV 1ª edição e entre 19h10 e 19h35, o MGTV 2ª edição. O primeiro é mais focado na comunidade, para informar, orientar e responder às principais reclamações e questionamentos do público que procura a tv, como problemas de bairros e dúvidas sobre vacinação. Operações policiais, serviços, política, o dia a dia da cidade são pautas do MG1. Já o segundo traz um resumo do dia do que aconteceu na região, com desdobramentos, se houverem. Também é um jornal mais rápido e dinâmico.

3.3.1 TV Band Triângulo

Fundada em 2009, a Tv Band Triângulo é sintonizada no canal 12 e pertence ao Grupo Bandeirantes de Comunicação. Possui sede em Uberlândia, na Av. Rondon Pacheco, 3159, Bairro Lídice. Atualmente, conta com quatro programas jornalísticos locais exibidos ao vivo de segunda à sexta-feira, entre a programação nacional da TV Bandeirantes.

O primeiro do dia é o Bora Minas, transmitido entre as 7h e as 8h da manhã, que tem como intuito a prestação de serviço à comunidade, trazendo oportunidades de emprego, capacitações, eventos culturais, além de algumas notícias envolvendo assuntos policiais.

O segundo programa é exibido das 12h30 às 14h. Com caráter mais comunitário e sensacionalista, o Minas Urgente denuncia problemas locais, cobra respostas de órgãos públicos, traz notícias de criminalidade e também algumas de prestação de serviço.

Entre as 16h e as 17h, vai ao ar o Brasil Urgente, com destaques primordialmente da segurança pública da região e como marca a denúncia da criminalidade a partir do sensacionalismo. Por fim, das 18h50 às 19h20, o Band Cidade apresenta um resumo das principais notícias do dia na região. O programa é mais curto, sem tempo para comentários ou matérias muito longas.

Além dos quatro telejornais, a Band Triângulo também produz o Band Entrevista, de 30 minutos e exibido aos sábados. O programa é gravado e, a cada semana, os apresentadores da emissora se revezam para entrevistar especialistas e representantes de órgãos públicos para debater temas escolhidos.

Nessas três emissoras descritas, a ABC do Glória foi veiculada sete vezes. A primeira foi exibida em 26/06/2019 pela TV Universitária em 4min09 de duração e foi feita pela repórter Isabella Rodrigues. Para facilitar a diferenciação das matérias analisadas e já transmitir uma ideia do que tratam, foi escolhido um título a cada uma. Essa primeira será identificada como “ABC do Glória como instituição que surgiu na UFU”.

A segunda matéria exibida ganhou o título de “Dia das crianças no Glória” e foi exibida pela Tv Integração no dia das crianças de 2019. Ela possui 2min09 de duração e foi feita pela repórter Gabriela Almeida. Em seguida, a terceira reportagem descrita foi exibida pela Band Triângulo no dia 20/04/2020, possui 2min14 e foi elaborada pelo repórter Carlos Vilela. À ela foi atribuído o título de “Instituições sociais são afetadas pela pandemia”.

Também exibida pela Band Triângulo, a quarta matéria possui 5min24 de duração, foi feita pelo repórter Érico Gabriel e exibida em 30/06/2020. Ela recebeu o título de “Campanha do agasalho da Band”. Já a quinta reportagem detalhada possui o título “Campanhas de natal de instituições sociais” e foi exibida pela TV Integração em 2min49. Produzida pelo repórter Fábio Melo, ela foi ao ar em 24/11/2020.

A penúltima matéria descrita foi a “Campanha Band contra a fome”, exibida na TV Band Triângulo em 29/03/2021. Feita pelo repórter Leonardo Patrus, ela possui 2min40 de duração. Por fim, “Cartões digitais são entregues à comunidade do Glória” é a última matéria analisada, exibida pela TV Integração em 26/04/2021. Ela foi feita pela repórter Valéria Almeida e possui 4min24 de duração.

Todas as reportagens serão descritas a fim de analisar como a ABC do Glória foi representado pela mídia televisiva de Uberlândia. A metodologia para chegar aos resultados da pesquisa será apresentada a seguir.

4 ABC DO GLÓRIA NA MÍDIA TELEVISIVA DE UBERLÂNDIA

A fim de analisar como o terceiro setor, em especial a OSC ABC do Glória, é representado pela mídia televisiva de Uberlândia, a presente pesquisa é aplicada e descritiva, caracterizando e discutindo a realidade. De acordo com Gil (2002), este tipo de pesquisa tem como objetivo descrever particularidades de determinada população ou fenômeno. Além disso, não há intenção de interferir ou alterar as informações obtidas com a pesquisa.

Quanto ao procedimento do trabalho, a pesquisa tem caráter documental pois analisou as matérias produzidas e exibidas pelos telejornais uberlandenses, sobre a OSC ABC do Glória. Ademais, a pesquisa é de natureza qualitativa, uma vez que independe de análise de estratégias envolvendo estatísticas e pauta-se na observação, reflexão e interpretação para seu desenvolvimento (GIL, 2002). O trabalho também se caracteriza como sendo de laboratório, posto que não se apoiará em entrevistas e investigações a campo.

Para cumprir os objetivos, o estudo teve como base a análise crítica e dialética, buscando contradições na forma como a realidade está posta e realizando questionamentos para levantar uma discussão acerca da inquietação que motivou a pesquisa. O trabalho também se apoia no método dialético, que se baseia em debater contradições e reconhece “[...]a dificuldade de se apreender o real, em sua determinação objetiva, por isso a realidade se constrói diante do pesquisador por meio das noções de totalidade, mudança e contradição” (DINIZ; SILVA, 2008).

Nesse sentido, pretende-se, a partir de uma ótica dialética, identificar contradições para analisar como a instituição ABC do Glória é representada e de que maneira ela se torna, ou não, um critério de noticiabilidade para ocupar um espaço na programação das emissoras. Assim, a pesquisa leva em conta a compreensão dialética de que, assim como preconiza Konder (1981), não há, de fato, solução para o problema analisado. Trata-se de uma prática que propõe promover questionamentos e levantar contradições sobre o modo de pensar a realidade em que vivemos, apoiando-se também nas questões que não estão explícitas.

A análise da pesquisa é realizada no universo dos telejornais uberlandenses, tendo como objeto de estudo as reportagens que abordaram a OSC ABC do Glória. Foram selecionados todos os materiais televisivos em que a instituição foi pauta desde a sua fundação até maio de 2021, quando o projeto desta pesquisa foi concluído. Isso representa um total de sete reportagens.

Essas matérias foram exibidas nos programas Minas Urgente, Bora Minas e Band Cidade, da Tv Band Triângulo; MGTV 2ª edição, exibido pela TV Integração; e Jornal da UFU, pertencente à TV Universitária. A partir delas, foi possível levantar uma discussão sobre quais fontes foram escolhidas para as entrevistas, quais assuntos foram abordados e quais ficaram de fora, o que motivou essas reportagens, quais imagens foram usadas, o tempo de cada material, entre outros fatores.

É preciso destacar que essas reportagens fazem parte do clipping realizado durante minha participação na área do Marketing da ABC do Glória, ou seja, um serviço de recortes e arquivos das matérias que foram exibidas em jornais, para que fizessem parte do acervo da própria instituição. Por este motivo, em algumas reportagens, a cabeça da matéria não está mais disponível, assim como a data exata em que ela foi exibida.

A partir do aparato teórico, foi possível então, realizar uma análise crítica, mas utilizando o método dialético, partindo da hipótese formulada de que, normalmente, a OSC ABC do Glória é representada pela imprensa televisiva de Uberlândia a partir do imaginário social de que as instituições do terceiro setor são meramente assistencialistas quando, na realidade, o objetivo é suprir uma demanda existente, visto que as políticas públicas não chegam com eficiência às comunidades mais vulneráveis.

4.1 Primeiras análises

As sete reportagens analisadas foram descritas abaixo em ordem cronológica da exibição. Após as apresentações de cada matéria decupada, são feitas análises descritivas acerca de como a ABC do Glória foi representada para, então, realizar uma comparação de todas elas, de forma a identificar o que foi predominante, o que

se destacou em algumas e se a hipótese de que, normalmente, a ABC do Glória é representada a partir do imaginário social de que as instituições do terceiro setor são meramente assistencialistas foi reforçada ou não.

4.1.1 Reportagem 1⁴

Imagem 1 – Print da reportagem 1



Fonte: Arquivo pessoal

- título: ABC do Glória como instituição que surgiu na UFU
- tempo de exibição: 4min09.
- data: 26/06/2019
- emissora: TV Universitária

No clipping desta reportagem não foi incluída a cabeça da matéria. Também não há, neste vt, tarja com caracteres em tela.

Quadro 1 – Roteiro da Reportagem 1

	Texto	Imagens
Sonora	Maísa Fernandes (7 anos): Hoje eu estou aqui pra mostrar mais um vídeo de	Maísa em frente a uma parede da ABC do Glória

⁴ A reportagem 1 pode ser assistida no formato audiovisual no seguinte link:
<https://drive.google.com/file/d/1iLhAz79nCHcXKI7RqTPA65JPhEoqkIvs/view?usp=sharing>.

	coração das tia... das tia ou das mãe ou dos pai.	
Trilha sonora		Cenas de dentro da biblioteca da ABC do Glória; um coração escrito "dia do amor"
Voluntária	Você ama alguém, alguma coisa?	Wudson em frente ao coração escrito "dia do amor".
Sonora	Wudson Azevedo e Silva (12 anos): Sim	Wudson em frente ao coração escrito "dia do amor".
Voluntária	O que?	Wudson em frente ao coração escrito "dia do amor".
Sonora	Minha avó	Wudson em frente ao coração escrito "dia do amor".
Off 1	Amor é o principal combustível do ABC do Glória, projeto socioeducativo desenvolvido pelo Centro Universitário de voluntariado da UFU (CVU), que também tem parceria com mais 18 ONGs. A presidente do CVU, Isabella Martins, conta que o ABC foi criado em 2015, a partir de uma proposta da própria comunidade do Glória, do bairro Elison Prieto.	Logo da ABC do Glória; Logo do CVU; imagens de voluntários e beneficiários da ABC do Glória dentro da biblioteca; Isabella e Amanda sentadas em uma mesa na UFU.
Sonora	Isabella Martins (Presidente CVU-UFU): a gente entrou lá participando de reuniões de associação da comunidade, estando lá mesmo. Então a gente não chegou lá... "aí vamos fazer um projeto aqui, querendo já colocar tudo em prática". Não, foi um processo não muito demorado, mas feito com muita cautela e com muito cuidado. Então a gente chegou, primeiro conheceu as crianças, conheceu a comunidade e viu a demanda, né? O que que cês tão precisando? Tá precisando de um grupo para adultos? Tá precisando de um, de um projeto para crianças? Então a gente viu que era um projeto que devia ser destinado pra crianças e adolescentes, de cunho cultural, educativo, artístico, né?	Isabella sentada em uma mesa na UFU.

