

## **Produção, Recepção e Resposta: a Comunicação e o Diagnóstico do Terceiro Setor de Belo Horizonte<sup>1</sup>**

Ms. Wilma Pereira Tinoco Vilaça. Docente do Centro Universitário de Belo Horizonte

Ms. Sheila Ferreira Lima. Docente do Centro Universitário de Belo Horizonte

### **Resumo**

Este trabalho tem como objetivo analisar a comunicação em um processo que se pretendia autônomo e culmina por revelar que, em se tratando da comunicação utilizada pelo poder público o desafio seria retirar a instrumentalidade da resposta e se observar o movimento e pulsação da vida social, bem como sua estreita articulação com a realidade. Empiricamente, apresenta os resultados do Diagnóstico do Terceiro Setor, realizado em Belo Horizonte, no período compreendido entre março de 2005 e dezembro de 2006.

**Palavras-chave:** Comunicação; Comunicação pública; Resposta social; Interação; Terceiro Setor.

### **Faces da Comunicação**

A definição da comunicação como campo disciplinar tem favorecido frutíferos debates que põem em cena a instantaneidade e os acréscimos advindos das inovações tecnológicas, mas tem também como imperativo escutar as transformações nas interações sociais. Longe de atingir a unanimidade, a problemática da comunicação envolve sua concepção epistemológica e a perspectiva pragmática que perpassa organizações corporativas, públicas e do terceiro setor.

As alterações nas estruturas coletivas apontaram um novo desenho de organização social. Se, nas comunidades, a tradição e o consenso prevaleciam, instala-se na sociedade uma complexa teia de relações, tencionadas pelas diferenças e, não raro, mediatizadas. A distinção entre os termos *sociedade* e *comunidade*, entendidas como dimensões da relação social, como evoca Ferdinand Tönnies, e destaca que “a comunidade é marcada por laços de sangue, relações primárias, consenso, rígido controle social; sociedade, ao contrário, caracteriza-se pela presença de relações secundárias, por convenção, anonimato, troca de equivalentes” (MAGNANI, 1996, p. 22).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GT Abrapcorp 6 – Comunicação pública, governamental e política.

Enquanto a primeira fecha-se em torno do *comum*, a segunda tende ao distanciamento e à atomização das relações interpessoais.

Para se inserir nessa nova coletividade, o indivíduo passa a utilizar racionalmente a comunicação e, posteriormente, adere à presença dos dispositivos midiáticos como possibilidade para acompanhar o que já não é mais possível presenciar.

[...] É a partir da análise da Sociedade enquanto tipo de organização coletiva que podemos entender, de um lado, a necessidade de comunicação do indivíduo moderno em seu afã de engajamento coletivo; e, de outro lado, a presença notória e crescente que adquirem os meios de comunicação em nossa sociedade de massa, como parte importante no processo de instrumentalização da atividade individual face ao seu desafio de engajamento numa coletividade complexa.

(MARTINO, 2001, p.85)

Naturalmente, os novos dispositivos mediatizadores deslumbram pelas possibilidades técnicas de aproximação, contato e, ainda, por suas características de inclusividade e penetrabilidade (BRAGA, 2001), mas desafiam pela sua coexistência com outros processos sociais não midiáticos. Para o autor, a comunicação não se limitaria a estudar os meios de comunicação como característica inerente e exclusiva da área e como única possibilidade de percepção das relações sociais hodiernas, mas deveria lançar luz sobre o que há de conversacional ou de troca comunicativa. Em outras palavras, “observar como a sociedade conversa com a sociedade” (BRAGA, 2001, p.17).

Uma maneira de referir-se à interação comunicacional é considerar que se trata aí dos processos simbólicos e práticos que, organizando trocas entre os seres humanos viabilizam as diversas ações e objetivos em que se vêem engajados [...] e toda e qualquer situação que solicita co-participação.

(BRAGA, 2001, p.17-18)

Assim, a comunicação seria marcada por duas perspectivas básicas. Por um lado “deixa de ser definida como simples meio técnico envolvido numa teia de relações sociais e passa a ser concebida como uma forma de relação social que permeia e participa da configuração do social” (CASTRO, 1997, p.19). De outro, o processo comunicativo deve ser concebido como “instituído pelo social, ao mesmo tempo em que, por seus procedimentos operatórios próprios e pelas

relações que agencia, se apresenta também como instituinte da teia de relações configurada socialmente” (CASTRO, 1997, p. 19).

