

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
COMUNICAÇÃO SOCIAL: JORNALISMO

Jorge Antonio Salgado Salhani

**A COMUNICAÇÃO PARA A PAZ EM ORGANIZAÇÕES
NÃO-GOVERNAMENTAIS BRASILEIRAS E ESPANHOLAS**

Bauru
2017

Jorge Antonio Salgado Salhani

**A COMUNICAÇÃO PARA A PAZ EM ORGANIZAÇÕES NÃO-
GOVERNAMENTAIS BRASILEIRAS E ESPANHOLAS**

Monografia apresentada ao Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, como exigência parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, sob a orientação da Prof.^a Dr.^a Raquel Cabral.

Bauru

2017

Jorge Antonio Salgado Salhani

**A COMUNICAÇÃO PARA A PAZ EM ORGANIZAÇÕES NÃO-
GOVERNAMENTAIS BRASILEIRAS E ESPANHOLAS**

Monografia apresentada ao Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, como exigência parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, sob a orientação da Prof.^a Dr.^a Raquel Cabral.

Banca examinadora:

Prof.^a Dr.^a Raquel Cabral (orientadora)

Prof.^a M.^a Alana Nogueira Volpato

Prof. Dr. Maximiliano Martin Vicente

*Àqueles que tornaram tudo possível,
meus pais, Rita e Jorge.*

AGRADECIMENTOS

Não poderia de deixar de agradecer, primeiramente, aos meus pais, Rita e Jorge, mesmo que todo incentivo e apoio que me deram, incondicionalmente, não possam ser agradecidos suficientemente.

Agradeço à professora Raquel por ter despertado o meu interesse pela investigação da paz. Agradeço pela usual positividade e por sempre ver o lado bom das coisas, com gentileza e compreensão.

Agradeço à Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) pelo fomento ao projeto de iniciação científica que resultou neste trabalho de conclusão de curso (processo nº 15/13395-9) e pela Bolsa de Estágio de Pesquisa no Exterior (nº 15/26924-0).

Agradeço aos professores da Universitat Jaume I de Castellón, Espanha, que cordialmente me acolheram, em especial ao meu supervisor no exterior, Prof. Dr. Amador Iranzo.

A todos os meus amigos, que tornaram a jornada universitária mais leve, prazerosa e divertida, agradeço pelas lembranças incríveis que carregarei pelo resto de minha vida.

Agradeço ao Teddy pela confiança, pela incansável ajuda – madrugadas adentro – e por me acalmar nos momentos de nervosismo.

Ao meu irmão, por me aguentar.

E à UNESP, por ter permitido a realização de vários sonhos.

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo compreender e discutir teorias da comunicação para a paz, bem como investigar as ações comunicacionais desenvolvidas por organizações não-governamentais (ONGs), tomando como objeto organizações brasileiras e espanholas. Para tal, foi realizada uma pesquisa exploratória acerca dos estudos para a paz (*Peace Studies*), que analisou, mais especificamente, a comunicação e o jornalismo para a paz. A fundamentação reunida pôde ser, então, confrontada com os materiais de comunicação das ONGs e com os questionários respondidos por seus membros. Os resultados demonstraram que as organizações não-governamentais investigadas, tanto em nível espanhol quanto brasileiro, trabalham a favor da construção e manutenção da cultura de paz na sociedade. Além disso, as organizações têm a comunicação como área prioritária e suas ações vão de encontro aos conceitos da comunicação para a paz, principalmente por buscarem difundir a paz sob o seu conceito de paz positiva e abordarem a violência a nível cultural e estrutural.

Palavras-chave: Cultura de paz; comunicação alternativa; estudos para a paz; jornalismo para a paz; organizações não-governamentais.

ABSTRACT

This study aims to understand and discuss theories of Communication for Peace as well as to investigate communication actions developed by Brazilian and Spanish non-governmental organizations (NGOs). To this end, it was conducted an exploratory research on Peace Studies, which analyzed Communication for Peace and Peace Journalism specifically. The results of the research were then compared with the NGOs' communication products and with the responses of in-depth interviews with the organizations' members. The outcome showed that both Brazilian and Spanish NGOs collaborate for peacebuilding and peacekeeping. Moreover, the organizations have communication as a priority and their actions are closely related to the concepts of Communication for Peace, especially because they seek to promote peace under the positive peace approach and to cover structural and cultural violence within their activities.

Keywords: Culture of peace; alternative communication; Peace Journalism; Peace Studies; non-governmental organizations.

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo comprender y discutir las teorías de la comunicación para la paz, tanto como investigar las acciones comunicacionales desarrolladas por organizaciones no gubernamentales (ONG) brasileñas y españolas. Para ello, fue realizada una investigación exploratoria sobre la investigación para la paz (*Peace Studies*), que averiguó, más específicamente, la comunicación y el periodismo para la paz. La fundamentación reunida pudo ser confrontada con los materiales de comunicación de las ONGs y con los cuestionarios respondidos por sus miembros. Los resultados demostraron que las organizaciones no gubernamentales investigadas en ámbito brasileño y español trabajan a favor de la construcción y manutención de la paz en la sociedad. Además, las organizaciones tienen la comunicación como área prioritaria y sus acciones establecen relaciones con los conceptos de la comunicación para la paz, principalmente por difundir la paz bajo el aspecto de la paz positiva y abordar la violencia cultural y estructural.

Palabras clave: Cultura de paz; comunicación alternativa; investigación para la paz; periodismo para la paz; organizaciones no gubernamentales.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Balanços anuais publicados pela Asociación Karibu em 2015, 2014 e 2013, respectivamente	46
Figura 2: Exemplo de conteúdo divulgado no Instagram da CEAR	47
Figura 3: Exemplo de publicação, em catalão, do Facebook da FunDiPau. Trata-se de uma convocação para uma campanha	48
Figura 4: Seção de notícias do site da ONG Mensajeros de la Paz	48
Figura 5: Cartaz de divulgação do projeto Cine por la Paz, da ONG Movimiento por la Paz.....	50
Figura 6: Entrevista ao projeto Periodismo Comprometido da organização Oxfam Intermón	51
Figura 7: Site da campanha Vidas en Progreso, realizada pela ONG Paz y Desarrollo.	51
Figura 8: Exemplo de compartilhamento de notícia no Facebook da Sodepau.....	53
Figura 9: Seção de notícias do site da ONG Missão Paz.....	59
Figura 10: Vídeo no YouTube do fórum Mídia de Paz, realizado pela ONG Londrina Pazeando	60
Figura 11: Intervenção cultural Palhaceata, realizada pela ONG Paz Sem Fronteiras...	61
Figura 12: Exemplo de intervenção urbana da ONG Rio da Paz	62
Figura 13: GIF divulgado no Facebook do Instituto Sou da Paz.....	63
Figura 14: Exemplo de divulgação de ação no Facebook da Vila Vicentina de Bauru .	63