Off 2	Amanda de Souza também faz parte do CVU e explica que as atividades do ABC do Glória acontecem nos finais de semana e incluem oficina sobre diversos assuntos.	Amanda sentada em uma mesa na UFU.
Sonora	Amanda de Souza (membro do CVU-UFU): a gente tá lá todo sábado e domingo. No sábado a gente recebe cerca de 130 crianças e a gente leva atividades socioculturais e educativas pra essas crianças. A gente tenta levar diversas oficinas. Esse mês, por exemplo, foi no dia cinco de junho foi dia mundial do meio ambiente, então a gente levou uma oficina mais voltada pro meio ambiente: como separar o lixo, como fazer a compostagem, como que a gente respeita mesmo ambiente que a gente está inserido.	Amanda sentada em uma mesa na UFU.
Off 3	A sensação de acolhimento por parte da comunidade é algo sempre presente para os voluntários. Por causa disso, para Amanda e para a Isabela, estar no ABC do Glória e no CVU tem agregado não só aprendizado, mas também muita alegria.	Crianças pintando e brincando dentro da biblioteca
Sonora	Amanda Souza (membro do CVU-UFU): eu aprendi muito a lidar, acho que com pessoas... A gente lida com vários tipos de pessoas quando a gente tá nesse ramo. Eu aprendi muito a ter mais proatividade, a saber liderar mais... Eu aprendi a ter mais empatia, ser mais empática, a olhar as pessoas com respeito e com carinho e dentro do ABC do Glória eu acho que eu aprendi a como ouvir as crianças, que a gente às vezes, a gente acha que criança não entende nada e a gente não tem nada aprender com elas, mas eu acho que criança é um ser sensacional.	Amanda sentada em uma mesa na UFU.

Sonora	Isabella Martins (Presidente CVU-UFU): como as crianças criaram né conosco uma relação muito vincular, né? Foram vínculos muito fortes que a gente criou de mão dupla. Então, eu aprendi muito com elas, eu aprendo muito com elas, da mesma forma que elas aprendem muito com o nosso projeto. E a comunidade, hoje em dia a gente é tratado com o maior, assim... respeito e admiração né. Então se tem uma festa que a gente faz, a comunidade a primeira ajudar, a primeira tá lá, amparando a gente. E no começo tinha né vários olhares diferentes. "Ah, quem são esses universitários?" né dessa posição mais... com um pezinho atrás né, mas hoje em dia a gente tá muito junto, então se tem um problema no ABC a gente lida junto com eles, se tem um problema na comunidade a gente se desdobra para tá acolhendo, porque o projeto não tá só lá, né. Não é só na sede que acontecem as coisas. Acontecem coisas no cotidiano das crianças e a gente quer tá lá pra.. pra, pra ajudar e pra tá junto com elas nessas necessidades.	Isabella sentada em uma mesa na UFU; fotos tiradas em eventos da ABC do Glória.
Trilha sonora		Crianças dentro da ABC do Glória.
Voluntária	O que que é amor?	
Sonora	Eduardo Sousa Bispo (12 anos): é alegria, paixão, poesia.	Eduardo em frente coração escrito "dia do amor".

Fonte: Elaborada pela autora

- ANÁLISE: A reportagem tem início com vídeos e imagens de crianças que participam da ABC do Glória, cedidos pela instituição com atividades da instituição. É colocada uma trilha sonora em um trecho, o que contribui para que o telespectador fique mais sensibilizado com o assunto. Primeiramente, a OSC é apresentada no off 1, em que é mencionada a fundação da instituição pelo "Centro Universitário de Voluntariado da UFU". No entanto, o CVU não é um projeto da UFU, mas aberto a todos os universitários que se interessarem.

Em seguida, uma sonora da Isabella Martins (Presidente CVU-UFU), em que explica a criação da ABC do Glória a partir de um processo de conhecimento da

comunidade e entendimento das demandas do espaço. Nesse caso, a repórter deixa que a própria presidente do CVU definisse a ABC, uma vez que participou da sua criação. Em outra sonora, Amanda de Souza (membro do CVU-UFU) explica um pouco as atividades socioculturais e educativas que são realizadas pela OSC, um ponto importante para revelar qual é o intuito primordial da organização.

O off 3 discorre sobre a relação dos voluntários da instituição com a comunidade do Glória em geral, para além das crianças que participam das atividades da instituição. Para isso, são apresentadas sonoras bem grandes das voluntárias, mas que são cobertas com poucas imagens das atividades desenvolvidas pela ABC. Por fim, a trilha sonora é retomada e mais algumas imagens das crianças no Glória são utilizadas para encerrar a reportagem de forma mais sensível.

Verifica-se que as duas entrevistas foram feitas na UFU e a equipe de reportagem não foi até o Glória para representar a instituição em pauta. Todas as imagens utilizadas foram cedidas pela OSC. Dessa forma, a aproximação da repórter com o objeto que é tratado na matéria fica comprometida e informações que poderiam ser acrescentadas a partir da experiência de estar na comunidade não são fornecidas no VT.

Apesar disso, o intuito da reportagem foi reforçar que a ABC do Glória é uma organização desenvolvida por alunos da UFU, já que foi produzida pela TV Universitária. Esta é a única reportagem analisada que se propõe a mencionar a ABC para falar do trabalho realizado pela instituição, entender como a instituição foi criada e quais são seus objetivos. Nas outras matérias que compõem este estudo, a ABC foi um pano de fundo para abordar alguma campanha ou ação específica.

No entanto, embora o caráter assistencialista da OSC não tenha sobressaído na matéria, uma vez que os objetivos reais da instituição foram mostrados, a ABC do Glória não é o sujeito principal desta reportagem e fica em segundo plano. Na realidade, a matéria tem como foco os estudantes da UFU que desenvolveram um projeto social, levando em conta que foi veiculada em uma emissora ligada à própria universidade. Isso fica nítido porque a equipe de reportagem não foi até o Glória mostrar a realidade do bairro, não conversou com beneficiários da instituição ou

propôs uma reflexão sobre os motivos da OSC atuar naquele ambiente. A impressão é que a produção da reportagem seguiu apenas um release cedido para a repórter, ou seja, um material informativo distribuído à imprensa, para divulgação de um fato, sem que houvesse um tratamento jornalístico.

4.1.2 Reportagem 2⁵

Imagem 2 – Print da reportagem 2



Fonte: Arquivo pessoal

- título: Dia das crianças no Glória
- tempo de exibição: 2min09
- data: 12/10/2019
- emissora: TV Integração

⁵ A reportagem 2 pode ser assistida no formato audiovisual no seguinte link:
<https://drive.google.com/file/d/1Wuc9kTbuqj500RhPF1XtHbYCDr6zsdhj/view?usp=sharing>.

Quadro 2 – Roteiro da Reportagem 2

	Texto	Imagens
Cabeça	E em Uberlândia, as crianças que moram no assentamento do Glória ganharam uma festa organizada pelo projeto o ABC do Glória, que é mantido pela ONG Centro de Voluntariado Universitário.	Apresentadora Livia Zanolini no estúdio.
Off 1	Tava tudo do jeito que a criançada gosta. Tinha cachorro-quente, algodão-doce, pipoca. Também teve pintura de rosto e outras opções pra elas se divertirem. Afinal, é isso que se faz no dia de hoje, né?	Festa acontecendo em uma rua do Bairro Élisson Prieto.
Repórter	O que que cê já fez até agora?	João Vitor em pé, ao fundo pessoas passando na festa.
Sonora	João Vitor dos Santos Rosa (8 anos): Comi, só faltam os brinquedos.	João Vitor em pé, ao fundo pessoas passando na festa.
Off 2	Como dia 12 de outubro caiu num sábado, as atividades foram especiais.	Imagens abertas da festa.
Sonora	Isabella Martins (coordenadora do projeto): A gente acredita que quando a gente leva festa, coisas diferentes, comida diferente, brincadeira diferente, pessoas diferentes pra crianças do nosso projeto, elas sentem nosso carinho e nosso amor e podem levar isso aí para o mundo.	Isabella em pé e ao fundo a entrega de algodão doce na festa.
Off 3	São 130 crianças e adolescentes cadastradas no projeto. Mas muitas outras foram para festa e fizeram bonito ao mostrar que sabem se divertir em grupo.	Palhaço brincando com as crianças; meninos pulando na cama elástica.
Sonora	Emily Gomes (6 anos): Tem que divertir, tem que brincar, não pode falar que não pode, que não pode, que não quer seus amigos. Eu amo ser criança.	Emily dentro de uma piscina de bolinhas.
Passagem	E além de brincar, toda criança gosta também é de ganhar um brinquedo. Por isso, hoje, na festa também teve a distribuição para aquelas que fazem parte do ABC do Glória e também para as crianças que moram aqui no bairro.	Em frente à cama elástica em que crianças estão pulando.

Sonora	Isabella Martins (coordenadora do projeto): A gente divulga o que a gente está precisando. “ah.. de refrigerante, de brinquedo, de material escolar...” e a gente tem uma visibilidade muito boa, então a gente sempre consegue.	Presentes embrulhados; Isabella em pé e ao fundo uma fila para pegar algodão doce.
Off 4	Além dos brinquedos, outras surpresas vinham dos palhaços... Podia ser doce ou lembrancinha. A Maísa tirou uma boneca.	Palhaço brincando com as crianças; Maísa com uma boneca.
Sonora	Maísa do Rosário (8 anos): Dia das crianças é especial porque a gente pode fazer várias coisas.	Maísa em pé em frente de uma pilha de tijolos.
Repórter	Ser criança é bom?	Maísa em pé em frente de uma pilha de tijolos.
Sonora	Maísa do Rosário (8 anos): É	Maísa em pé em frente de uma pilha de tijolos.
Repórter	Por quê?	Maísa em pé em frente de uma pilha de tijolos.
Sonora	Maísa do Rosário (8 anos): Porque a gente pode brincar, ficar sem fazer nada.	Maísa em pé em frente de uma pilha de tijolos.
Off 5	Não é só você, Maísa. São muitos os que querem. E olha... Podemos sim continuar sendo crianças.	Voluntários pintando o rosto de crianças; meninos pulando na cama elástica.
Sonora	Maria da Conceição Araújo (dona de casa): Eu brinco muito com as crianças lá da rua. (risada). Brinco muito de bola, levo meu netinho para brincar na quadra. É muito bom para gente, não é? se sentir criança.	Maia da Conceição em pé, em frente a um muro.
Tarja com caracteres em tela	Festa das crianças - Projeto da UFU realiza atividades no Glória, em Uberlândia	

Fonte: Elaborada pela autora

- **ANÁLISE:** Nesta matéria, o intuito foi falar sobre o dia das crianças e como foi a data para as crianças da comunidade do Glória. Porém, a OSC ABC do Glória não foi o foco principal, mas participou à medida em que foi mostrada a festa realizada pela instituição para todos os moradores do Glória, não só para os beneficiários da OSC.

Primeiramente, são mostrados alguns dos itens que foram disponibilizados na festa. Em seguida, a sonora da Isabella Martins traduz o que significam as festas na

ABC: momentos de criação de vínculos com as crianças e para proporcionar atividades diferentes das que elas estão acostumadas, pelo fato de não terem acesso a esses itens com facilidade.