A amplitude e complexidade da comunicação desloca o sujeito social para o centro do processo e exige um esforço que não mais se limita à análise de estruturas e à presença reconfiguradora dos meios de comunicação – mais facilmente percebidas –, mas exige um olhar que retira a instância emissora da posição cômoda de enviar informações e aguardar o *feedback*, que o receptor adestrado irá emitir. O desafio não é menor quando se trata da comunicação pública. Quando se trata do panorama social, há que se observar seu movimento e pulsação e sua estreita articulação com a realidade.

O debate acerca da comunicação pública, no Brasil, traz à tona questões que se interpõem como resultantes de seu estágio e englobam desde a precariedade da estrutura até a complexidade dos modelos administrativos vigentes. E isto, naturalmente, torna difícil essa tarefa, uma vez que não seria possível fazê-lo sem que se levasse em conta a dinâmica da constituição dos atores sociais ao longo do século XX. Esse olhar permite-nos observá-los como sujeitos coletivos, “capazes, portanto, de uma racionalidade própria de ocupação da arena política” (PRADO, 2006, p. 208).

Essa racionalidade apontaria para a compreensão da existência de um novo espaço de negociação, forjado no amadurecimento tanto da sociedade quanto do Estado. Face a essa reconfiguração – aqui chamada identitária -, este trabalho quer falar da ambigüidade presente na “comunicação da política que simultaneamente deve atrair e manter o olhar (comunicação planejada), ir ao encontro das expectativas do imaginário do espectador e convencê-lo sobre [...] a verdade de seu discurso (argumentação)” (WEBER, 2006, p.125). Ou seja, se em trabalho anterior, as autoras já afirmavam sobre a “[...] questão da visibilidade, que gera confiança” (LIMA e VILAÇA, 2004, p.11) agora mais presente se faz essa discussão.

No espaço político, cada vez mais, se torna necessário dar visibilidade aos acontecimentos, pois é ela quem garantirá a credibilidade e a adesão aos projetos de uma instituição. Para Weber (2006), torna-se imperioso que a sedução se instale, que se transformem em argumentos aquilo que possa ser capturado pelo olhar. Dessa maneira, o que se pretenderia, de fato, com a comunicação

pública se traduziria em uma disputa “pela ocupação do imaginário” (WEBER, 2006, p.131), que deixaria pistas fortes o suficiente para conduzir esse imaginário – que se pretende coletivo – à formação de imagem pública favorável. Não por acaso, se observarmos as raízes latinas das duas palavras – imagem e imaginário – veremos que ambas dizem sobre a representação que algo evoca na mente das pessoas, aquilo que não é real (NEVES, 1998).

E nesse exercício crítico sobre a intencionalidade presente na comunicação pública – característica que não se pretende afirmar como sendo exclusiva dessa esfera, mas, intrinsecamente a ela vinculada – forja-se outro conceito: o de que “o acesso à informação é um direito de cidadania” (PERUZZO, 2004, p.63). Todavia, acredita-se também que “tudo o que os homens fazem, sabem ou experimentam só tem sentido na medida em que pode ser discutido” (ARENDT, 1991, p.12). Assim, entende-se que a comunicação na esfera pública muito mais que prestar contas à sociedade, por meio da publicização de suas idéias, atitudes e projetos, deve se preocupar com a adoção de uma política de comunicação capaz de permitir aos atores sociais refletirem sobre essa informação e, a partir daí, ocupar seu espaço público o que, segundo Miotto (2006) só seria possível por meio da ação e do discurso.

Essa discussão também permite a inferência de que aquele que recebe a informação é um sujeito que reage e filtra o que foi recebido. Sem pretender aqui aprofundar nos aspectos teóricos que falem dos estudos sobre recepção e emissão, o que queremos estabelecer é a idéia de que a comunicação pública hoje é entabulada para um sujeito no mundo e que reage a ela segundo suas experiências e expectativas. Nessas circunstâncias, advoga-se não ser possível abordar a comunicação pública de forma unilateral, demarcando espaços ou posicionando-a como detentora, *a priori*, da verdade. Ou seja, a comunicação tem os meios necessários para criar as condições ideais de visibilidade, mas dependerá do outro para que se estabeleça. Assim, seria incontestável afirmar que o sujeito social é capaz de romper essa espiral do silêncio e assumir uma nova dimensão frente ao que está instituído. Segundo Mounier “existir pessoalmente é também e muitas vezes, saber dizer não, protestar, desligar-se” (1976, p.99).