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Atuação das organizações não-governamentais espanholas	54
Gráfico 2: Atuação das organizações não-governamentais brasileiras	64
Gráfico 3: Difusão da paz nas ONGs brasileiras	68
Gráfico 4: Difusão da paz nas ONGs espanholas.....	68
Gráfico 5: Atuação contra a violência nas ONGs brasileiras	69
Gráfico 6: Atuação em contexto de conflitos nas ONGs espanholas	69
Gráfico 7: Desenvolvimento de ações de comunicação nas ONGs brasileiras	70
Gráfico 8: Desenvolvimento de ações de comunicação nas ONGs espanholas.....	70
Gráfico 9: Prática jornalística nas ONGs brasileiras	71
Gráfico 10: Prática jornalística nas ONGs espanholas.....	71

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Conceitos de novos esquemas de comunicação	27
Tabela 2: Comparações entre o jornalismo para a paz e o jornalismo de guerra	30
Tabela 3: Questionário para as entrevistas com ONGs espanholas.....	43
Tabela 4: Questionário para as entrevistas com ONGs brasileiras.....	44
Tabela 5: ONGs espanholas e suas respectivas atividades.....	54
Tabela 6: ONGs brasileiras e suas respectivas atividades	64
Tabela 7: Comparação entre as ONGs brasileiras e espanholas entrevistadas.....	71

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1.1 Metodologia.....	15
CAPÍTULO II - A PAZ COMO OBJETO DE PESQUISA	18
2.1 A comunicação para a paz	22
2.2 Jornalismo para a paz: proposta de um novo fazer jornalístico.....	27
CAPÍTULO III - A COMUNICAÇÃO CONTRA-HEGEMÔNICA	35
3.1 Organizações não-governamentais: agentes de transformação	38
CAPÍTULO IV - DELIMITAÇÃO DAS ONGs E ENTREVISTAS	40
4.1 Preparação dos questionários.....	40
4.2 As organizações espanholas: levantamento e apresentação	45
4.3 ONGs espanholas: análise dos resultados	53
4.4 As organizações brasileiras: levantamento e apresentação	58
4.5 ONGs brasileiras: análise dos resultados	64
4.6 Organizações espanholas x organizações brasileiras: o que muda?	68
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	73
REFERÊNCIAS	75
APÊNDICES	81

INTRODUÇÃO

A forte presença da violência nas relações humanas não se extingue mesmo com todos os progressos econômicos, avanços tecnológicos e com o desenvolvimento social. Ainda que ela seja o principal artifício na resolução de guerras e conflitos, a violência não se faz presente somente no âmbito bélico: ela é, também, velada, na forma de exclusão e desigualdade social, discriminação ou na negação de direitos humanos.

Sendo assim, é fundamental compreender que o problema da violência não se basta ao nível superficial – direto e mais aparente, como em casos das guerras ou conflitos armados. Os valores da violência que prevalecem sobre os valores da paz são intrínsecos à sociedade, permeando um de seus estratos mais profundos: a cultura. O comportamento violento como resposta a situações críticas, apesar de quaisquer justificativas ou circunstâncias, tem seu enraizamento em uma cultura de violência, a qual influencia os indivíduos a defender seus interesses com a violência como meio natural (MULLER, 1995 apud MILANI, 2003).

A violência é um fenômeno polissêmico que se apresenta em inúmeras modalidades e níveis, o que justifica o uso do termo “violências”. Suas causas, fatores determinantes e agravantes são múltiplos – tanto em número quanto em natureza –, interdependentes e dinâmicos, alguns imprevisíveis e outros, fora das possibilidades de intervenção do cidadão. Trata-se de um dos problemas mais complexos com os quais a humanidade se confronta (MILANI, 2003, p. 33).

O uso da violência é naturalizado à medida que a sociedade se omite ao adotar políticas alternativas de mediação e transformação de conflitos, o que aprofunda as desigualdades e promove injustiças visíveis (VALESAN, 2015), fortalecendo a presença da violência cultural e, conseqüentemente, a legitimação da violência direta. Para Galtung (2003), a violência cultural pode ser traduzida como qualquer aspecto de uma cultura suscetível a institucionalizar a violência direta ou estrutural. Além disso, segundo o autor norueguês, não se pode classificar uma cultura, em sua totalidade, como violenta, mas sim alguns de seus aspectos, sejam eles relacionados à arte, língua religião, ciências, entre outros.

A concepção de violência cultural decorre de outras definições propostas, previamente, por Galtung. O autor esmiúça a violência em diferentes conceitos: primeiramente, distingue-se a violência física da psicológica; ao fazer isto, extingue-se a

ideia de que a violência é reservada apenas ao ato físico. Há ainda tópicos que analisam fatores como a influência positiva ou negativa sobre indivíduos e a ameaça, física ou psicológica, e suas implicações. O mais importante deles, de acordo com o autor, concentra-se na existência ou inexistência de um indivíduo violento. Neste caso, defende-se que há violência mesmo que não haja atores específicos que a cometam. Este tipo de violência é definido como *indireta* ou *estrutural*, e é construído socialmente sob a forma de poderes desiguais e, conseqüentemente, oportunidades desiguais (GALTUNG, 1969).

Apesar das simetrias, há uma diferença básica na relação temporal dos três conceitos de violência. A violência direta é um *acontecimento*; a violência estrutural é um *processo*, com seus altos e baixos; a violência cultural é uma *constante*, uma *permanência* (GALTUNG, 1977), que se mantém basicamente a mesma durante longos períodos, dadas as lentas transformações da cultura básica. Para dizer nos termos pertinentes da escola historiográfica francesa Annales, *événementielle*, *conjuncturelle*, *la longue durée* (eventual, conjuntural, a longo prazo). As três formas de violência penetram no tempo de forma distinta, semelhantemente à teoria dos terremotos: o tremor é o acontecimento, o movimento das placas tectônicas é o processo e as linhas de falha são a condição mais duradoura (GALTUNG, 2003, p. 12. Tradução nossa).

Partindo da premissa de que a violência não é inerente à humanidade, como afirma Milani (2003), podemos inferir que, deste modo, a sua relação com a cultura pode ser desconstruída e substituída por aspectos culturais que prezem pela paz e pela transformação de conflitos de forma não-violenta. Da mesma maneira com que a violência trespassa a ponta do iceberg de forma silenciosa e devastadora, atingindo os seus níveis mais profundos, a paz pode ter características semelhantes: ela pode ser ensinada e aprendida, até que se intrinque na cultura e crie nela longas raízes.