A realidade em que as crianças do Glória estão inseridas, no entanto, não ficou bem explícita, uma vez que os textos (sonoras e offs) só falam sobre a festividade e a alegria das crianças por estarem se divertindo, mas não aborda as razões pelas quais uma festa daquela significa tanto para crianças que vivem em comunidades como o Glória.

Em seguida, na passagem, a repórter menciona a entrega de brinquedos na festa, mas essa entrega, em momento algum da matéria, foi mostrada. Após, na sonora com Isabella, coordenadora do projeto, fala-se sobre as campanhas que a instituição realiza com o objetivo de conseguir arrecadações para as festas.

Por fim, as sonoras com Maísa e com Maria da Conceição encerram a matéria falando sobre as vantagens de ser criança e de brincar. Mais uma vez, o fato de ser criança em uma comunidade onde falta infraestrutura básica não é levado em conta, apenas a visão romantizada dessa realidade.

Nesse sentido, nesta matéria, a ABC do Glória apenas foi citada como provedora de uma festa para crianças no dia 12 de outubro. Em nenhum momento foi mostrado o intuito do projeto ou as razões pelas quais ele se faz presente.

4.1.3 Reportagem 3⁶

Imagem 3 – Print da reportagem 3



Fonte: Arquivo pessoal

- título: Instituições sociais são afetadas pela pandemia
- tempo de exibição: 2min14
- data: 20/04/2020
- emissora: TV Band Triângulo

Quadro 3 – Roteiro da Reportagem 3

	Texto	Imagens
Cabeça	E olha, várias organizações não governamentais que já normalmente fazem trabalho de apoio a famílias carentes precisam mais do que nunca da solidariedade de todos nós. Qualquer auxílio é útil.	Apresentador Victor Albergaria no estúdio.

⁶ A reportagem 3 pode ser assistida no formato audiovisual no seguinte link:
https://drive.google.com/file/d/1QnmxnS-4sDd2_7JRkwUMFwOnF8holsvv/view?usp=sharing.

Off 1	Ficar em casa pra muita gente é ficar sem nenhuma fonte de renda. Famílias que já viviam em situação de isolamento e vulnerabilidade social depende de ações solidárias como as que são desenvolvidas pelo ABC do Glória, uma ONG que atende 130 crianças e adolescentes com atividades socioeducacionais. E o que é mais importante: com alimentação diária. Sem o acesso às atividades por conta da quarentena, o ABC do Glória pede socorro.	Fotos de voluntárias e beneficiários da ONG Ação Moradia recebendo doações.
Sonora	Clébia Costa (ABC do Glória): Iniciamos nossa ação com a distribuição de cestas básicas para família ABC. Com o apoio do grupo Juntos por Uberlândia, da sede através do Instituto Doar. Diante da nossa iniciativa, fomos demandado por várias famílias, que vivem ali, no entorno do nosso projeto, razão pela qual estamos ampliando a nossa campanha, para ter um alcance maior dentro da nossa comunidade. Junta-se a nós nesse momento, o grupo SOS Elisson Prieto e nós continuamos com a nossa campanha nas nossas redes. Venha fazer parte dessa corrente de solidariedade e amor. Acesse ABC do Glória no Instagram ou no Facebook e saiba como participar.	Vídeo da voluntária gravado em casa, com um sofá ao fundo.
Off 2	Não é diferente a situação de outra Organização não governamental em Uberlândia, que atende a 660 pessoas, 234 delas crianças e adolescentes da região do Morumbi, Dom Almir e outros bairros do setor. A Ação Moradia também atua em frentes de apoio às famílias em vulnerabilidade social com atividades educacionais, mas também de socorro imediato na alimentação. Segundo a psicóloga social da ONG, as primeiras doações de emergência impostas pela quarentena já começaram ser repassadas às famílias. Qualquer pessoa pode fazer a doação do que tiver disponibilidade. A campanha está aberta a toda a comunidade através das redes sociais.	Fotos de voluntárias e beneficiários da ONG Ação Moradia recebendo doações; Voluntária Isabella conversando; Texto escrito na imagem: "INSTAGRAM: ACAOMORADIA, FACEBOOK: AÇÃO MORADIA UBERLÂNDIA".

Sonora	Isabella Martins (psicóloga da Ação Moradia) ⁷ : a gente soltou nas nossas redes sociais contas que as pessoas podem depositar o dinheiro que é o valor de uma cesta básica e o valor de um kit higiene ou elas podem doar a cesta ou kit a gente vai buscar ou pode deixar lá na instituição para a gente.	Voluntária Isabella com um carro ao fundo; Texto escrito na imagem: "INSTAGRAM: ACAOMORADIA, FACEBOOK: AÇÃO MORADIA UBERLÂNDIA".
Tarja com caracteres em tela	Solidariedade na pandemia - ONGs pedem apoio para ajudar necessitados durante isolamento	

Fonte: Elaborada pela autora

- **ANÁLISE:** É preciso destacar, primeiramente, que a ABC do Glória não foi, de fato, representado nesta reportagem, uma vez que, enquanto os offs falavam sobre a OSC, as imagens mostradas eram da ONG Ação Moradia. Também não houve a aproximação do repórter com a instituição, pois, ele não foi até a sede da OSC, no bairro Élisson Prieto. Ou seja, a ABC do Glória não foi mostrada em nenhum momento nas imagens.

Além disso, enquanto o repórter apresenta a ABC, no off 1, são mostradas apenas imagens de voluntários recebendo doações, que, mesmo se fossem de voluntários da instituição correta, não representariam o que está sendo dito, uma vez que o texto está falando sobre famílias que viviam em situação de isolamento e vulnerabilidade social.

Ainda no off 1, o repórter afirma que a ação mais importante desenvolvida pela ABC do Glória é a distribuição de alimentos diariamente aos beneficiários, o que não condiz com os objetivos e ações da instituição, que na realidade, oferece oficinas socioculturais e educativas e, apenas durante a pandemia, distribuiu cestas básicas mensalmente, levando em conta o contexto socioeconômico provocado pelo Coronavírus.

A sonora da Clébia Costa, voluntária da ABC, foi feita a partir de um vídeo gravado por ela mesma, em sua casa, a pedido da emissora, discorrendo apenas sobre a campanha. Nesse sentido, no único espaço que foi conferido à instituição

⁷ Além de participar da ABC do Glória, Isabella Martins também trabalha na ONG Ação Moradia e, por isso, é creditada de formas diferentes nas matérias.

também não foram apresentadas as ações que a OSC desempenha na comunidade do Glória.

O restante da matéria é dedicado à ONG Ação Moradia, que também não teve suas atividades representadas, uma vez que o off 2 foi coberto pelas mesmas imagens de quando se falou da ABC do Glória e que não condizem com as informações faladas no texto, pois mostram voluntários recebendo doações, enquanto o texto fala sobre famílias atendidas e atividades educacionais.

A cabeça e a tarja da matéria também reforçam, mais uma vez, a ideia de solidariedade com as instituições, pedindo “qualquer auxílio” para ajudar “necessitados”.

4.1.4 Reportagem 4⁸

Imagem 4 – Print da reportagem 4



Fonte: Arquivo pessoal

- título: Campanha do agasalho da Band
- tempo de exibição: 5min24
- data: 30/06/2020
- emissora: TV Band Triângulo

⁸ A reportagem 4 pode ser assistida no formato audiovisual no seguinte link:
https://drive.google.com/file/d/1iQS_8KILjEyA_uiBFeyxa9eAtayNLpRP/view?usp=sharing.

Quadro 4 – Roteiro da Reportagem 4

	Texto	Imagens
Cabeça	A campanha do agasalho continua aqui na Band Triângulo. Algumas pessoas que precisam das doações receberam esses cobertores, né? E nós fomos já entregar, já entregar, porque não fica parado não. O frio tá passando. E ó, essa noite passada fez 14, pra nós aqui já é muito grande, né? 13 graus. É muito frio pra nós aqui no Triângulo Mineiro. Vamo vê aqui a matéria, veja só.	Apresentador Amarildo Maciel no estúdio.
Off 1	Acolher, envolver, apertar, abraçar. Um abraço amigo, para aquecer quem passa frio. Esse é o objetivo da Band Triângulo em promover a campanha do agasalho.	Arte animada mostrando roupas indo para uma caixa; presentes dentro de um carro.
Sonora	Alessandra Valadares (diretora executiva da Band): é um papel importante do veículo de comunicação e a Band não podia deixar de contribuir mais um ano, a gente tá na sétima edição da campanha do agasalho e dentro de um, de um momento mais difícil ainda, né? que é essa pandemia, que a gente precisa ajudar, precisa contribuir.	Alessandra, ao fundo a Avenida Rondon Pacheco.
Passagem	Esta é a sétima edição da campanha do agasalho da Band Triângulo. Em 2020, mais de mil peças serão doadas e serão distribuídas em projetos que acolhem pessoas em situação de vulnerabilidade social.	Repórter parado. Ao fundo, o Bairro Élisson Prieto.
Sonora	Isabella Martins (coordenadora do projeto): então essas blusas, roupas de frio, alimentos... principalmente as roupas de frio agora nesse vento, nesse tempo frio, vem ajudando a gente bastante porque a gente pode acolher, não da mesma forma que a gente acolhe aqui no projeto, mas ainda oferecendo algum tipo de serviço pra comunidade.	Isabella em frente à OSC ABC do Glória.

Off 2	O projeto ABC do Glória existe há quatro anos e trabalha com trabalho com crianças e adolescentes com atividades socioculturais educativas. É feito um acompanhamento com as famílias da região do Glória, para que a ajuda chegue às pessoas que mais precisam.	Imagens da ABC do Glória; pessoas tirando doações de um carro.
Sonora	Isabella Martins (coordenadora do projeto): essas famílias, a gente tem o cadastro de salário, de condição que elas tão passando, né? pra gente acolher as famílias que tão em mais risco, né? em mais... uma situação maior de vulnerabilidade social.	Isabella em frente à OSC ABC do Glória.
Off 3	A casa da criança e do adolescente Cristina Cavanis também recebeu doações. A ONG acolhe crianças e adolescentes no horário que não estão na escola, para que os pais possam trabalhar.	Pessoas tirando presentes de um carro e entregando para voluntários da ONG Cristina Cavanis; presentes dispostos em cima de uma mesa.
Sonora	Padre José Carlos Leite (diretor executivo): porque hoje nós estamos trabalhando com a segurança alimentar das nossas crianças. Então, através desse serviço, atendemos aí diretamente umas 150 famílias, né? Indo até eles, encontrando com eles e fazendo também a nossa missão que é tentar ao máximo levar dignidade a todas essas crianças que são atendidas.	Padre em frente à ONG Cristina Cavanis
Off 4	Por causa do número de doações, a campanha foi prorrogada por dez dias. Então, ainda dá tempo de doar e aquecer famílias no inverno, que deve ser mais frio esse ano. Para que esse projeto tenha sucesso, a Band Triângulo conta com as empresas parceiras.	Presentes dispostos em cima de uma mesa; pessoas tirando presentes de um carro e entregando para voluntários da ONG Cristina Cavanis; pessoas entregando presentes na ABC do Glória.