Considerando-se as transformações operadas na consolidação da sociedade atual, cujas interações ocorrem cada vez mais midiaticamente, emissores e receptores se cotejam no desafio de se fazer

ver e ouvir, o que não se estabelece sem diálogo e compreensão. Assim, a supremacia das clássicas instâncias emissoras – legitimadas via meios de comunicação, governos, empresas – deve reconhecer que para falar com a sociedade é preciso saber ouvi-la. Na outra ponta, a sociedade verifica que deve ocupar, de fato e de direito, um lugar de fala, onde suas demandas e posicionamentos possam ser reverberados.

Sair do paradigma informacional para uma visão comunicacional (Braga, 2006; Wolton, 2005) significa compreender que informação e comunicação se figuram cada vez mais como conceitos distintos e complementares. Para Wolton (2005), a informação é mensagem, imagem, som, enquanto a comunicação é a forma como o receptor negocia a informação. Para haver comunicação o receptor deve apropriar-se das mensagens. Nesse cenário de mediatização inevitável, Braga (2006, p. 23) constata duas formas de interatividade: a estrita, considerada como as “ações de retorno direto ou pontual do receptor para o emissor” e a social ampla, quando se refere à “circulação com retorno diferido e difuso – ou seja, aquela na qual as informações circulam na sociedade, tornando-se de domínio comum (em determinado âmbito) e, nesse nível podendo chegar ao emissor original como retorno”<sup>2</sup>.

O reconhecimento de que sociedade atribui um sentido social às ações e produtos oriundos dos meios de comunicação, governos, empresas e outros emissores autorizados, leva à constatação da existência de um terceiro subsistema – tão abrangente e complexo como os subsistemas de emissão e recepção – denominado por Braga (2006) como *sistema de resposta social*.

[...] Desde as primeiras interações mediatizadas, a sociedade age e produz não só com os meios de comunicação ao desenvolvê-los e atribuir-lhes objetivos e processos, mas sobre os seus produtos, redirecionando-os e atribuindo-lhes sentido social. Ao fazer isso, chega inclusive, *partindo de práticas de uso*, a desenvolver novos objetivos e funções para as tecnologias inventadas a serviço inicialmente de pontos de vista relacionados a produção e emissão. [...] Esse terceiro subsistema corresponde a atividades de resposta produtiva e direcionadora da sociedade em interação com os produtos midiáticos.

(BRAGA, 2006, p.22)

---

<sup>2</sup> Segundo Braga (2006, p. 25), não se deve confundir resposta e retorno. “Nem toda resposta retorna eficazmente ao interlocutor – o que, aliás, podemos experimentar no próprio processo conversacional, em decorrência de limitações da escuta, da pertinência ou da articulação de objetivos”.

Isso não significa que processos de interatividade estrita e que os traços da oralidade – tão marcantes nas relações comunitárias – deixem de se fazer presente, mas é a mediação que permite que as respostas circulem socialmente e que os homens possam interagir nesse intrincado cenário social – iminente marcado pelos dispositivos midiáticos.

### **O Diagnóstico do Terceiro Setor em Belo Horizonte**

Isto posto, apresentam-se os resultados da pesquisa empreendida entre abril de 2005 e dezembro de 2006, cujos desdobramentos produziram o Diagnóstico do Terceiro Setor, em Belo Horizonte/MG. Ulterior à sua proposição como um projeto de Iniciação Científica, coordenado pelas autoras deste artigo, a proposta foi encampada pelo CAOTS – Centro de Apoio Operacional ao Terceiro Setor, órgão vinculado à Promotoria de Fundações do Ministério Público do Estado de Minas Gerais e se transmutou em um grande projeto interinstitucional, tornando-se, inclusive, projeto do curso de Relações Públicas, do UNI-BH, para o ano de 2006.

A convergência de interesses na realização do Diagnóstico foi percebida como possibilidade inequívoca, visto ser interesse acadêmico investigar o papel da comunicação na formulação de uma proposta de articulação da rede do Terceiro Setor em Belo Horizonte, e do CAOTS “[...] chegar à proposição de regulamentos e leis que visem ao real atendimento de interesses da coletividade”<sup>3</sup>, além de ainda evidenciar que o diagnóstico permitiria o ajuste ao princípio da eficiência na gestão das políticas públicas. A questão dos recursos foi viabilizada, graças à assinatura de um termo de Cooperação Mútua com a Prefeitura Municipal e o consequente aporte de verba, viabilizado pela FAPEMIG – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais. Daí em diante, um longo percurso foi percorrido. Cada fase foi consonante com a metodologia definida para o trabalho de campo, fruto de intensos e múltiplos debates realizados pelo Comitê Metodológico, composto por professores de várias IES de Belo Horizonte, coordenadas pela equipe do curso de Relações Públicas do Centro Universitário de Belo Horizonte – UNI-BH. Além do mais, foi contratada a consultoria da FIPE, de São Paulo, que teve significativa contribuição na parte de operacionalização dos trabalhos de campo.