Para que se dê a transição da cultura de violência para uma cultura de paz, precisa-se, antes que ações sejam tomadas, buscar as conceitualizações deste termo. Esta transição “requer um esforço educativo prolongado para modificar as reações à adversidade e construir um modelo de desenvolvimento que possa suprimir as causas de conflito” (NOLETO, 2010, p. 12). Para Boulding (2002), cultura de paz pode ser definida como um mosaico de identidades, atitudes, valores, crenças e padrões que levam as pessoas a se relacionarem umas com as outras sem uma estrutura de poder, lidando criativamente com as diferenças e compartilhando seus recursos.

Conflitos são parte inegável da vida dos seres humanos: são fruto da diversidade de crenças, valores e das diferenças de como cada indivíduo, grupo social ou nação lidam com seus interesses (RASHID, 2005). Os conflitos não deixariam de existir em uma cultura em que a paz atua com predominância. Eles seriam, entretanto, “resolvidos de forma pacífica e justa” (MILANI, 2003, p. 35). Para González e López (2012), as iniciativas voltadas à cultura de paz preocupam-se, fundamentalmente, com a violência cultural que cada pessoa gera, sem, ao menos, se darem conta que são reprodutoras da mesma e que contribuem para as injustiças sociais.

A cultura de paz é baseada na tolerância e solidariedade, no respeito a todos os direitos individuais, na liberdade de opinião e, também, na prevenção de conflitos e suas fontes, como a exclusão, pobreza extrema e degradação ambiental (NOLETO, 2010). Com este conceito, adotado pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), o ano de 2000 foi proclamado o Ano Internacional da Cultura de Paz e a década subsequente foi declarada como a Década Internacional da Promoção da Cultura de Paz e Não Violência em Benefício das Crianças do Mundo. A partir da iniciativa da UNESCO em investir na cultura de paz, “[tornou-se] claro que a paz não é apenas uma condição política ou uma aspiração ética, mas uma categoria moral e até cultural” (PUREZA, 2000). Ela demanda respostas aos novos e constantes desafios da sociedade e busca que as práticas da paz permitam um desenvolvimento equilibrado e harmônico das pessoas consigo mesmas e com seu entorno social e natural (TUVILLA, 2014).

Segundo a Organização das Nações Unidas, a concretização da cultura de paz se dá por valores, atitudes e comportamentos que promovam a paz entre indivíduos, grupos e nações. (MILANI, 2003). Iniciativas como a luta por direitos humanos, movimentos sociais, organizações em prol da paz e desenvolvimento humanos colaboram para a manutenção de uma cultura voltada para a paz. Esta cultura não-violenta é possível e pode ser encontrada em diversos espaços sociais distintos, inclusive em sociedades tidas como pacíficas (BOULDING, 2002).

O documento “Manifesto 2000 por uma Cultura de Paz e Não-Violência”¹, escrito por laureados com o Prêmio Nobel da Paz, apresenta as resoluções da Organização das Nações Unidas em busca pela paz mundial. Seis pontos fundamentais são fixados a fim de transformar a cultura de violência em cultura de paz: 1. o respeito à vida e à dignidade

¹ Site do “Manifesto 2000 por uma Cultura de Paz e Não-Violência”. Disponível em: <<http://www3.unesco.org/manifesto2000/>>. Acesso em 16. jan. 2017.

humana sem discriminação e preconceitos; 2. a prática da não-violência ativa e rejeição à violência física, sexual, psicológica, econômica e social, em especial perante os mais vulneráveis, como crianças e adolescentes; 3. a partilha do tempo e de recursos materiais com o intuito de acabar com a exclusão, injustiça e opressão política e econômica; 4. a defesa da liberdade e da diversidade cultural, dando preferência ao diálogo em vez de fanatismo, difamação e rejeição; 5. a promoção do consumo responsável em respeito a todas as formas de vida e à natureza; 6. a contribuição para o desenvolvimento de cada comunidade, com a participação das mulheres e respeito a princípios democráticos.

Pela predominância da violência na cultura contemporânea, a cultura de paz é, muitas vezes, ofuscada e foge do conhecimento das pessoas. Os ideais da violência podem aparecer conectados aos mais diversos âmbitos sociais. Do mesmo modo, os ideais da não-violência também podem estar ligados a qualquer esfera social. Apesar da existência de estudos que já abordam a cultura de paz, incluindo os citados previamente neste texto, os seus conceitos, por serem recentes, ainda encontram-se em construção (MILANI, 2003). Deste modo, “debates e reflexões ainda se fazem necessários para se chegar a um conceito que equilibre especificidade e abrangência, consistência e fluidez, bem como aplicabilidade aos inúmeros contextos e realidades” (MILANI, 2003, p. 37).

Este estudo investigou se organizações não-governamentais brasileiras e espanholas trabalham com a cultura de paz em suas atividades comunicacionais. O trabalho se divide nos seguintes capítulos: “A paz como objeto de pesquisa” aborda o surgimento e consolidação dos estudos para a paz (*Peace Studies*) como área do conhecimento, assim como as suas interseções com a comunicação e o jornalismo; o seguinte, intitulado “A comunicação contra-hegemônica”, descreve a comunicação realizada por organizações não-governamentais e apresenta conceitos relacionados à comunicação alternativa; a seguir, em “Delimitação das ONGs e entrevistas”, são apresentados o levantamento das organizações não-governamentais brasileiras e espanholas e os questionários utilizados nas entrevistas em profundidade. São descritos, também, os resultados obtidos nas entrevistas.

1.1 Metodologia

O ponto de partida deste estudo foi a pesquisa exploratória. Este método foi utilizado por permitir maior familiaridade com os temas “estudos para a paz” e “comunicação para a paz”, ainda pouco discutidos em âmbito brasileiro. Além disso, a pesquisa exploratória permite a criação de hipóteses sobre os temas abordados, o que foi realizado na fase final

deste trabalho.

As etapas da pesquisa exploratória utilizadas neste estudo, propostas por Selltiz et al. (1967 apud GIL, 2007, p. 41), foram a) levantamento bibliográfico de diversos temas, entre eles os *Peace Studies*, realizado tanto no Brasil quanto na Espanha, especialmente na biblioteca da Cátedra UNESCO de Filosofia para a Paz, na Universitat Jaume I, Espanha; b) entrevistas em profundidade com profissionais especializados, como o Prof. Dr. Xavier Giró, da Universitat Autònoma de Barcelona, a Prof.^a Dr.^a Eloísa Nos Aldás, da Universitat Jaume I e membros de diversas organizações não-governamentais espanholas e brasileiras; e c) análise de experiências já existentes em relação aos temas estudados.

A partir dos levantamentos documentais e bibliográficos, foram definidos quais os conceitos e os principais autores que seriam, posteriormente, incluídos nesse estudo.