<p>Sonora</p>	<p>Alessandra Valadares (diretora executiva da Band): Sim, o engajamento foi muito grande, temos grandes parceiros aí envolvidos na campanha, são parceiros que contribuem com a gente todos os anos, aí no processo de envolvimento, de paralisação inclusive dos funcionários, na questão da doação... Eles mesmos fazem as campanhas internas e contribuem com a nossa campanha... Então isso é de fundamental importância a gente ter essas empresas envolvidas pra que gere mais quantidade e consiga atender muito mais pessoas.</p>	<p>Alessandra, ao fundo a Avenida Rondon Pacheco.</p>
<p>Nota pé</p>	<p>Então eu repito, reforço que a campanha foi prorrogada por mais dez dias. Você que ainda não colaborou, não participou pode comparecer aos nossos parceiros, postos de atendimentos. Volta aquela tela pra mim Italo? Mostra, volta aquela tela aonde mostra aí os nossos parceiros da campanha, que eu não lembro muito de cabeça aqui não. Pra que possamos ajudar a esse povo humilde, que acolhe morador de rua, em situação de rua e várias e várias famílias assistidas na periferia. Não precisa ir longe. Não tinha uma tela aí? Da campanha do agasalho, só aquela? Então me perdoe, me perdoe então. Ao vivo é desse jeito. Ao vivo é desse jeito. Mas eu me lembro aí, nós temos Estância do Cupim, nós temos Autus, nós temos MRV, nós temos a Clínica Santa Clara de vacinas, é, vai lembrando aí. Troncos Triângulo, to precisando ir lá, arruma umas porteira, preciso arrumar umas porteira com ele lá. O Fábio e o Leandro eles tão querendo trocar as porteira. Aê ó. Aê equipe boa, parabéns! A MRV, a Clínica de Vacinas Santa Clara, Autus, alô Mírio Junior, sumido, saudades amigo! Troncos Triângulo, Estância do Cupim, alô Junior, Supermercado Lunasa também nessa campanha. A campanha ela é antiga já aqui na</p>	<p>Apresentador Amarildo Maciel no estúdio; arte com a logo das empresas parceiras.</p>

	Band, eu cheguei ela já existia. E é aquilo que eu falo, daqui pra frente. Pode tirar a tela, obrigado Ítalo. Daqui pra frente vocês vão ver muita gente doando com a mão esquerda e a direita gravando.	
Efeito sonoro	méquepode né?	Apresentador Amarildo Maciel no estúdio.
Apresentador	Sabe por quê? Pra usar nas redes sociais pra falar que é candidato.	Apresentador Amarildo Maciel no estúdio segurando celular.
Efeito sonoro	é muidifícil	Apresentador Amarildo Maciel no estúdio.
Apresentador	Nesse caso aqui não. Aqui na Band nós não temos ninguém candidato, ninguém candidato a pleito eleitoral, vereador, prefeito e vice-prefeito. Porque nós não temo bandeira partidária. Nós temos compromisso social, com a colaboração de parceiros e a sua.	Apresentador Amarildo Maciel no estúdio.
Tarja com caracteres em tela	Ainda dá tempo de ajudar - campanha do agasalho é adiada por mais 10 dias	

Fonte: Elaborada pela autora

- **ANÁLISE:** A angulação desta matéria foi destinada a apresentar a campanha da Band e reforçar a importância da emissora no envolvimento com causas sociais. Nesse sentido, a reportagem já começa com o off 1 descrevendo os objetivos da campanha do agasalho e a primeira sonora é da diretora executiva da Band Triângulo, que fortalece a relevância do veículo de comunicação em promover essa ação.

Em seguida, a passagem do repórter já é feita com as casas do Glória ao fundo, mas sem citar nenhuma instituição que atua na comunidade. Na sequência, a sonora da Isabella Martins (coordenadora da OSC ABC do Glória) é inserida sem que a OSC seja apresentada. A fala da Isabella é sobre a importância de doações como a da Band para a instituição.

A partir do segundo off é que a ABC é citada, mencionando superficialmente as atividades propostas pela OSC, sem mostrar imagens ou elencar alguma ação

específica que ela desempenha. Enquanto isso, as imagens continuam mostrando doações sendo entregues. Não houve a preocupação em mostrar imagens de alguma atividade relacionada ao incentivo à educação, lazer ou cultura, que são as principais da instituição.

Em seguida, o restante da reportagem é dedicado à Casa da Criança e do Adolescente Cristina Cavanis, que também recebeu doações de agasalhos da Band Triângulo. Ainda sim, são mostradas apenas imagens de doações chegando à instituição e não são detalhadas as ações que a ONG realiza.

O off 4 enfatiza o sucesso da campanha do agasalho promovida pela Band e menciona que uma das razões desse resultado são as empresas parceiras da emissora. Por fim, a diretora executiva da Band confirma o empenho dos parceiros envolvidos que, segundo ela, até paralisaram o serviço dos funcionários e realizaram campanhas internas para contribuir com a iniciativa da Band.

Ao retornar para o apresentador no estúdio, mais uma vez são ressaltados, um por um, os parceiros da campanha que ajudam o “povo humilde que acolhe moradores em situação de rua”. É preciso elucidar neste ponto, que nem a ABC do Glória, nem a Casa da Criança e do Adolescente Cristina Cavanis, citados na matéria, realizam atividades de acolhimento a moradores de rua, mas o termo foi utilizado de forma a generalizar todas as pessoas em situação de vulnerabilidade social.

Por fim, o apresentador faz uma crítica a pessoas que, segundo ele, desempenham serviços de assistência social apenas com o intuito de registrar cenas do trabalho e postar nas redes sociais em benefício próprio, principalmente com o intuito de ganhar votos em eleições. Ele é enfático em dizer que esse não é o objetivo da Band nesta campanha e o que há é um compromisso social.

No entanto, embora a campanha realmente contribua com famílias que estão precisando daquelas doações no momento, o intuito da matéria foi predominantemente o de promoção da própria instituição, ao reforçar o tempo todo a importância da campanha desenvolvida pela Band, inclusive na edição das sonoras que foram utilizadas. Não foi mostrado o trabalho que a ABC realiza na comunidade

do Glória para além da distribuição de cestas básicas e a instituição entrou na matéria apenas como um pano de fundo para a ação da Band Triângulo.

4.1.5 Reportagem 5⁹

Imagem 5 – Print da reportagem 5



Fonte: Arquivo pessoal

- título: Campanhas de natal de instituições sociais
- tempo de exibição: 2min49
- data: 24/11/2020
- emissora: TV Integração

Quadro 5 – Roteiro da Reportagem 5

	Texto	Imagens
Cabeça	Fim de ano chegando e os voluntários de ONGs e instituições começam a organizar as doações de natal que serão repassadas às pessoas mais carentes.	Apresentador Fernando Matos no estúdio.

⁹ A reportagem 5 pode ser assistida no formato audiovisual no seguinte link:
<https://drive.google.com/file/d/1ch12GxWJDvCypbfC40Gz72wz7wKQNBgl/view?usp=sharing>.

Off 1	Cristy, cinco anos. Danilo, 11 anos. Laisa, quatro anos. Cleiton, dez anos e Lara, cinco anos. Sabe o que todas essas crianças têm em comum? Elas são algumas das que aguardam ansiosamente pelo dia 13 de dezembro, dia em que ONG ABC do Glória pretende, com o apoio da população, entregar os presentes que elas já encomendaram pro Papai Noel.	Fotos das crianças citadas, segurando placas com seus nomes, idades e o que queriam ganhar de presente no natal; Carolina em frente à ABC do Glória; presentes embrulhados.
Sonora	Carolina Michelle Silva e Souza (coordenadora do ABC do Glória): esse ano nós vamos poder fazer a tradicional festinha de Natal que a gente faz todos os anos, mas nós vamos preparar algo diferente, com muito carinho para eles, para que seja um momento especial.	Carolina em frente à ABC do Glória.
Passagem	Mesmo com todas as dificuldades impostas neste ano, cerca de 260 famílias já foram atendidas pela ONG. E a festa de Natal já é tradicionalmente uma das principais, afinal é quando as crianças recebem o presente que elas tanto desejavam ganhar. Só no ano passado, por exemplo, 150 foram apadrinhadas.	Em frente à ABC do Glória, com voluntários ao fundo carregando presentes.
Sonora	Carolina Michelle Silva e Souza (coordenadora do ABC do Glória): No Natal, a gente chama as crianças cadastradas e aí a gente tira uma fotinha com presente que ela espera ganhar e divulga nas redes sociais da instituição pra conseguir um padrinho.	Carolina em frente à ABC do Glória.
Off 2	A Beatriz faz parte do projeto Iluminar, que começou no meio desse ano e já conta com cerca de quarenta voluntários. Eles se juntaram com a ONG Refugiados, pra também proporcionar um natal mais digno pra cerca de quarenta famílias, com doações de cestas básicas.	Beatriz em frente uma caminhonete carregada de sacolas supostamente de doações.
Sonora	Beatriz Teixeira Alves (membro do Projeto Iluminar): assim como foi no dia das crianças, agora no natal a gente também quer fazer uma coisa especial.	Beatriz em frente uma caminhonete carregada de sacolas de doações.

Off 3	No dia 12, o projeto também vai distribuir marmittas para mais de 150 pessoas e pra isso, também está aceitando doações de roupas, comida e até dinheiro pra comprar os alimentos. Boas ações como essas podem garantir um natal mais feliz não só pra quem recebe as doações, mas também pra quem está engajado nos projetos.	Caminhonete carregada de sacolas de doações; pessoas tirando doações de carros a noite e entregando para beneficiários
Sonora	Beatriz Teixeira Alves (membro do Projeto Iluminar): Eu sempre falo que a gente até alimenta o físico deles mas eles alimentam a nossa alma, eles deixam a gente revigorados, acho que não tem como explicar.	Beatriz em frente uma caminhonete carregada de sacolas de doações.
Nota pé	É isso aí, olha, quem quiser entrar em contato com os responsáveis pela ONG ABC do Glória basta ligar nesse telefone que aparece aí na sua tela e falar com a Carolina. Já o projeto social Iluminar pode ser acionado por esses telefones aqui, ta bom?	Apresentador Fernando Matos no estúdio e tarjas com caracteres em que estão escritos os números de telefone à ABC do Glória e, em seguida, do projeto Iluminar.
Tarja com caracteres em tela	Doações de natal - voluntários arrecadam alimentos e brinquedos que serão doados	

Fonte: Elaborada pela autora

- **ANÁLISE:** Logo na cabeça da reportagem, a fala do apresentador reforça a ideia de que o voluntariado se organiza para doações pontuais como no Natal, sem mencionar outras atividades desenvolvidas. Novamente, os beneficiários são apresentados apenas como “pessoas carentes”.