---

<sup>3</sup> Extraído do texto de justificativa de criação do CAOTS. Relatório Anual de Atividades – exercício 2004.

Definir uma metodologia para o trabalho demandou um pouco mais de tempo e um número maior de intervenções, haja vista a percepção de que o próprio termo – Terceiro Setor – carecia ainda de maior precisão e apresentava-se como bastante ambíguo, relativizado por uma miríade conceitual em cujo cerne percebia-se, muitas vezes, que a adoção de um conceito serviria aos interesses de quem fala e sua inserção em determinado contexto. Embora essa imprecisão ainda exista, genericamente postula-se que o terceiro setor se configuraria como aquele espaço de iniciativas de participação cidadã, onde as mesmas teriam como lógica produtiva o bem comum, a defesa de direitos e interesses coletivos.

O que promoveu a aridez dos debates científicos foi a constatação de que as instituições do Terceiro Setor, até mesmo pelo volume e pelos números que apresentavam, já se reorganizavam e tinham um desenho diferenciado. Existiam aquelas que, formalmente constituídas, exerciam seu papel social, sob a tutela do Estado e aplausos da mídia e da sociedade. No entanto, ganhavam espaço e não poderiam ser relegadas, aquelas a quem chamávamos do não-instituído – organizações sem fins lucrativos, voltadas para o interesse público, cujo motor era a ação isolada, prenhe de boas intenções e destituídas de outro interesse do que o de *fazer a sua parte*.

Esse seria o grande desafio: mapear e entender como essas iniciativas nasciam e se mantinham. Muito mais que entender o Terceiro Setor como um movimento social estratégico e horizontal, interessava-nos o que não estava posto e oficializado, matriz de toda a essência do que sempre se idealizou como sendo o Terceiro Setor.

No entanto, face a necessidade de dar maior rigor ao método e a certeza de que o recorte era vital, optou-se pela seguinte proposição: “nesta pesquisa, o Terceiro Setor é compreendido por aquelas entidades sociais que preenchem os requisitos de ser pessoa jurídica (com registro); de direito privado; sem fins lucrativos; de interesse coletivo; excluindo as entidades de interesses de coletividades restritas, assim consideradas as entidades classistas, clubes de futebol, partidos políticos, igrejas e condomínios de edifícios”<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Extraído do Manual do Entrevistador – produzido pelo Comitê Metodológico do Diagnóstico/2006.

Para que o banco de dados pudesse ser formatado, as fontes principais foram os cadastros do Cartório de Pessoa Jurídica do município, da Receita Federal, dos Conselhos e Secretarias municipais, das Promotorias de Justiça do Ministério Público, do Conselho Nacional de Assistência Social e da Secretaria de Planejamento e Gestão de Estado de Minas Gerais. Todas as informações cadastrais, até então dispersas, foram inseridas em um único banco de dados, eliminando duplicidades e/ou sobreposição dessas informações. Com isso, chegou-se ao universo de 3.281 instituições, conforme figura abaixo.

ORGANIZAÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS DE BELO HORIZONTE		Unidades	UP*	UPC**
<b>Cadastro original do Diagnóstico do Terceiro Setor de Belo Horizonte</b>		<b>3.281</b>		
	Organizações com cadastro em duplicidade	323		
	Não selecionadas/não pertencentes ao Terceiro Setor	185		
<b>Universo potencial</b>		<b>2.773</b>	<b>100,0%</b>	
	Organizações inoperantes/fechadas	111	4,0%	
	Atuação informal	95	3,4%	
	Outros motivos para não realização da pesquisa	51	1,8%	
	Mudaram-se para fora de Belo Horizonte	41	1,5%	
<b>Universo a pesquisar</b>		<b>2.475</b>	<b>89,3%</b>	
	Organizações não localizadas	668	24,1%	
<b>Universo da pesquisa de campo</b>		<b>1.807</b>	<b>65,2%</b>	<b>100,0%</b>
	Responsável não localizado	346	12,5%	19,1%
	Não quiseram participar da pesquisa	118	4,3%	6,5%
<b>Questionários aplicados</b>		<b>1.343</b>	<b>48,4%</b>	<b>74,3%</b>
	Questionários cancelados	22	0,8%	1,2%
<b>UNIVERSO PESQUISADO</b>		<b>1.321</b>	<b>47,6%</b>	<b>73,1%</b>