O estudo contou, também, com a pesquisa descritiva. A pesquisa descritiva permite a descoberta e observação de fenômenos específicos, descrevendo-os para sua melhor compreensão, além de possibilitar a realização de uma análise em profundidade da realidade pesquisada, conforme explica Oliveira (2007, p. 68):

A pesquisa descritiva é abrangente, permitindo uma análise do problema de pesquisa em relação aos aspectos sociais, econômicos, políticos, percepções de diferentes grupos, comunidades, entre outros aspectos. Também é utilizada para a compreensão de diferentes comportamentos, transformações, reações químicas para explicação de diferentes fatores e elementos que influenciam um determinado fenômeno.

Esta modalidade de pesquisa se fez essencial pela necessidade de compreender as definições de comunicação alternativa e organizações não-governamentais (ONGs), bem como da comunicação desenvolvida por tais organizações.

A partir das reflexões sobre os conceitos previamente delimitados, tornou-se possível a realização das entrevistas em profundidade, elaboradas a partir de questionários semiestruturados com perguntas referentes à comunicação desenvolvida pelas ONGs e à disseminação da paz. Os questionários foram repassados a membros de organizações brasileiras e espanholas selecionadas, que têm como âmbito de atuação a promoção da paz ou o desenvolvimento humano.

A etapa final deste estudo foi a análise quantitativa e, prioritariamente, qualitativa das respostas dos questionários. Com os dados analisados e sistematizados minuciosamente, puderam ser traçadas relações entre os conceitos da comunicação e do jornalismo para a paz com a comunicação desempenhada pelas ONGs.

CAPÍTULO II – A PAZ COMO OBJETO DE PESQUISA

Muito além de definir o que é a cultura de paz em oposição à cultura de violência, é preciso, primeiramente, abordar quais são as implicações que a palavra *paz* carrega consigo. Uma definição amplamente difundida deste termo é a “ausência de guerras”. Galtung (1984) traça um paralelo entre esta definição e a área da saúde: nas ciências médicas, o conceito da palavra *saúde* vai além de “ausência de doenças”. Ele abrange, também, a manutenção de um corpo saudável, capaz de resistir a doenças. Correspondentemente, o autor surge com o conceito de *paz positiva* em oposição à *paz negativa* – esta última, sim, como sendo ausência de guerras. A paz positiva compreende não somente os entremeios dos conflitos; ela é construída sobre os ideais de equilíbrio, cooperação e integração.

Embora o termo paz positiva tenha sido cunhado por Galtung, a definição de paz que não se basta a ser antônimo de guerra tem origem nas culturas orientais (TUVILLA, 2014). O conceito hindu de *shanti*, por exemplo, vai além da paz. Ele remete, também, à temperança, ordem e tranquilidade. O mesmo ocorre com a saudação hebraica *shalom*, que abrange a paz divina, a paz entre povos e, também, completude, prosperidade e bem-estar. Da mesma maneira, a paz negativa remonta à sociedade greco-romana: o termo *eirene* (paz, em grego) se referia ao período de cessão de guerras, ou seja, à ausência de conflitos bélicos.

A fim de ampliar os conceitos modernos sobre a paz e investigá-los como métodos para a compreensão e transformação de conflitos, surgem, não espontaneamente, os *Peace Studies*. Discute-se amplamente sobre a nomenclatura desta área do conhecimento e suas traduções. Galtung (1984) comenta que o termo *paz* não era, inicialmente, incluído no nome dos estudos: preferia-se dar destaque a termos como *Conflict Resolution* (“resolução de conflitos”), ou substituí-la por *segurança* (WIBERG, 2005). A palavra *paz* em “estudos para a paz” passa a se popularizar com Galtung. Para o autor, *paz* é suficientemente ampla e relaciona-se não somente com conflitos, mas também com desenvolvimento. Assim, cunha-se a denominação *Peace Studies* (“estudos para a paz”, em tradução literal). O termo *Peace Research* também é utilizado, sendo traduzido, por vezes, como “investigação para a paz”. Segundo Wiberg (2005), não há um consenso universal em relação a qual expressão utilizar, uma vez que os seus conceitos não possuem definições consensuais. Dependendo da ênfase que é dada, diversos outros termos podem surgir, como bem-estar, justiça, harmonia social, paz interior, etc.

Os estudos para a paz são considerados uma área das ciências sociais aplicadas e têm como objeto de estudo a exploração científica da paz, visando a redução da violência entre

os seres humanos na sociedade (CIANCIO; NOS ALDÁS, 2000). Esse é um objeto que não se gera pela não-ação; ele não é sólido e imutável, mas um estado e uma cultura, e deve ser buscado em âmbito social e pessoal (GONZÁLEZ; LÓPEZ, 2012).

Essa área do conhecimento é vasta, permitindo diversas abordagens e relações com os mais variados saberes e objetos. Galtung (1996) aponta que as pesquisas dos *Peace Studies* se dividem em três vertentes: as investigações empíricas, que comparam as teorias dos estudos com a realidade empírica (análise de dados, estudos de caso); as investigações críticas, que comparam dados com valores humanos, tentando, assim, mudar a realidade caso ambos não estejam de acordo; e as investigações construtivas, que comparam as teorias com valores humanos, e têm como objetivo a produção de novos pontos de vista sobre a realidade. De acordo com o autor, os padrões para as atividades empíricas dos estudos para a paz devem ser tão rigorosos quanto os de quaisquer outros campos científicos (GALTUNG, 2006).

Os estudos para a paz têm como meta educar, ou seja, debater e valorar problemas de forma justa e direta, a fim de tornar as pessoas melhor informadas, sensíveis e motivadas a fazerem algo para transformar a realidade (RASHID, 2005).

A formalização da pesquisa da paz “parte de interrogações radicais sobre as causas profundas do conflito e sobre a totalidade dos passos necessários à sua superação”, o que inclui uma ampla reestruturação social (PUREZA, 2000, p. 38). Com os estudos da guerra já consolidados e difundidos, pesquisadores que buscavam ensinar a paz e colocá-la à frente de suas investigações enfrentavam a marginalização, pois iam contra a corrente hegemônica das práticas acadêmicas (WEBEL, 2007). Por este motivo, aqueles que decidiram prosseguir com os estudos da paz criaram as suas próprias contra-instituições como redutos, nas quais não correriam o risco de isolamento profissional e acadêmico.