Na passagem, o repórter afirma que “mesmo com todas as dificuldades impostas neste ano, cerca de 260 famílias já foram atendidas pela ONG”. Não é explicado como essas famílias foram atendidas, embora esta pesquisadora saiba, por fazer parte da instituição, que esse número se refere apenas ao número de cestas básicas entregues. No entanto, não foi somente dessa forma que a ABC do Glória atuou neste ano, mas essa informação não foi passada.

A matéria também se refere à campanha de Natal do Projeto Iluminar, mas em nenhum momento é explicado porque o projeto existe e quais atividades são realizadas pelos seus voluntários para além do Natal. Também não há outras

imagens do projeto sendo executado, apenas a cena da Beatriz em frente a uma caminhonete carregada de doações.

Em seguida, são mostradas imagens noturnas de pessoas tirando doações de um carro e entregando a outras pessoas, sem explicar do que se refere. Fica confuso para o telespectador saber qual instituição é aquela e qual trabalho estão desempenhando, em qual ocasião.

A sonora final da Beatriz Teixeira Alves (membro do Projeto Iluminar, em que ela afirma “Eu sempre falo que a gente até alimenta o físico deles, mas eles alimentam a nossa alma, eles deixam a gente revigorados, acho que não tem como explicar”, dá a entender que as doações feitas pelo projeto têm o objetivo de também satisfazer interesses próprios e não necessariamente contribuir para a diminuição da vulnerabilidade social e a transformação social.

Por fim, na nota pé, o apresentador reforça os telefones para contato das instituições, caso alguém tenha interesse em contribuir. Portanto, o intuito desta matéria foi mostrar a solidariedade no fim de ano e também divulgar as campanhas de Natal da ABC do Glória e do Projeto Iluminar. Nesta reportagem, em nenhum momento é citado o objetivo inicial da instituição ou as outras atividades que desempenha.

4.1.6 Reportagem 6¹⁰

Imagem 6 – Print da reportagem 6



Fonte: Arquivo pessoal

- título: Campanha Band contra a fome
- tempo de exibição: 4min26
- data de exibição: 29/03/2021
- emissora: TV Band Triângulo

Quadro 6 – Roteiro da Reportagem 6

	Texto	Imagens
Cabeça	E olha, pessoal, nesse fim de semana foi entregue a primeira leva de doações da campanha Band contra a fome, que nós temos apontado sempre pra vocês, no nosso qr code e essas primeiras doações vão ajudar várias e várias famílias da região do Glória e você, se puder, não pode deixar de ajudar. Reportagem na tela, especial do Leo Patrus.	Apresentador Victor Albergaria no estúdio com QR Code no canto da tela e imagens do Glória na tela ao fundo.

¹⁰ A reportagem 6 pode ser assistida no formato audiovisual no seguinte link:
https://drive.google.com/file/d/19Asuf12m42SeuoKF-qj_L7K_WwSatc8g/view?usp=sharing.

Off 1	Estamos no bairro Élisson "Prietro", na periferia de Uberlândia, na periferia de Uberlândia, Minas Gerais. Por aqui, vivem cerca de quinze mil pessoas em situação de vulnerabilidade social.	Imagens abertas do bairro
Sobe som	1, 2...	Crianças pulando corda
Off 2	São crianças e adolescentes que buscam afastar o lado escuro de um futuro incerto. E para mudar essa realidade e torná-la cada vez mais colorida, a ONG ABC do Glória foi a primeira a receber as doações do projeto Band contra a fome. Duas das sessenta famílias serão beneficiadas chegaram cedinho na ONG sem saber o motivo. A Rosimary, com a filha Adriana e a Maria Aparecida com a filha Giovana. Todas elas com a alegria estampada nos olhos. Em poucos minutos de espera, lá estava o caminhão da empresa Vasconcellos, descarregando as mais de vinte cestas que serão doadas às famílias. Aos poucos, os alimentos foram aumentando junto com os mais de vinte kits de limpeza e higiene pessoal, doados pela empresa Start.	Crianças jogando futebol e a imagem fica preta e branca, depois volta ao colorido, acompanhando a fala do repórter; parede da ABC do Glória com o nome da OSC; famílias chegando na instituição; caminhão com cestas básicas sendo descarregado por funcionários da empresa Vaconcellos; kits de limpeza dispostos na escada da ABC.
Sonora	Clayton Rezende (gerente de marketing Start): a gente se sente bem entusiasmado em ajudar, até porque o momento é disso, né? O momento é de união. E dada a visão que a Band teve, a Band está ajudando, pra nós da Start foi assim, um pontapé bacana em participar para ajudar essas famílias carentes, né? O pessoal que tá precisando.	Clayton em frente à ABC do Glória.
Off 3	O gesto de solidariedade chegou em boa hora. Maria Aparecida está desempregada. Agora, a refeição para os próximos dias está garantida.	Maria Aparecida em frente à ABC do Glória segurando uma cesta básica.
Sonora	Maria Aparecida Alves (serviços gerais): eu estava pensando até mais tarde o que comer né, então agora eu vou ter, pros meus netos e meus filhos, graças a Deus através de vocês. Eu andei muito procurando emprego, mas nessa pandemia a gente não tá conseguindo nada mesmo. E essa ajuda que a Band tá proporcionando para a gente chegou	Maria Aparecida em frente à ABC do Glória.

	em boa hora, viu, eu mesma to com a corda no pescoço, como se diz assim. Precisando muito mesmo.	
Sonora	Isabella Martins (coordenadora do projeto): ela chega numa hora boa porque a gente consegue atender e acolher de forma total e universal essas famílias e os nossos beneficiários.	Isabella em frente à ABC do Glória
Passagem	O projeto desenvolvido pelo ABC do Glória aqui de Uberlândia também atende 130 crianças e adolescentes entre cinco e dezesseis anos. Por causa da pandemia, a sala onde são realizadas as atividades está vazia. Mas o aprendizado continua de forma on-line.	Dentro da biblioteca comunitária da ABC do Glória; cenas das carteiras vazias
Sonora	Adriana Ferreira (estudante): eu sou melhor para falar em público e me ajuda muito nas atividades. Por exemplo, quando eu to com alguma dificuldade em alguma coisa da escola, eu recorro ao ABC, o ABC me ajuda muito nessa área.	Adriana em frente a ABC do Glória.
Off 4	Esses livrinhos foram feitos para as atividades remotas. Aqui, cada frase traduz bem o sentimento de muitos, em meio às incertezas geradas pela pandemia.	Voluntária folheando um livro escrito por uma criança dentro da ABC do Glória
Sonora	Isabella Martins (coordenadora do projeto): tios e tias, que saudade do abraço de vocês e do carinho. Quando tudo isso passar, quero muito abraçar vocês e dizer o quanto amo vocês. Oro para Deus proteger todos nós e nossa família. Sei que Deus escuta as crianças. Ele vai me escutar e fazer acabar logo o coronavírus.	Isabella segurando e lendo um livro escrito por uma criança dentro da ABC do Glória.
Off 5	Educação garantida. Assim como o alimento na mesa da Rosimary.	Vídeos das atividades realizadas pela ABC do Glória antes da pandemia, cedidos pela instituição; família saindo da OSC carregando uma cesta básica e um kit de higiene

Sonora	Rosimary Oliveira Ferreira (dona de casa): minhas crianças faz parte do projeto e nesse momento de pandemia a gente tá com muita dificuldade sim. Então agradecemos muito essas ajuda que vem assim, que Uberlândia oferece pra gente. A gente fica muito feliz porque, nesse momento, claro a gente entende que é todo mundo, mas a gente tá precisando muito e é muito importante, a gente agradece muito.	Rosimary em frente a ABC do Glória.
Trilha sonora		Vídeos de atividades realizadas pela ABC do Glória antes da pandemia, cedidos pela instituição. Famílias saindo da ABC com cestas nas mãos.
Nota pé e comentários	E nós reforçamos, se você puder fazer a sua doação no QR Code, eu vou acertar um dia o lado, aqui. Você vai colocar o seu telefone na frente desse QR Code, ele vai te direcionar para a página do facebook da Band Triângulo, onde tá explicadinho como você pode fazer a sua doação de qualquer valor. Se você puder, ajude. É a campanha nacional Band contra a fome, ajudando também as entidades aqui da cidade de Uberlândia. Lá tem também agência e conta do banco Santander pra você fazer o seu depósito de qualquer valor, de dois reais, cinco reais, dez reais, se você puder ajudar, essa ajuda será muitíssimo bem vinda, cê viu aí o quanto estão precisando nesse momento de desemprego, desamparo por conta da Covid-19.	Apresentador Victor Albergaria no estúdio com QR Code no canto da tela.
Tarja com caracteres em tela	Band contra a fome - Primeira remessa de doações entregues em Uberlândia	

Fonte: Elaborada pela autora

- ANÁLISE: Nessa reportagem, fica nítido que, mais uma vez, o intuito não era apresentar a ABC do Glória, mas divulgar a campanha da Band, que beneficiou a OSC. O QR code por onde são feitas as doações da campanha foi reforçado no

início e ao final da matéria pelo apresentador e também ficou disponível na tela durante toda a reportagem.

Logo na cabeça, o apresentador fala sobre a primeira remessa de doações da campanha como uma forma de mostrar que ela está dando resultados. Ao fundo, enquanto o apresentador fala, a tela no estúdio mostra imagens do Glória que chamam a atenção para a falta de infraestrutura do bairro.

O repórter começa o texto situando o telespectador com informações básicas sobre o bairro Élisson Prieto. Em seguida, utiliza do texto para fazer uma relação com a imagem que é colocada em preto e branco e, depois, retomada para o colorido para dizer que, a partir de doações de cestas básicas, a realidade das pessoas que vivem na comunidade pode ser “mais colorida”. Neste ponto, é preciso salientar que a ABC do Glória, ao distribuir doações, não possuía o intuito de transformar a vida dos beneficiários, mas, sim, em decorrência da pandemia, contribuir para que eles tivessem uma vida mais digna a partir da segurança alimentar.

Ainda no mesmo off, o repórter indica que as famílias que iriam receber as doações não sabiam do que se tratava, o que não se confirma, uma vez que a OSC possui um grupo em rede social com todas as famílias beneficiadas e as convida para ir até a instituição sempre que há entrega de doações ou outras atividades.

Na sequência, um caminhão carregado com cerca de 20 cestas básicas chega à rua da ABC do Glória e o nome da Start, empresa doadora, é destacado assim como a sonora do responsável pela empresa. A fala dele reforça a ideia de que a empresa é solidária e se importa em “ajudar famílias carentes”.

A primeira beneficiária entrevistada, Maria Aparecida, ressalta a ação da Band em fazer as doações, sem mencionar a ABC do Glória. Além disso, a fala dela também reforça a situação de vulnerabilidade em que as famílias da comunidade do Glória estão vivendo e exprime um sentimento de gratidão por quem está garantindo a refeição dos filhos e netos pelos próximos dias.