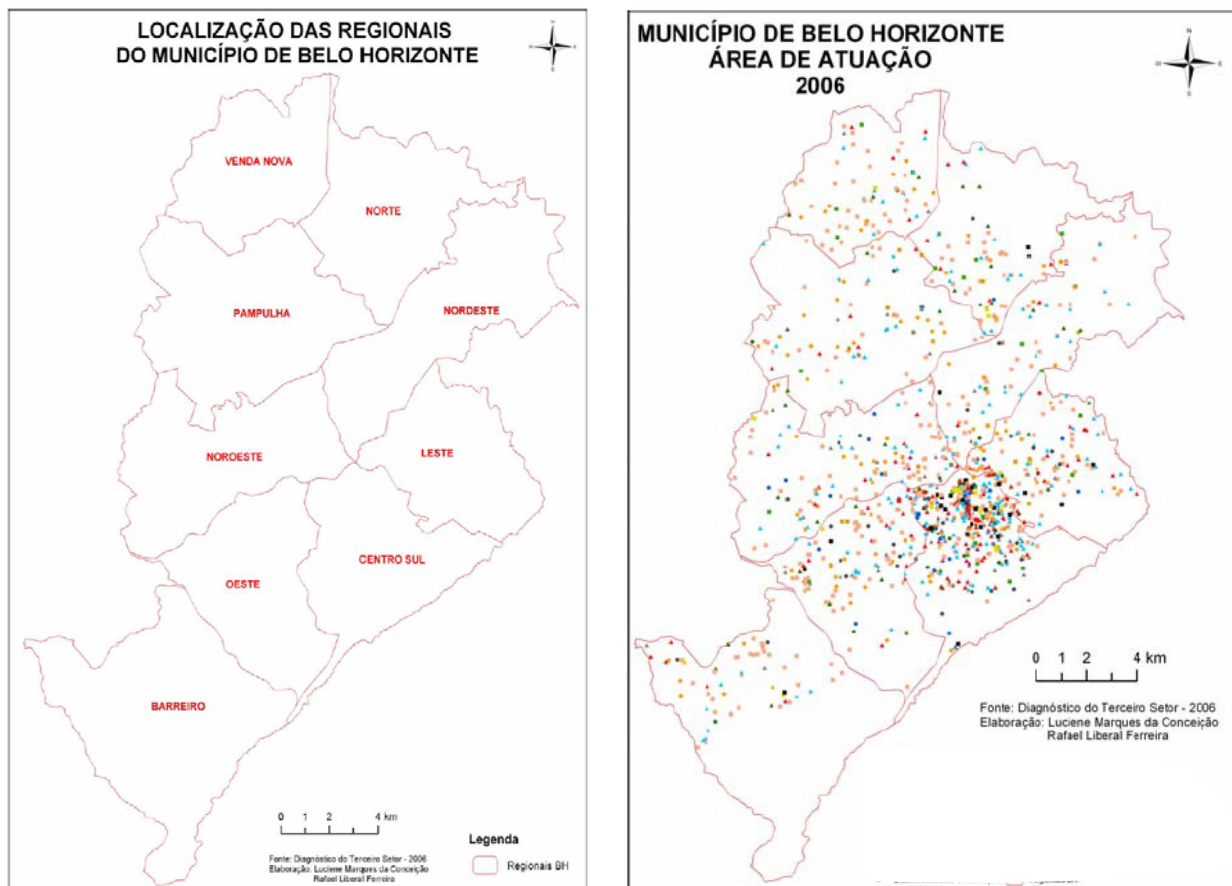
\* UP = universo potencial

\*\* UPC = universo da pesquisa de campo

Fonte: Pesquisa de campo realizada em Belo Horizonte/MG entre fevereiro e abril de 2006

A partir daí, determinou-se que seria mantida, como critério para a investigação, a divisão da cidade em nove regionais, tal como hoje se subdivide o município de Belo Horizonte. A pesquisa de campo envolveu 134 pessoas - dos quais 100 foram pesquisadores, mais supervisores, recheadores e digitadores, e levou a termo 1.343 questionários, o que nos permitiu fazer a demarcação geográfica das instituições pesquisadas, distribuindo-as tanto por sua área de atuação quanto por alguns outros atributos, como o número de voluntários que nelas trabalham, somente para citar um deles. As figuras abaixo mostram como se configura o município de Belo Horizonte e retrata a densidade percebida por área de atuação, respectivamente. Nesse sentido, causou surpresa a constatação de que a área de Assistência Social representou o segmento com maior número de instituições, em detrimento ao de esporte e lazer, tradicionalmente percebido como uma possibilidade concreta e mais efetiva de adesão do público-alvo ao projeto da instituição e,

por isso mesmo, capaz de gerar resultados práticos na vida cotidiana, via diminuição dos índices de criminalidade e evasão escolar, por exemplo.