As primeiras propostas de criação de instituições destinadas à área da investigação para a paz, assim como as primeiras obras deste campo de estudos, datam de antes do final da Segunda Guerra Mundial (WIBERG, 2005). O período entre as Guerras Mundiais produz um forte impacto emocional e intelectual em diversos grupos acadêmicos: acompanhando o passo do progresso das ciências sociais nos séculos XIX e XX, juntamente à necessidade de agir em resposta às Guerras, surgem pesquisadores que tinham como meta abordar, com rigor, os conflitos e a paz como disciplina científica especializada (MARTÍNEZ GUZMÁN; MUÑOZ, 2004).

Já de acordo com Pureza e Cravo (2005), as origens mais remotas dos estudos para a paz antecedem o século XX. Apesar disso, as iniciativas e produções eram isoladas e

autônomas demais para que fossem, à época, consideradas parte de um campo de estudo distinto. O panorama começa a mudar no final da década de 1950 e início dos anos 1960, com a criação do periódico acadêmico *Journal of the Peace Research* (JPR) e do Centro de Pesquisas em Resolução de Conflitos da Universidade de Michigan, com auxílio do sociólogo Robert C. Angell e do economista Kenneth Boulding. Ainda assim, a busca de reconhecimento da cientificidade dessa área limitava-se a investigar os conceitos de paz negativa – definida como a ausência de guerra e violência (PUREZA; CRAVO, 2005).

Embora alguns institutos tenham sido criados com o objetivo de investigar a paz, o Instituto de Investigação para a Paz (PRIO) de Oslo, Noruega, fundado em 1959, foi o primeiro a incluí-la em seu nome (WIBERG, 2005). O instituto teve como um de seus fundadores Johan Galtung, considerado o “pai dos estudos para a paz”. A relevância de Galtung para a *Peace Research* se dá por ele, além de ter redefinido conceitos para os termos paz e violência, frisando que esta última não é apenas direta, ter logrado em converter a paz em seu objeto de estudo (MARTÍNEZ GUZMÁN, 2005 apud PUREZA; CRAVO, 2005). Além disso, ele elimina a atenção exclusiva dos conflitos entre Oriente e Ocidente e dá grande prioridade aos conflitos Norte-Sul (GLEDITSCH; NORDKVELLE; STRAND, 2014). A década de 1960 é marcada pelo surgimento de alguns outros institutos, como o Centro de Análise de Conflitos de Londres e a Associação Internacional de Investigação para a Paz (IPRA).

Wallensteen (2011) comenta que a tarefa de colocar a paz na agenda acadêmica internacional foi árdua. Partes conflitantes e diversas instituições reclamaram esse objeto de estudos como de seu próprio domínio, enquanto outros o consideravam apenas um ramo dos estudos sobre segurança, defesa ou áreas correlatas.

Os estudos para a paz competem com outras disciplinas para garantir seu espaço acadêmico: as ciências políticas, as relações internacionais e os estudos estratégicos (WIBERG, 2005). O fato de os estudos para a paz e os estudos estratégicos tenderem a se definir como “investigações aplicadas”, contrapondo a noção que se tem de as outras serem “puramente acadêmicas”, favoreceu-lhes, caracterizando-lhes como tendo “uma neutralidade equidistante da investigação 'aplicada', por um lado e, por outro, da investigação 'acadêmica' ou 'básica’” (WIBERG, 2005, p. 35).

Mesmo com a legitimação dos estudos para a paz como área do conhecimento e a criação dos institutos citados e de outros, busca-se ainda que eles se desvincilhem de investigar a violência direta como o principal objeto de estudos. A desvinculação, porém, demanda tempo, já que estes estudos “enfocam a relevância do entendimento mais

abrangente dos conflitos, da violência e da ausência da paz, por indivíduos, grupos e nações que buscam a justiça e a liberdade empregando a cooperação mútua” (R. P. COSTA, 2008, p. 47). Em uma pesquisa quantitativa conduzida por Gleditsch, Nordkvelle e Strand (2014), concluiu-se que nos periódicos *Journal of the Peace Research* e *Journal of Conflict Resolution*, ambas referências no tema em que pesquisam, a paz negativa continua sendo o foco principal. Embora publiquem artigos com enfoque na paz positiva, a paz como ausência de guerras é ainda revisitada com mais frequência.

Stephenson (1989 apud MILLER, 2005) sumariza a evolução dos estudos para a paz em três diferentes etapas. A primeira tem início em 1930, liderada primariamente por acadêmicos e estudos com enfoque em guerras. A segunda fase se inicia nos anos 1960, quando emergem os estudos de Galtung. A partir desta década os estudos tornam-se mais amplos, passando a abranger o impacto das concepções de violência – propostas por Galtung – e da injustiça, e difundidos, fazendo parte de grades curriculares de cursos ao redor do mundo. Na terceira fase, iniciada nos anos 1980, movimentos sociais e organizações passam a inserir os estudos em suas ações. Martínez Guzmán (2009 apud SANDOVAL FORERO, 2012) adiciona uma quarta etapa ao histórico, iniciada nos anos 1990. Neste período, os estudos para a paz adotam uma perspectiva “holística, integral e completa”, e pautam-se na diversidade como meio de preservação da paz, nas relações interculturais e no feminismo (p. 24).

Tuvilla (2014), por sua vez, classifica a evolução dos estudos para a paz em três correntes: minimalista, intermediária e crítica². Na primeira, a paz era relacionada à ausência de guerras internacionais. Esta corrente ignorava os conflitos internos e não questionava os interesses sociais, políticos e econômicos por trás das guerras; a segunda corrente já não considerava a paz como somente a ausência de guerras, mas sim como a ausência de quaisquer sistemas de ameaças, tanto a nível interno, quanto externo. Excluía-se, entretanto, os conceitos de violência estrutural e cultural; a corrente crítica incorpora os conceitos dos *Peace Studies* de Galtung, e suas investigações enfocam em todos os aspectos da violência e na paz positiva.

De acordo com Galtung e Webel (2007), a evolução dos estudos para a paz nos últimos cinquenta anos é surpreendente: ainda que haja a legitimação da violência por correntes acadêmicas, há a meta de transcender fronteiras territoriais em busca pela paz. A

2 Termos originais em espanhol: *corriente minimalista*, *corriente intermedia* e *corriente crítica*.

Europa Setentrional, berço dos estudos para a paz, é a região com a mais elevada “densidade de investigação sobre a paz” da Europa, embora institutos venham sendo criados em outras regiões do continente (WIBERG, 2005, p. 37).

Em âmbito latino-americano, a reflexão sobre a paz, a não-violência e a resolução de conflitos foi motivada pelos regimes ditatoriais (SPRING, 2006). A instituição pioneira nos estudos para a paz na região é o Conselho Latino-Americano de Investigação para a Paz (CLAIP), fundado no México em 1977 como consequência de o país ter sediado o congresso da Associação Internacional de Investigação para a Paz. Segundo Spring (2006), a fundação do CLAIP mostrou à América Latina os valores da conexão entre universidades, movimentos sociais e os processos de democratização nos governos.