É só a partir da passagem - depois de dar espaço à campanha e à empresa parceira - que o repórter apresenta a instituição, cita algumas ações da OSC e,

então, menciona as atividades educacionais desenvolvidas. Em seguida, a entrevista da Adriana Ferreira, criança que participa da ABC há anos, confirma o impacto que a OSC teve em seu desenvolvimento pessoal e educacional. A carta de uma beneficiária lida pela Isabella Martins (coordenadora do projeto) revela como a instituição também promoveu vínculos pessoais entre as crianças, jovens e os voluntários. É apenas nestes momentos que o intuito de transformação social da ABC do Glória é reforçado.

Rosimary, que foi a outra beneficiária entrevistada na matéria, também narra um sentimento de gratidão pelas doações recebidas. No entanto, ela cita a ABC do Glória. Ao final, uma trilha sonora emocionante se une às imagens das atividades da ABC antes da pandemia, como capoeira, leituras e promoção de festas em dias comemorativos.

Na nota pé, o apresentador reforça mais uma vez o QR Code da campanha e pede aos telespectadores a doação de qualquer valor. Neste caso, fica evidente que o intuito da matéria era reforçar a iniciativa da Band em promover uma ação solidária em um momento de crise por conta da pandemia. Logo, a ABC do Glória foi citada na matéria apenas para que o telespectador pudesse visualizar a campanha acontecendo e para que as empresas colaboradoras fossem enaltecidas, além de ser uma forma de prestação de contas a elas. A instituição foi colocada na matéria apenas como distribuidora de cestas, que nem foram adquiridas por mérito próprio, mas pela ajuda da Band.

4.1.7 Reportagem 7¹¹

Imagem 7 – Print da reportagem 7



Fonte: Arquivo pessoal

- título: Cartões digitais são entregues à comunidade do Glória
- tempo de exibição: 4min24
- data: 26/04/2021
- emissora: TV Integração

Quadro 7 – Roteiro da Reportagem 7

	Texto	Imagens
Cabeça	Duas ONGs e um propósito: auxiliar no combate à fome de famílias que mais necessitam de alimentos neste momento. E essa iniciativa é realizada em Uberlândia para moradores do Glória.	Apresentador Fernando Matos no estúdio.
Off 1	Na comunidade onde ainda faltam asfalto, rede de esgoto e de água não falta o futebol das crianças. Não podemos falar o mesmo do alimento em casa, principalmente para quem tá sem emprego na pandemia.	Bairro Élisson Prieto; crianças jogando futebol; voluntários da ABC do Glória sentados em mesas na entrada da OSC.

¹¹ A reportagem pode ser assistida no formato audiovisual no seguinte link:
https://drive.google.com/file/d/11YRy-ISGV8_NTNYdj1Gr0NbXq3R57apK/view?usp=sharing.

Sonora	Magna Rodrigues (monitora escolar): Às vezes falta, mas aí a gente sempre tá recorrendo, né? às cestas que dão nas escolas, tem aqui também o ABC aqui do Glória que tá sempre fornecendo as cestas e aí a gente vai recorrendo a um vizinho.	Magna em pé em frente aos voluntários sentados.
Off 2	No assentamento do Glória, em Uberlândia, vivem cerca de 2500 famílias e pelo menos 600 vão ter acesso a um cartão digital de compras que está sendo distribuído a famílias carentes pela ONG ABC do Glória, por meio de uma parceria com a ONG de São Paulo Gerando Falcões.	Bairro Élisson Prieto; voluntários da ABC entregando envelopes aos beneficiários;
Sonora	Amanda Figueira (Coordenadora da ONG ABC do Glória): a gente entende como que a pandemia ela chega num cenário muito mais drástico talvez dentro de sociedades, de comunidades periféricas de comunidades em vulnerabilidade social e o cartão ele chega como esse, essa vontade de... de, de garantir um pouco mais de alimento, de garantir um pouco mais de segurança alimentar, de segurança nutricional. É... ele é um cartão, ele é um ticket alimentação, que além de oferecer oportunidade de aumento de poder aquisitivo, ele também oferece a economia circular dentro da comunidade.	Amanda sentada na entrada da ABC do Glória
Off 3	Uma das diretoras da ONG Gerando Falcões disse que no ano passado a instituição arrecadou 25 milhões de reais e distribuiu mais de 85 mil cartões a comunidades de vários estados brasileiros. Para este ano, a meta é aumentar a quantidade de famílias beneficiadas.	Repórter entrevistando a diretora da Gerando Falcões pelo computador.
Sonora	Nina Rentel (Diretora de Operações da Gerando Falcões): pessoas se, se mobilizaram junto com a gente para doar para essa campanha, então a gente tem empresas, pessoas e pessoas com muito dinheiro, mas também qualquer pessoa que possa apoiar com mesmo 50 reais consegue apoiar a campanha, o que possibilitou a gente a arrecadar no ano passado mais de 25 milhões de reais e	Nina, com parede branca ao fundo.

	esse ano também a gente quer chegar em 50 milhões de reais.	
Off 4	A comunidade do Glória já tinha sido beneficiada no ano passado com a distribuição de 180 cartões em três parcelas de 100 reais. Quem recebe o cartão pode escolher o que comprar e onde comprar.	Bairro Élisson Prieto; envelopes contendo cartões.
Sonora	Nayane Gonçalves (dona de casa): alimentos pros meus filhos. Leite, frutas, verduras	Nayane em pé, ao fundo uma grade e um carro.
Repórter	E criança em casa esse consumo ainda aumenta mais?	Nayane em pé, ao fundo uma grade e um carro.
Sonora	Nayane: aumenta bastante. Toda hora eles querem alguma coisa para comer.	Nayane em pé, ao fundo uma grade e um carro.
Passagem	Quem recebe o ticket alimentação também leva para casa essa cartilha com dicas de nutrição e economia doméstica. Aqui, por exemplo, tem orientações sobre como gastar esse dinheiro: 50 reais para produtos de higiene, 100 reais para os alimentos e com esse dinheiro é possível comprar arroz, feijão, macarrão, molho de tomate e muito mais. Ah, tem uma orientação também muito legal sobre como aproveitar bem os alimentos, fazendo algumas receitinhas.	Repórter em frente à ABC do Glória, mostrando cartilha
Off 5	A ONG ABC do Glória foi criada há cinco anos. É um projeto de promoção de cultura, educação e esporte. As atividades estão suspensas na pandemia, mas a instituição não deixou as famílias desassistidas. Cestas básicas são doadas todo mês. Com a parceria com a ONG Gerando Falcões, a quantidade de pessoas beneficiadas pôde ser ampliada. Eliane, mãe da Emanuele de oito anos, comemora.	Entrada da ABC do Glória; fotos de eventos da OSC,
Sonora	Eliane Silva Barbosa (diarista): Muito importante, porque quando, as vezes, igual, agora não ia ter o dinheiro pra poder comprar as coisa e com esse cartão posso ir agora no mercado e comprar porque já 'tá até liberado.	Eliane em pé, em frente à ABC do Glória.

Nota pé	Ainda bem, né? Só pra acréscimo de informação: Cada beneficiário recebe esse cartão com duas parcelas de 150 reais, como a Valéria mesmo disse aí. Os 100 reais divididos para um pouco de produto e outros 50 para um outro determinado tipo de produto. Enfim, quem quiser ajudar a ONG ABC do Glória de Uberlândia é só entrar em contato pelo telefone 34 99966-1345 e quem quiser ajudar o Gerando Falcões pode acessar o site gerandofalcões.com.	Apresentador no estúdio.
Tarja com caracteres em tela	Cesta básica digital - ONG em Uberlândia concede auxílio para o combate à fome	

Fonte: Elaborada pela autora

- **ANÁLISE:** Na cabeça da reportagem, é dito que o propósito da ABC do Glória e da Gerando Falcões, instituições citadas na matéria, é de auxiliar no combate à fome. Na realidade, ambas possuem como objetivo principal a promoção da educação e cultura como forma de transformação social. Apenas no momento de pandemia é que estão se propondo a realizar campanhas de arrecadação de alimentos por conta da situação social que o Coronavírus implicou.

No entanto, durante a reportagem, é possível perceber que houve uma aproximação grande entre a repórter e a comunidade. O primeiro off já consegue representar bem a realidade do Glória. De um lado, a carência de infraestrutura e itens básicos, e, de outro, crianças conseguindo se divertir mesmo em meio a essa realidade, mostrando-as a partir da ideia de superação e não apenas como “carentes”.

Em seguida, é apresentada a situação socioeconômica de quem mora na comunidade e a forma como essas pessoas conseguem lidar e enfrentar esses problemas. A sonora da Magna Rodrigues (monitora escolar) não foi apenas em tom de agradecimento ao alimento recebido, mas mostrou a resiliência de quem encontra sempre uma maneira de garantir o sustento dos filhos.

O off 2 faz um comparativo com a quantidade de famílias que vivem no Glória e quantas delas serão beneficiadas pelas cestas digitais que a ABC do Glória está

fornecendo em conjunto com a Gerando Falcões. Dessa forma, mostra o impacto que a ação tem dentro da comunidade.

Amanda Figueira (Coordenadora da ABC do Glória), por sua vez, vai além da entrega dos cartões como uma forma de sanar o problema imediato da fome, mas menciona também a preocupação das instituições com a segurança alimentar dos beneficiários e com a promoção da economia circular dentro da comunidade, uma vez que o cartão pode ser utilizado nos comércios locais.

No off 3, são abordados mais dados em relação ao impacto que o terceiro setor proporciona na comunidade, dessa vez, especialmente sobre a ONG Gerando Falcões. É possível perceber que houve uma preocupação em ressaltar esses números ao longo da matéria. A sonora da Nina Rentel (Diretora de Operações da Gerando Falcões) também reforça esses dados e como foi possível chegar a esse resultado.

O texto do off 4 contextualiza que a comunidade do Glória já tinha sido beneficiada com os cartões anteriormente, demonstrando um estudo prévio sobre o assunto. Em seguida, a sonora da Nayane Gonçalves (dona de casa), beneficiária, não reafirma o sentimento de gratidão pela doação que recebeu, mas fala como ela será utilizada, de forma a aproximar o telespectador da matéria.

Na passagem, houve a preocupação da repórter em ir além da entrega dos cartões para mostrar, de forma bem interativa, a cartilha disponibilizada pela ABC com orientações de nutrição e economia para que a contribuição não termine na distribuição dos cartões, mas se estenda a dicas de como utilizá-lo de forma mais proveitosa.

Ao final da reportagem, o texto traz uma breve apresentação sobre a ABC do Glória, quando foi criada, quais são os propósitos e qual é o trabalho realizado pela instituição durante a pandemia. Embora as ações da OSC não sejam detalhadas e também não haja imagens delas, houve a preocupação em apresentar quem é a ABC e não finalizar a matéria com as entregas de doações.

Por fim, mais uma beneficiária é ouvida para dizer qual a importância do cartão digital na dinâmica da família. Já na nota pé, o apresentador acrescenta que

cada beneficiário recebeu o cartão com duas parcelas de 150 reais e que seriam “100 reais divididos para um pouco de produto e outros 50 para um outro determinado tipo de produto”. Isso não se confirma. Como a repórter explicou durante a matéria, foi entregue uma cartilha com dicas de como dividir esse dinheiro para comprar alguns itens básicos, mas cada família poderia decidir o que comprar, sem restrições, nos locais onde o cartão é aceito, como supermercados e açougues.