Para a realização do trabalho de campo foram necessários 10 meses, incluindo aí o campo propriamente dito, a digitalização dos dados obtidos, sua análise e o geoprocessamento dos mesmos, bem como a elaboração do relatório final. Considerando-se todo o processo, a pesquisa durou de março de 2005 a dezembro de 2006.

### Considerações Finais

Qual o papel da comunicação no Diagnóstico do Terceiro Setor, em Belo Horizonte? Idealizado para ser um instrumento que pudesse aferir a contribuição da Comunicação Social e das Relações Públicas na criação e manutenção de vínculos entre os movimentos sociais e seus distintos públicos, bem como o registro dos principais instrumentos de comunicação, formais e informais,

utilizados pelas entidades, o Diagnóstico do Terceiro Setor em Belo Horizonte ganhou diferente formato e nova conotação. A análise de seus resultados permite a verificação de que uma angulação mais econômica do que social passou a ser sua tônica, fator talvez explicado pela adesão do Estado ao projeto de pesquisa e também pela participação da FIPE, que, historicamente, define a área como seu objeto de estudo.

Subsumida, a comunicação, no entanto, se faz presente, por meio dos muitos instrumentos e meios utilizados para dar sustentação à realização do Diagnóstico do Terceiro Setor. Foram eles:

- Pesquisa exploratória, para que se pudesse conhecer um pouco mais acerca da realidade a ser investigada. O instrumento foi semi-estruturado, contando com aproximadamente 25 questões e serviu para dar embasamento à participação das autoras, nos fóruns realizados durante o III Encontro do Terceiro Setor;
- Folder, com duas dobras, no formato 41,5 x 29,5 cm, em policromia, com o objetivo de sensibilizar o público-alvo para a realização do Diagnóstico. Sua distribuição ocorreu durante o III Encontro do Terceiro Setor, em Belo Horizonte;
- Encontro do Terceiro Setor em Minas Gerais, realizado em 28/06/2005, em Belo Horizonte, com o tema: Intersetorialidade: 1º, 2º e 3º setores em debate pela cidadania. Na ocasião, lançou-se o Diagnóstico e foi feita a divulgação de material informativo;
- Manual do Entrevistador: instrumento de orientação para pesquisa de campo, com 122 páginas, cujo objetivo era municiar o entrevistador de informações sobre cada pergunta a ser formulada durante o trabalho de campo;
- Treinamento: os entrevistadores tiveram a possibilidade de realizar uma leitura crítica e dialogada do Manual, antecipando eventuais dificuldades. O treinamento contou, além da equipe técnica, com o suporte de uma profissional da área de Psicologia. Realizado em 09 e 10 de janeiro de 2006.
- Seminário nacional, intitulado Relações Intersetoriais: um novo modelo de gestão para o desenvolvimento sustentável, realizado de 22 a 25 de maio de 2006, em Belo Horizonte, cujo modelo permitiu a apresentação, em mesa-redonda, dos resultados parciais do Diagnóstico;
- Pesquisa qualitativa, com o método *Focus Group*, realizado com nove supervisores de campo, a partir de um tópico-guia com 16 perguntas e cujo objetivo era obter , por meio

de dados secundários, oriundos da observação do grupo no decorrer do trabalho de campo e avaliar em que medida a experiência dos entrevistadores poderia contribuir na análise da pesquisa.

- Relatório do Diagnóstico do Terceiro Setor de Belo Horizonte, apresentado em dezembro de 2006, como produto do trabalho realizado e disponibilizado em CD-ROM.