Mesmo assim, países latino-americanos ainda têm o desafio de formar núcleos, centros de pesquisa e grupos de articulação que discutam a cultura de paz (GUIMARÃES, 2007). Segundo o autor, falta conhecimento científico para se discutir a cultura de paz na América Latina: “ainda não temos um movimento pacifista articulado, nem a presença de uma massa crítica capacitada para produzir argumentação sobre a temática, além da desconfiança do próprio movimento social” (p. 43).

No Brasil, os estudos para a paz ainda se encontram em fase inicial. R. P. Costa (2009), em sua tese de doutorado, constatou que a produção de conhecimento científico dos estudos para a paz em âmbito brasileiro é praticamente inexistente. A autora analisou, no banco de dados de teses e dissertações da CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), as publicações que abrangiam, de alguma maneira, estes estudos. Como resultado da pesquisa, constatou-se que apenas quatro teses e uma dissertação propunham estudos semelhantes às propostas dos estudos para a paz. Também como resultado desta pesquisa, a autora observa que, no Brasil, a área de conhecimento dos estudos de paz é pouco difundida, sendo “mais conhecida pela sociedade brasileira como cultura de paz” (COSTA, J. M. D., 2009, p. 67).

É comum que encontremos uma literatura ampla a respeito da violência, mas não sob a ótica dos *Peace Studies*. J. M. D. Costa (2009) comenta que, desde os anos 1960, após o surgimento do Instituto de Investigação para a Paz de Oslo (PRIO), muitos autores brasileiros se dedicaram a estudar a paz, com enfoque em temas como a segurança, militarismo e políticas externas. Assim, segundo o autor, os estudos para a paz no Brasil se mantêm marginalizados em cursos de relações internacionais, a maioria deles enfatizando os estudos estratégicos ou da segurança.

2.1 A comunicação para a paz

Os estudos para a paz são, em si, além de multiculturais, multidisciplinares (MARTÍNEZ GUZMÁN, 2005; SANDOVAL FORERO, 2012). No âmbito destes estudos,

para estar alerta contra o perigo de imposição de uns saberes ou de umas culturas e submissão de outros, que infelizmente ocorre com demasiada frequência, necessitamos também da interdisciplinariedade e interculturalidade. Ou seja, a interpelação recíproca entre disciplinas e culturas. Não é suficiente o reconhecimento da multiplicidade ou pluralidade. A investigação e os estudos para a paz têm que estar submetidos à riqueza das tensões, matizes, transformação positiva das contradições entre essas culturas e saberes plurais para reconstruir, a partir do reconhecimento e de forma dinâmica, aquelas características que se vão configurando em cada momento, como indicadores de transformação pacífica das relações humanas que produzam guerras, marginalização, miséria ou exclusão (MARTÍNEZ GUZMÁN, 2005, p. 44).

Para Martínez Guzmán e Muñoz (2004), a concomitância de diversas disciplinas é necessária para abordar as características de cada uma das manifestações da paz, promovendo maior transcendência científica e cooperação com movimentos sociais. Assim, muitos autores centralizam seus estudos em áreas diretamente relacionadas com os estudos para a paz e suas amplas ramificações, como a filosofia para a paz e a educação para a paz.

Martínez Guzmán (2005) afirma que não existe simplesmente uma disciplina ou cultura que detêm todas as respostas para a transformação das relações humanas. Na mesma linha de pensamento, segundo Galtung (2006), é ideal que estes estudos sejam interdisciplinares e internacionais, com cada investigador se abrindo para a grande divergência de ângulos e opiniões, favorecendo a tolerância e o diálogo. O autor norueguês compara os *Peace Studies* aos estudos feministas:

[...] assim como os estudos sobre a mulher tornam as condições de supressão e libertação das mulheres visíveis, os estudos para a paz tornam a paz visível, compreensível e exequível. Nenhuma disciplina acadêmica tem o monopólio da paz, assim como nenhuma disciplina tem o monopólio das mulheres – mas todas têm algo para contribuir (GALTUNG, 2006, p. 17. Tradução nossa).

Portanto, por seu caráter multidisciplinar, todos os campos do conhecimento podem contribuir para o avanço das investigações sobre a paz. A comunicação não seria uma

exceção: ela é parte inerente de todos os seres humanos e pode ser usada para infundáveis propósitos. A comunicação é uma ferramenta fundamental para a manutenção de uma guerra ou para seu fim e, assim sendo, estratégias comunicacionais podem – e devem – ser utilizadas em contexto de conflitos.

De acordo com Muñoz (2012), as pessoas são, desde suas origens, comunicativas e conflituosas; a comunicação é um meio para gerir os conflitos.

[...] uma boa comunicação favorece as vias pacíficas e uma má comunicação pode provocar situações violentas. [...] [O] exercício de responsabilidade favorece também a construção de alternativas propícias à transformação das injustiças por meios pacíficos e a evitar o desenvolvimento da violência (MUÑOZ, 2012, p. 13. Tradução nossa).

Os meios de comunicação são potentes agentes de socialização e geradores de cultura (GONZÁLEZ; LÓPEZ, 2012). O que é discutido socialmente é estreitamente relacionado com o que é abordado pela agenda midiática: o que os meios escolhem transmitir torna-se, constantemente, o que é discutido pelas pessoas; entretanto, se omitem informações, elas dificilmente farão parte do imaginário social e, conseqüentemente, não terão impacto cultural e social algum. A produção simbólica dos meios influencia o comportamento cotidiano e é, para Muñoz (2012), uma das principais ferramentas sociais de legitimação e difusão de ideias, de maneiras de interpretar o mundo e de cosmovisões.

Apesar da pluralidade de meios de comunicação que podemos observar atualmente, são poucos os que determinam como será a agenda. Em diversas ocasiões, os meios disseminam o que está de acordo com seus interesses econômicos e de poder, não dando espaço às minorias, a pequenas comunidades ou a interesses que diverjam dos seus. Em situações de conflitos, as organizações midiáticas podem manipular para perpetuar a cultura de violência; da mesma maneira, os meios podem, também, ser usados para promover a cultura de paz (SADIG; GUTA, 2011). Por a cultura de paz não ser amplamente difundida, suas mensagens e seus ideais não circulam facilmente pelo discurso midiático hegemônico propagado pelos canais tradicionais de comunicação (GONZÁLEZ, 2012) nem pelo discurso de canais alternativos. Bruck e Roach (1993) defendem que o uso de imagens de violência e crueldade gera benefícios comerciais. Os autores exemplificam:

Fotografias de crianças morrendo de fome nas planícies desérticas da Eritreia ou de corpos deformados nos edifícios bombardeados em Beirute têm um valor informativo, mas também podem ser utilizadas de maneira sensacionalista como recortes breves e impactantes, com o objetivo de

promover uma emissora de televisão na guerra de audiência contra seus concorrentes (BRUCK; ROACH, 1993, p. 90. Tradução nossa).