Nesta reportagem, diferentemente do que prevaleceu nas outras, fica nítido que houve uma pesquisa prévia sobre a ABC do Glória para realizar a matéria, contextualizando um pouco o cenário onde a instituição é sediada, o motivo das doações e da atuação da ABC naquele espaço. Também foi conferida a participação dos beneficiários na matéria, não apenas para agradecer as doações recebidas, como foi predominante nas outras reportagens analisadas, mas para dizer como as doações e a ABC do Glória impactam no dia a dia de quem vive aquela realidade.

Portanto, apesar do pressuposto de que o intuito era apenas falar das cestas básicas digitais e não mostrar o trabalho da OSC em si, a matéria também se desdobrou sobre a ABC do Glória. É exemplo disso o trecho do Off 5: “É um projeto de promoção de cultura, educação e esporte. As atividades estão suspensas na pandemia, mas a instituição não deixou as famílias desassistidas. Cestas básicas são doadas todo mês.” Logo, o texto fala sobre as atividades desenvolvidas pela instituição e, embora não às detalhe, explica que o trabalho assistencial de distribuição de cestas está acontecendo por uma demanda e necessidade que a organização sentiu em um momento de crise socioeconômica.

5 A REPRESENTAÇÃO DA ABC DO GLÓRIA NA MÍDIA TELEVISIVA DE UBERLÂNDIA

Com base na análise das reportagens, é possível destacar que, a partir da repetição da imagem da ABC do Glória como instituição assistencialista, foi reforçado o estereótipo de organização que está sempre recebendo e entregando doações, onde não há um objetivo maior de transformação social. Ainda que durante a pandemia foram feitas doações de cestas básicas, kits de higiene e valor monetário, foi negligenciado o fato de que essas ações foram feitas por uma necessidade imediata, observado o contexto pandêmico.

À luz de Paulo Freire (1985), a repetição desta imagem acarreta à instituição, que também segue princípios freireanos, o estereótipo de “extensionista”, ou seja, estabelece práticas “de levar, de transferir, de entregar, de depositar algo em alguém” (FREIRE, 1985, p.15) a partir de uma conotação mecanicista. Nesse caso, o sujeito é conduzido a um lugar considerado inferior. No entanto, a ABC do Glória não compactua com a perpetuação desta cultura e propõe suas atividades na comunidade como forma de fortalecer a autonomia das crianças e jovens para que eles reconheçam suas potencialidades e seu poder de emancipação. Ações de incentivo à educação, esporte, lazer e cultura são realizadas, junto com a comunidade do Glória, como uma prática de libertação. E isso não ficou evidenciado nas reportagens analisadas.

Além disso, durante as matérias, por vezes, fica a impressão de que a OSC também é vulnerável, como a comunidade, pois, parece que não há uma distinção entre os sujeitos (OSC e comunidade) da forma como foram representados. No entanto, a ABC do Glória é um canal entre a comunidade do bairro Élisson Prieto e demais setores da sociedade, que se unem para arrecadar doações incentivadas por campanhas.

Essas campanhas, por sua vez, ganharam destaque maior nas matérias e dessa forma, quem estava promovendo as arrecadações foi o principal sujeito das reportagens e a ABC do Glória ficou em segundo plano. Em algumas vezes, a instituição também foi citada junto com outras ONGs e, nesse caso, imagens e informações trocadas evidenciaram a negligência e a falta de cuidado com o assunto

por parte da emissora de tv. É proposta aqui, então, um questionamento: caso o tema fosse outro, a forma como foi tratado seria a mesma ou haveria uma atenção maior?

Nas reportagens, também não houve preocupação em fazer um aprofundamento sobre a instituição e apresentar as atividades propostas pela ABC do Glória para além de ações assistencialistas. A partir disso, manifesta-se também uma inquietação em compreender a razão pela qual instituições como a ABC do Glória quase nunca são pautadas pela mídia televisiva a partir de suas atividades principais e apenas são representadas promovendo ações de assistência.

Com base nessa inquietação, é proposta uma discussão sobre quais são os critérios de noticiabilidade que as emissoras adotam para selecionar ou não uma pauta. Para Pierre Bourdieu, “Os jornalistas têm ‘óculos’ especiais a partir dos quais vêem certas coisas e não outras; e vêem de certa maneira as coisas que vêem e não outras.” (BOURDIEU, 1997, p. 25).

Nelson Traquina afirma que a seleção do que se torna notícia é feita a partir de “um conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia.” (TRAQUINA, 2005, p. 63). Na obra de Traquina, são enumerados doze valores-notícia a partir de análises dos autores Galtung e Ruge (1965/1993). São eles: frequência, amplitude, clareza ou falta de ambiguidade, significância, conformidade, imprevisão, continuidade, referência a pessoas e nações de elite, composição, personificação e negativismo.

Apesar da identificação desses doze valores-notícia, há ainda a veiculação de matérias no jornalismo pelo interesse próprio das emissoras de tv. É o caso de matérias que foram produzidas sobre a ABC do Glória para falar de campanhas da emissora. Nesse caso, o critério utilizado foi o de promover a empresa como solidária, gerar propaganda para os parceiros que contribuíram e também fazer uma prestação de contas sobre as doações arrecadadas.

Além disso, é possível perceber que os critérios de noticiabilidade que predominaram nas matérias produzidas sobre a ABC do Glória limitaram a instituição como uma organização que apenas recebe e doa mantimentos, repetindo uma prática extensionista.

Por outro lado, a instituição poderia ter sido representada a partir de outros critérios. As reportagens falam da vulnerabilidade, mas não a problematizam, não questionam o Estado sobre a realidade dos moradores do Élisson Prieto. Este questionamento poderia ser o gancho para se falar da ABC do Glória, que foi criada a partir da insuficiência de políticas públicas, em especial educacionais, na comunidade do Glória. Outro gancho possível seria falar sobre as potências dos beneficiários, que muitas vezes não possuem oportunidade de desenvolvê-las e mostrá-las. Dessa forma, o jornalista poderia contribuir também com a transformação desse cenário, exercendo sua responsabilidade social.

Para além da discussão sobre critério de noticiabilidade nos veículos, nas matérias sobre campanhas de solidariedade, também ficou evidente que não houve um estudo prévio sobre a instituição quando citada, posto que muitas vezes foram repassadas informações equivocadas, que seriam facilmente elucidadas pelos membros da instituição caso lhes fossem perguntado.

Esses equívocos representam um erro grave para a prática jornalística, pois a falta de atenção, na realidade, demonstra uma falha de apuração. É preciso levantar aqui um questionamento acerca do que gerou essa falha, pois pode evidenciar um desinteresse pelos sujeitos ou uma forma de representá-los como objetos, caixas onde serão depositadas as doações de empresas generosas, além da generosidade da emissora de tv que promoveu a campanha.

Retomando Freire (2002), a verdadeira generosidade não está em continuar depositando doações em comunidades vulneráveis. Essas ações são extremamente importantes para a sobrevivência em determinadas situações, mas para a transformação social e a garantia de uma vida digna, a partir de direitos constitucionais básicos, é preciso ir além de práticas extensionistas. Por isso, a representação dessas práticas apenas pontuais também não deve ser repetida.

Durante as reportagens, também foi predominante a referência aos beneficiários como pessoas “carentes”, ou que precisam ser ajudadas de qualquer forma. O termo “carente” merece aqui uma reflexão, tendo em vista seu teor pejorativo contribui para reforçar estereótipos. De acordo com Adorno (2001), quando se chama alguém de carente, resume-se a pessoa a um rótulo ou um

estereótipo, que significa que aquela é desprovida de algo e que precisa de assistência, desconsiderando o fato de ser um sujeito portador de direitos e potencialidades.

Já o termo “vulnerabilidade”, também presente nas reportagens quando o Glória é citado, propõe, ainda segundo o Adorno (2001), compreender o sujeito a partir de um conjunto de elementos que avaliam em que medida lhe é garantido o acesso a direitos e serviços como educação, saúde, cultura, lazer e ações do Estado que promovem justiça e cidadania. Também não foi proposta, durante as reportagens, uma discussão sobre a falta dessas políticas públicas eficientes que cheguem até comunidades como o Glória e transformem essa realidade.

Nesse sentido, muito é falado sobre as carências da comunidade do Glória, mas foram raros os momentos em que as reportagens conseguiram mostrar as potências dos beneficiários e o que estão fazendo apesar de todas essas “faltas”. O enfoque maior foi dado predominantemente nas ruas sem asfalto, esgotos a céu aberto, barracos, água sem tratamento, entre outras carências.

A partir da repetição desse cenário, são criados e reforçados estereótipos que, segundo Freire Filho (2005), legitimam representações a partir das estruturas de dominação social vigentes. Assim representada pela mídia televisiva, é construída uma identidade da comunidade do Glória e também da ABC do Glória como “periferia vulnerável”, sem refletir sobre as causas desses problemas e também sem levar em conta as potencialidades da instituição e dos beneficiários.

Além disso, pôde-se perceber que, partindo do princípio dos critérios de noticiabilidade, ações de apoio imediato a famílias que tiveram sua situação social agravada em razão da pandemia, tiveram valor-notícia atribuído e foram pautadas pela mídia. Por esse motivo, foram produzidas matérias para incentivar a doação dos telespectadores. No entanto, ações pontuais de transferência de renda não são suficientes para mudar a realidade das pessoas que estão em situação de vulnerabilidade. Mas, na maioria das matérias, dá a entender que a função da instituição é apenas arrecadar doações e distribuí-las.

Mesmo que as organizações do terceiro setor sejam representadas na mídia de forma extensionista, sem que sejam discutidas sua importância em razão da

ineficiência de políticas públicas e suas ações para a transformação social, essas instituições precisam da mídia para conquistarem mais visibilidade na sociedade, para conseguirem reconhecimento das suas ações e mais colaboração/recursos e, assim, poderem atender mais pessoas.

Nesse caso, é estabelecida uma relação em que, de um lado, a mídia representa o terceiro setor de forma predominantemente assistencialista e, de outro, as instituições sociais “usufruem” dessa visibilidade, pois, com isso, conseguem divulgação, arrecadação e, por fim, atender demandas emergenciais em razão da realidade crítica vivida pelas comunidades periféricas.

Em suma, foi possível compreender, a partir destas análises, que a maioria das reportagens produzidas pela imprensa televisiva de Uberlândia contribuíram para reforçar a hipótese de que a OSC ABC do Glória é representada na mídia a partir do imaginário social posto na sociedade de que as instituições do terceiro setor são meramente assistencialistas quando, na realidade, o objetivo inicial é, majoritariamente, suprir uma demanda existente, visto que, muitas vezes, as políticas públicas não chegam até comunidades mais vulneráveis com eficiência.

Para que esse problema seja minimizado, é preciso que a assessoria de imprensa da ABC do Glória comece a propor pautas sobre a importância dessa instituição onde as políticas públicas são ineficientes, partindo do princípio de que a OSC é pautada nas práticas propostas por Paulo Freire, de que deve haver uma intervenção social a partir de ações que vão além do extensionismo. Por isso, espera-se que a ABC do Glória não seja representada como meramente assistencialista.