Em termos da visibilidade amealhada pelo Diagnóstico podem ser citadas: a entrevista com José Bernardo Toro, convidado especial para abertura do Seminário Nacional de Relações Intersetoriais, veiculada pelo encarte Eu Acredito!, do Jornal Hoje em Dia, em sua edição de 25/05/2006; entrevista com Dr. Tomaz Aquino Resende, Coordenador geral do Diagnóstico, no encarte Eu Acredito!, do Jornal Hoje em Dia, em sua edição de 25/05/2006; matéria publicada no Jornal UNI-BH, em sua edição de número 99, página 6, em que a comunidade acadêmica tem acesso ao projeto de realização do Diagnóstico; matéria intitulada Ministério Público quer mapear as ONGs na capital mineira, publicada no Jornal O Tempo, caderno Cidades, em 08/12/2006; folder da Procuradoria-Geral de Justiça – 21ª Promotoria de Justiça de Tutela de Fundações e Entidades de Interesse Social, com duas dobras, no formato 41,5 x 29,5 cm, em policromia; matéria publicada no encarte Eu Acredito!, do Jornal Hoje em Dia, em sua edição de 31/11/2005, com o título CAO-TS comunica – Raio X do Terceiro Setor; nota no Relatório Anual 2004, da Procuradoria-Geral de Justiça – 21ª Promotoria de Justiça de Tutela de Fundações e Entidades de Interesse Social, página 18. Além disso, diversos integrantes da equipe do Comitê Metodológico foram destacados para entrevistas e inserção em mídia televisiva, bem como houve a participação do Dr. Tomaz Aquino Resende, como Coordenador geral do Diagnóstico, em programas regionais como o MG-TV, primeira e segunda edições, a intervalos regulares e/ou sempre que o Diagnóstico suscitava pauta.

Não obstante o fato de considerarmos que a presença do Ministério Público e do Governo poderia trazer um viés à pesquisa, pela resistência em prestar determinadas informações, o instrumento de pesquisa continha um bloco onde era solicitado ao entrevistado manifestar opinião sobre o Diagnóstico do Terceiro Setor. Tendo em vista o caráter regulador/fiscalizador inerente ao trabalho dessas duas instituições, considerou-se essa perspectiva legítima e a mesma foi confirmada no decorrer das entrevistas, quando os depoentes manifestaram, de forma explícita,

essa preocupação. Embora o tratamento da informação tenha apontado um valor bastante positivo ao resultado, essa angústia fica latente nos depoimentos e sugere que a população ainda desacreditava na eficácia da iniciativa, uma vez que, somente 37 % dos entrevistados acreditavam que o Diagnóstico permitiria aos órgãos públicos delinear políticas públicas – razão apontada para a parceira com o governo.

“Não tenho expectativa em relação à iniciativa do Ministério Público. Suponho que pode, inclusive, acarretar em mais tributação”.

“Gostaria muito que esta pesquisa tivesse realmente uma finalidade, que trouxesse resultados ou ações efetivas para todas as entidades entrevistadas. Penso que ainda falta o desejo da própria sociedade em reconhecer o trabalho destas entidades, apesar de serem instrumentos e porta-voz das mesmas”.

“Muito discurso e pouca ação. As ações são punitivas”.

O propósito do Diagnóstico do Terceiro Setor demarca o reconhecimento por parte do CAOTS, do poder público e das IES da necessidade de se obter dados sobre a realidade do terceiro setor. O problema é que ao fazê-lo, as entidades entrevistadas são consideradas como receptoras, que devem emitir um retorno que se traduza em políticas públicas, uma vez que, em tese, as informações teriam sido capturadas de acordo com objetivos previamente definidos e coadunados com os interesses de quem os concebeu. A inquietação reside no fato de que, ao se optar por um enfoque mais administrativo e econômico, o questionário contribuiu para exacerbar a percepção de que os proponentes não estariam, de fato, preparados para apreender nas respostas, sempre tão diferidas e difusas, os elementos que revelam a interação e se desvelam na completude do processo comunicativo.

“Consideramos a pesquisa importante espaço e abrangente, do ponto de vista institucional. Porém, se um dos objetivos desta é a elaboração de políticas públicas, surpreendemos pelo fato de não haver questões relacionadas à pesquisa dos beneficiados com o nosso trabalho, nem de recursos que não dispomos”.

“Considero tal pesquisa importante espaço para avaliação/diagnóstico de nossas organizações e ainda para que a sociedade brasileira, em especial os órgãos públicos, conheça tantos agentes de transformação social e de crescimento do Brasil. Sugiro a adequada divulgação de seus resultados e o devido aproveitamento nas políticas sociais”.

“Que o poder público lembre-se de nós e que esta pesquisa traga algum retorno”.

“A pesquisa foi voltada para aspectos estruturais. Nesse sentido, colocou informações úteis para conhecer o 3º Setor e, a partir daí, desenvolver políticas específicas para atendê-lo. A pesquisa não trouxe questões que buscassem conhecer as atividades desenvolvidas e as metodologias usadas”.

“Falta um diálogo mais próximo: há um distanciamento público x associação. Falta comunicação entre elas”.