Em pesquisa de Espinar e Hernández (2012), ao analisar a cobertura jornalística de 15 conflitos armados distintos, constatou-se que existe um interesse desproporcionado pela violência e um desinteresse manifesto pela paz, já que somente 1,6% do conteúdo analisado correspondeu com os ideais de transformação de conflitos e paz positiva. Para Vicente (2015), as estruturas sociais desiguais e exclusivas que afetam o ser humano em todas as dimensões de suas vidas foram reforçadas pela comunicação e sua abordagem da paz negativa. De acordo com Salinas (2014), esta é uma maneira dos grupos de poder garantir o seu controle social.

A baixa sensibilidade à dor e ao sofrimento dos outros favorece o individualismo e a indiferença. A percepção do mundo de maneira negativa (um ambiente perigoso e miserável) gera pessimismo, desconfiança e medo, restringindo a participação da população no espaço coletivo. Desta maneira, a mudança e a transformação social se fazem pouco prováveis. Será frequente a ideia de que tudo está mal e de que nada se pode fazer (SALINAS, 2014, p. 58. Tradução nossa).

Esta estratégia vai em direção oposta às funções sociais da comunicação propostas por Nos Aldás, Seguí-Cosme e Machota (2008). Para os autores, a comunicação para a paz busca cultivar relações pacíficas entre os seres humanos e favorecer formas responsáveis de ação social e discursos sociais de paz. Ela consiste em uma plataforma onde se mesclam os conceitos dos *Peace Studies*, da comunicação e, também, da resolução e gestão de conflitos (SADIG; GUTA, 2011). Sua abordagem respeita as diversidades locais e a pluralidade no processo de superação de conflitos, buscando ações que tenham a paz como finalidade (VICENTE, 2015). Procura-se, desta maneira, ressaltando o conceito de paz positiva sobre a negativa, tratar cada caso de conflito e violência com unicidade, de acordo com o ambiente cultural em que estão inseridos. Esta comunicação intenta ver os conflitos como necessários e positivos, visando a sua transformação, dinâmica, em vez de uma resolução estática.

Para Signates (2000), “a ação comunicativa representa, em termos políticos, um pressuposto da democracia, por se realizar não fora, mas dentro da tensão entre o entendimento e o desentendimento, sendo o desentendimento um fator constitutivo da relação e o entendimento” (p. 2). A Resolução A/RES/53/243 de 1999 da Assembleia Geral

das Nações Unidas³ explicita, em seu artigo 7º, a importância do papel informativo e educativo dos meios de comunicação na promoção de uma cultura de paz. Copello e Rojas (2008) concluem que a comunicação e a educação em comunicação possuem papel determinante no processo de construção de paz: as interações comunicacionais evidenciam as condutas conflitivas, ativam ou catalizam conflitos e conduzem a sua resolução, violenta ou pacífica.

A comunicação, dotada da construção de conhecimentos e representações sociais, abriga uma pluralidade de discursos geradora de embates, por isto há a necessidade de dar voz aos grupos mais diversos e propiciar o diálogo (FERNÁNDEZ; MIGUEL; SANTOLINO, 2011). Salinas (2014, p. 63) lista uma série de características pertencentes à comunicação voltada para a paz: 1. compreensão e reflexão acerca dos problemas estruturais; 2. debate sobre as alternativas de mudança social com o intuito de transformar os problemas estruturais; 3. reconhecimento das diversas opiniões, crenças, percepções ou culturas, favorecendo o diálogo e o entendimento mútuo; 4. fomento de uma cidadania ativa e ciente das injustiças, como a exclusão, e de que a mudança será bem-sucedida somente com a participação do coletivo.

O pluralismo é [uma] das condições inevitáveis para a consecução dos valores da cultura de paz e para a existência de uma comunicação democrática; entretanto, sua ausência volta a ser [uma] das tônicas generalizadas no sistema dos meios, tanto públicos quanto privados. [...] a falta de pluralismo suprime a diversidade de vozes presentes na sociedade e marginaliza os posicionamentos minoritários, uma vez que freia a conciliação de interesses cidadãos, socioculturais, econômicos e políticos, aprofundando a perda da qualidade democrática (BECERRA, 2012, p. 74-75. Tradução nossa).

Através de meios de comunicação voltados para a paz, fontes alternativas de informação são oferecidas à população, anulando ou mitigando discursos de ódio (ALI; MACHARIA, 2011). Estes meios têm potencial para conscientizar as pessoas, promover a transformação de conflitos e construir uma cultura de paz.

³ Disponível em: <<http://bit.ly/2kCNjtD>>. Acesso em 21 jan. 2017.

2.2 Jornalismo para a paz: proposta de um novo fazer jornalístico

A comunicação para a paz pode se manifestar de diversas maneiras, inclusive através do jornalismo, a ser discutido detalhadamente nos próximos parágrafos. Estuda-se o jornalismo e sua relação com a paz por este estar amplamente permeado pela violência. O jornalismo de guerra possui uma literatura extensa, diferentemente do que vem a ser denominado *Peace Journalism* ou, como traduzido neste estudo, jornalismo para a paz.

A associação entre mídia e a cultura de violência é tão ampla que a comunicação pode funcionar como propagandista da guerra, atribuindo diversos critérios de noticiabilidade a qualquer acontecimento de teor bélico e relacionado a conflitos (LYNCH, 2010). De acordo com Carvalho, Freire e Vilar (2012), o que se tornou importante nas coberturas jornalísticas é um grande interesse pelo crime a moldes sensacionalistas. Como exemplo, os autores citam a forma com que agressores e criminosos são tratados na mídia brasileira: é conferido a eles o status de celebridade, estampando capas de revistas e cedendo diversas entrevistas. Os meios de comunicação têm como responsabilidade apresentar soluções para conflitos, o que raramente fazem, já que disseminam os ideais da cultura de violência “como uma resposta ao cotidiano social que busca combater a rotina” (CARVALHO; FREIRE; VILAR, 2012, p. 437).

Para Marín (2011), algumas das tendências que caracterizam os meios de comunicação em conflitos armados são os interesses políticos e econômicos das partes dominantes, a concentração de poder, a espetacularização das notícias e banalização da violência, que contribuem para a cultura de violência, e falhas nas coberturas de guerra, por não apresentarem rigor⁴, contextualização e contraste na escolha de fontes, características apontadas por Bernabé (2009 apud MARÍN, 2011).