Por outro lado, as emissoras de tv poderiam pensar em instituições como a ABC do Glória sob uma outra perspectiva. Propor outros critérios de noticiabilidade em que ele possa ser pautado e não apenas em épocas de campanhas, em que são mostradas ações pontuais, que também possuem o seu valor, mas não representam o real propósito da instituição.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo destes capítulos, foi possível refletir sobre o papel do telejornalismo para construir e reforçar identidades e estereótipos do terceiro setor, partindo do pressuposto de que as instituições sociais desenvolvem ações apenas assistencialistas, sem se aprofundar em representar as atividades de transformação social desenvolvidas por essas organizações.

Dessa forma, percebe-se que a imprensa televisiva de Uberlândia não dá a atenção devida para problemas estruturais e enraizados em regiões periféricas, que não podem ser resolvidos apenas com ações pontuais de assistência, como a entrega de cestas básicas. É o caso do déficit brasileiro na educação, na saúde, na promoção ao lazer, à cultura, ao esporte, entre outros direitos básicos garantidos constitucionalmente no Brasil.

Pode-se afirmar também que, nas reportagens analisadas, o estereótipo de assistencialista foi reafirmado muitas vezes por desinformação, falta de aprofundamento no tema. No entanto, é papel social do jornalista manter um compromisso com os sujeitos representados. Para Freire, essa responsabilidade seria de fato exercida quando o profissional se desprende de um olhar distanciado sobre o assunto pautado. “O compromisso, próprio da existência humana, só existe no engajamento com a realidade, de cuja ‘águas’ os homens verdadeiramente comprometidos ficam ‘molhados’, ensopados.” (FREIRE, 1983, p. 19).

Portanto, faltou nas reportagens analisadas essa aproximação com a ABC do Glória para falar sobre ela. Dessa forma, a instituição foi representada predominantemente como organização generosa, que tem como intuito ajudar pontualmente pessoas necessitadas, quando na realidade, a missão da ABC do Glória já está bem definida: “Formar crianças e adolescentes da periferia em indivíduos autônomos, solidários e conscientes do seu potencial ativo na sociedade”.

Quando a ABC do Glória é representada de uma forma diferente da sua proposta central, essa representação pode contribuir para, além de reforçar o estereótipo assistencialista, também pode promover um questionamento na sociedade sobre o trabalho desenvolvido pelo terceiro setor, lembrando casos

como os de desvio de dinheiro e corrupção dentro das instituições sociais. Uma vez que não são representadas pelas ações voltadas para a transformação social em si e, na maioria das vezes, elas só são apresentadas pedindo contribuição ou divulgando campanhas, a imagem negativa pode continuar a prevalecer.

A representação do terceiro setor a partir do seu propósito inicial também pode contribuir para reforçar a credibilidade de instituições sérias e comprometidas com a transformação social como a ABC do Glória, para que elas possam construir estratégias ainda maiores no combate às desigualdades e na luta para restabelecer direitos que foram negligenciados a algumas comunidades, mas que são extremamente importantes para a constituição de espaços com recursos que possibilitem o desenvolvimento de potencialidades e de transformações.

Portanto, o jornalismo tem a oportunidade e a responsabilidade social de compreender melhor o papel do terceiro setor para representá-lo a partir de seus objetivos e ações, uma vez que, dessa forma, pode conseguir pautar o governo para a criação e o aperfeiçoamento de políticas públicas que cheguem até comunidades cujos direitos foram negligenciados. A mídia ainda é fundamental para influenciar o país sobre os problemas que precisam ser resolvidos e suscitar o debate de como eles podem ser combatidos, para que, cada vez menos, ações pontuais e imediatas de assistência precisem ser realizadas.

Tanto as emissoras de televisão, propondo novos critérios de noticiabilidade e abrindo espaço para novas perspectivas sobre as comunidades em situação de vulnerabilidade social, quanto as próprias instituições do terceiro setor, a partir da sugestão de novas pautas para além das campanhas em épocas pontuais, podem contribuir para representar organizações como a ABC do Glória atuando em seu propósito de transformação e de emancipação dos sujeitos.

Por fim, com os resultados obtidos nesta pesquisa, espera-se que seja possível, por parte dos jornalistas, repensar a forma como o terceiro setor é representado na mídia e como a interrupção dessa repetição pode contribuir para a transformação social de uma sociedade tão desigual e repleta de preconceitos.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, R. C. F. **Um olhar sobre os jovens e sua vulnerabilidade social**. São Paulo: AAPCS, 2001. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com_content&id=2048:catid=28>. Acesso em 13 mar. 2022.
- BARBOSA, Rodrigo. **Telejornalismo local: a construção da identidade cultural no processo comunicativo**. Aturá-Revista Pan-Amazônica de Comunicação, v. 4, n. 1,, 2020.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.
- BRASIL. Senado Federal. **Relatório Final da CPI das ONGs**. Brasília, DF, p. 1.478, 2010. Disponível em: <<https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/194594/CPIlongs.pdf?sequencia=6>>. Acesso em: 13 fev. 2022.
- CANDIDO, Antonio. **O direito à literatura**. In: CANDIDO, Antonio. Vários escritos Rio de Janeiro: Ouro sobre Azul, 2011. p. 171-193.
- CASTRO, Jorge Abrahão. **Política social e desenvolvimento no Brasil**. Economia e Sociedade, v. 21, p. 1011-1042, 2012.
- COEN, Monja. Sociedade em movimento | **Organizações da sociedade civil no Brasil** | Sustenta OSC #8. Youtube. 24 set. 2018. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=Hp7C9TfK1Fk>>. Acesso em: 18 abr. 2021.
- COUTINHO, Iluska; MUSSE, Christina. **Telejornalismo, narrativa e identidade: a construção dos desejos do Brasil no Jornal Nacional**. Revista Alterjor, v. 1, n. 1, 2010.
- DINIZ, Célia; SILVA, Iolanda Barbosa. **O método dialético e suas possibilidades reflexivas**. Natal: EDUEP, 2008.
- FALCONER, Andres Pablo. **A promessa do terceiro setor**. Centro de Estudos em Administração do Terceiro Setor. Universidade de São Paulo, 1999.
- FERNANDES, Rubem César. **Privado porém público. O terceiro setor na América Latina**. Rio de Janeiro, Relume Dunará, 1994.
- FGV SOCIAL. **Bem-estar trabalhista, felicidade e pandemia: Junho/2021**. 2021. Disponível em: <<https://cps.fgv.br/FelicidadeNaPandemia>> Acesso em: 12 mar. 2022.
- FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. 32. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

FREIRE FILHO, João. **Mídia, estereótipo e representação das minorias**. Revista Eco-Pós, v. 7, n. 2, 2004.

FREIRE FILHO, João. **Força de expressão: construção, consumo e contestação das representações midiáticas das minorias**. Revista Famecos, v. 12, n. 28, 2005.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

HALL, Stuart. **Quem precisa da identidade?**. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. 6.ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

IBGE Educa. **Conheça o Brasil – População – Educação**. Disponível em: <<https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18317-educacao.html>>. Acesso em 13 mar. 2022.

IBGE Educa. **Conheça o Brasil – População – Educação**. Disponível em: <<https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18317-educacao.html>>. Acesso em 27 jun. 2021.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Acesso à Internet e a televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2019**. Rio de Janeiro: IBGE, 2021. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101794_informativo.pdf> Acesso em: 13 mar. 2022.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **As fundações privadas e associações sem fins lucrativos no Brasil**: 2016. Rio de Janeiro: IBGE, 2019. (Estudos e Pesquisas: Informação Econômica, n. 32). Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101647.pdf>> Acesso em: 13 mar. 2022.

INSTITUTO TRATA BRASIL. **Saneamento e doenças de veiculação hídrica DATASUS e SNIS 2019**. . Disponível em: <https://tratabrasil.org.br/images/estudos/saneamento-e-saude/Sum%C3%A1rio_Executivo_-_Saneamento_e_Sa%C3%BAde_2021__2.pdf> Acesso em: 12 mar. 2021

IPEA – INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Mapa das Organizações da Sociedade Civil**. Disponível em <<https://mapaosc.ipea.gov.br/>>. Acesso em: 29 maio 2021.

KONDER, L. **O que é a dialética**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1981

MATTOS, Luciano.; HERCOWITZ, Marcelo. **Economia do meio ambiente e serviços ambientais: estudo aplicado à agricultura familiar, às populações**

tradicionais e aos povos indígenas. Embrapa Cerrados-Livro científico (ALICE), 2011.

MOTA, Luiz Gonzaga. **Comunicação e Movimentos Populares de Massa.** In Comunicação e Mobilização Social. Brasília: UnB, 1996.

NORONHA, Andrius Estevam. **Conceitos básicos em políticas públicas no Brasil contemporâneo.** Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional, v. 2, n. 2, 2005.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: Manual de Telejornalismo.** editora Campus. Rio de Janeiro, 1999.

RODA VIVA. TV Cultura. **Entrevista com Edu Lyra.** [vídeo: 1h, 32m, 40s]. 29 mar. 2021. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=yxlkAel9OxY&t=3088s>>. Acesso em: 26 mai. 2021.

REDE GLOBO. **Manual de telejornalismo da Rede Globo.** Rio de Janeiro: Central Globo de Jornalismo, 1986.

SANTOS, José Erivaldo Oliveira dos. **Políticas públicas na atualidade e seus desafios.** Seminário Nacional Demandas Sociais e Políticas Públicas na Sociedade Contemporânea, 2015.

SANTOS, Nelson Rodrigues. **Política pública de saúde no Brasil: encruzilhada, buscas e escolhas de rumos.** Ciência & Saúde Coletiva, v. 13, p. 2009-2018, 2008.

SILVEIRA, Ada Cristina Machado. **Representações midiáticas, memória e identidade.** Intercom. Anais [...]. Trabalho apresentado IV Colóquio Brasil-França, Seção temática Comunicação e Cultura, do XXVII Congresso da Intercom. Porto Alegre, RS, 30 de agosto a 3 de setembro de 2004. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/114207024209518791716507656874190840072.p>> Acesso em: 13 mar. 2022.

SOUZA, Celina. **Políticas públicas: uma revisão da literatura.** Sociologias, p. 20-45, 2006.

TODOS PELA EDUCAÇÃO. **Nota técnica: impactos da pandemia na alfabetização das crianças.** Disponível em: <<https://todospelaeducacao.org.br/wordpress/wp-content/uploads/2022/02/digital-nota-tecnica-alfabetizacao-1.pdf>> Acesso em: 13 mar. 2022.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do jornalismo. **A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional.** Florianópolis: Insular, 2005

VIZEU, Alfredo Pereira; DA SILVA, Laerte José Cerqueira. **65 anos de televisão: o conhecimento do telejornalismo e a função pedagógica.** Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, v. 23, n. 3, 2016.

VIZEU, Alfredo. **O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica.** Revista Famecos, v. 16, n. 40, p. 77-83, 2009.