Percebe-se claramente pelas falas dos depoentes que a própria pesquisa – embora mantenha características de interação direta entre entrevistador e entrevistado – figura-se como mediadora entre o terceiro setor e o poder público. Para algumas entidades, poderia ser o início de um trabalho para facilitar a formação de parcerias e a obtenção de recursos para movimentação do setor. Para outras, o instrumento foi considerado meramente institucional e de coleta de dados estruturais que deixam escapar as especificidades de cada entidade, seus desafios e dificuldades e não sinaliza um diálogo mais profícuo com o poder público, que ainda aqui, aparece distante.

“Sinto falta de parcerias entre as organizações do 3º Setor e as instituições do poder público; acredito que esta pesquisa possa ajudar na formação de rede de parcerias entre essas instituições”.

“O questionário deveria ser elaborado para além do econômico (histórico-cultural –sociológico). É necessário abrir janelas dentro da pesquisa”.

Ao se retomar a fala dos atores envolvidos no processo, vislumbra-se também o aflorar de uma consciência de que um projeto dessa envergadura, tão amplamente pautado e midiaticizado, encontraria sentido na representação que os sujeitos adotam em seu imaginário. A partir daí, evocar a questão da imagem pública que se constrói é quase natural. Nesse sentido, defendemos que os sujeitos sociais estão sempre no limite da impermanência, sem, contudo, desacreditarem de seu papel legitimador daquilo que lhes é dado como pronto e garantido. Em que pesem todos os avanços e acréscimos advindos dos estudos da comunicação, prevalecem as tradicionais angulações do sistema comunicacional – emissão e recepção. Ainda que a instância emissora já admita a necessidade de compreender o sentido atribuído pela outra vertente do sistema, seu poder de fala realça seu papel ativo e hegemônico. Caberia à sociedade, na melhor das hipóteses, receber e acenar favoravelmente ao estímulo em questão.

### Referências Bibliográficas:

- ARENDDT, H. **A condição humana**. Trad. Roberto Raposo. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1991.
- BRAGA, José Luiz. Constituição do campo da Comunicação. In: COHN, Gabriel *et alii* (orgs.). **Campo da Comunicação** – caracterização, problematizações e perspectivas. João Pessoa: Universitária/UFPB, 2001.
- \_\_\_\_\_. **A sociedade enfrenta sua mídia**.- dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.
- CASTRO, Maria Céres Pimenta Spínola. **Na Tessitura da Cena, a Vida**. Belo Horizonte: UFMG, 1997.
- LIMA, Sheila; VILAÇA, Wilma. **O comum e o singular na comunicação do Terceiro Setor**: um estudo sobre a legitimação de um parque público pelas mãos da comunidade. XXVII INTERCOM, 2004, Belo Horizonte. CD-ROM.
- MAGNANI, J. Guilherme Cantor. Quando o campo é a cidade: fazendo Antropologia na metrópole. In: MAGNANI, J. Guilherme. (Org). **Na Metrópole**: textos de antropologia urbana. São Paulo: Edusp, 1996.
- MARTINO, L.C. Interdisciplinaridade e objeto de estudo da Comunicação. In: COHN, Gabriel *et alii* (orgs.). **Campo da Comunicação** – caracterização, problematizações e perspectivas. João Pessoa: Universitária/UFPB, 2001.
- MIOTTO, Luciana Bernardo. Comunicação e espaço público na sociedade da informação: reflexões sobre a política contemporânea. In: OLIVEIRA, Maria José da Costa (org.). **Comunicação pública**. Campinas: Alínea, 2004.
- MOUNIER, Emmanuel. **O Personalismo**. Lisboa: Moraes, 1976.
- NEVES, Roberto de Castro. **Imagem empresarial**. São Paulo: Mauad, 1998.
- PERUZZO, Cícilia M. Krohling. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. In: OLIVEIRA, Maria José da Costa (org.). **Comunicação pública**. Campinas: Alínea, 2004.
- PRADO, Marco Aurélio Máximo. Movimentos sociais e massa: identidades coletivas no espaço público contemporâneo. In: MAIA, Rouseley; CASTRO, Maria Céres Pimenta Spínola (org.). **Mídia, esfera pública e identidades coletivas**. Belo Horizonte:UFMG, 2006.
- TOURAINÉ, Alain. Khosrokhavar F. **La ricerca di sé, II**. Milano: Saggiatore, 2003.
- WEBER, Maria Helena. Visibilidade e credibilidade. In: MAIA, Rouseley; CASTRO, Maria Céres Pimenta Spínola (org.). **Mídia, esfera pública e identidades coletivas**. Belo Horizonte:UFMG, 2006.