Jornalismo para a paz é um conceito que surge como reivindicação de novos esquemas, práticas e rotinas profissionais que substituam os parâmetros atuais da comunicação (SALINAS, 2014). Outros conceitos, concernentes às áreas da comunicação e jornalismo voltados às melhorias das condições de vida das pessoas, também começam a ser desenvolvidos. Uma breve definição de cada um destes conceitos, listados por Salinas (2014), é apresentada na Tabela 1.

⁴ Neste contexto, o autor se refere à falta de rigor como a tendência de reportar considerando o controle econômico vigente e as coberturas realizadas por jornalistas “infiltrados” em grupos militares.

Tabela 1: Conceitos de novos esquemas de comunicação.

Conceito	Definição
Comunicação para o desenvolvimento	A comunicação para o desenvolvimento é um processo social baseado no diálogo, que utiliza um amplo leque de instrumentos e métodos. Refere-se, também, à busca por mudanças a diferentes níveis, incluindo escutar, construir confiança, compartilhar conhecimentos e habilidades, desenvolver políticas e aprender a alcançar mudanças sustentáveis e significativas. O núcleo da comunicação para o desenvolvimento é a participação das comunidades e dos indivíduos mais afetados pela pobreza e pelos problemas causados pelo desenvolvimento (CÁRDENAS LORENZO, 2009, p. 149-150).
Comunicação participativa	Nela, o ponto de partida deve ser a comunidade. Os problemas das condições de vida se discutem primeiramente a nível comunitário e, neste nível, decide-se sobre a interação com outras comunidades. A forma mais desenvolvida de participação é a autogestão. Este princípio implica o direito de participação no planejamento e na produção de conteúdo de meios de comunicação. Entretanto, nem todos desejam ou devem ser incluídos em sua implementação. É mais importante que a participação seja possível durante a tomada de decisões, como a escolha de pautas e procedimentos a serem utilizados (SERVAES; MALIKHAO, 2007, p. 47).
Comunicação para a mudança social	O modelo de comunicação para a mudança social foca no processo pelo qual o diálogo – como forma participativa de comunicação – é relacionado à ação coletiva. Este modelo descreve um processo interativo no qual o diálogo comunitário e a ação coletiva trabalham juntos para produzir mudanças sociais em uma comunidade, melhorando o bem-estar de seus membros (FIGUEROA; KINCAID; RANI; LEWIS, 2002, III). Este tipo de comunicação amplifica vozes ocultas ou negadas, e busca potencializar a sua presença na esfera pública. Recupera o diálogo e a participação como eixos centrais (GUMUCIO, 2004, p. 6-7). Questiona o conceito de desenvolvimento não-participativo e promove a comunicação com participação comunitária efetiva, particularmente dos setores mais pobres e excluídos (GUMUCIO, 2004, p. 28)
Jornalismo social	O protagonismo deste tipo de jornalismo se dá pelos processos sociais e pela reflexão de suas responsabilidades com os mesmos. Seu objetivo principal é que a comunicação sirva para gerar diálogos entre atores distintos da sociedade (CYTRINBLUM, 2009, p. 73).
Jornalismo preventivo	Disciplina jornalística que pretende dotar as diversas opiniões públicas, nacionais e internacionais, de elementos informativos úteis para compreender a origem, o desenvolvimento e a finalização de situações-chave, destacando esforços para sua resolução, tornando

	visíveis aspectos que permitam a prevenção de situações semelhantes. Entende-se por situações-chave: conflitos armados, crises institucionais, sociais, humanitárias, de direitos humanos e ambientais (BERNABÉ FRAGUAS, 2007, p. 28-29).
Jornalismo público	Busca integrar o cidadão não para promover processos de autogoverno, mas para formar uma opinião pública autônoma. A ideia básica é que os meios de comunicação se convertam em cenários para o debate público e que as pautas sejam provenientes dos cidadãos (MIRALLES, 2001, p. 13-29).
Jornalismo intercultural	A proposta de jornalismo intercultural reside tanto na atividade exercida pelos jornalistas enquanto correspondentes, especialmente em zonas de conflitos, quanto internamente em seus veículos de comunicação. Trata-se de uma postura ativa em respeito à existência e ao reconhecimento da diversidade individual, grupal e cultural, e ao direito à diferença para propiciar espaços comuns para o diálogo e a solidariedade. Neste campo, a detecção de ruídos interculturais no processo comunicacional é um elemento necessário para a formação dos jornalistas (ISRAEL GARZÓN, 2000).
Jornalismo para a paz	Usa a análise e transformação de conflitos para atingir igualdade e justiça no jornalismo. Associa a prática jornalística diária à literatura dos <i>Peace Studies</i> , à criatividade e à não-violência (McGOLDRICK; LYNCH, 2000).

Fonte: adaptada de Salinas (2014). Tradução nossa.

Mesmo que haja uma variedade na nomenclatura dos termos que relacionam o jornalismo ou comunicação e as suas funções sociais, dependendo de enfoques específicos ou pontos de vista de diferentes pesquisadores, os conceitos apresentados acima se entrelaçam, pois se referem à potencialidade dos discursos na promoção de diálogos e debates públicos (SALINAS, 2014), de maneira pacífica e integrada. Neste trabalho, dar-se-á enfoque ao jornalismo para a paz pela profundidade em que este permite a análise da cobertura de conflitos e por possuir elementos críticos e analíticos fundamentais para o desenvolvimento desta pesquisa.

Para Jake Lynch e Annabel McGoldrick (2000), importantes pesquisadores da área, o jornalismo para a paz traça novas linhas de conexão entre jornalistas, fontes e as consequências das abordagens, utilizando a análise e transformação de conflitos para alcançar equilíbrio, igualdade e rigor em coberturas jornalísticas, isto é, ele não reporta somente assuntos relacionados à paz, mas aplica elementos dos estudos da paz e de conflitos ao cotidiano da profissão. Conteúdos jornalísticos podem ser avaliados adequadamente ao

serem comparados com os resultados de investigações dos *Peace Studies* (LYNCH; McGOLDRICK, 2007).

O termo e o conceito do *Peace Journalism* são desenvolvidos por Galtung durante os anos 1970, mas seu estudo se amplia e populariza entre profissionais da mídia e universidades nos anos 1990, principalmente (LYNCH; McGOLDRICK, 2007). O objetivo de seu surgimento é contrapor-se ao jornalismo de guerra, dominante, focado na vitória de uns (“nós”) contra a derrota de outros (“eles”). Este processo, voltado para a guerra, não se concretiza por acaso, já que reportar é uma questão de escolha. Deste modo, é possível que editores e repórteres, visando ao desenvolvimento do jornalismo para a paz, façam as escolhas do quê e como reportar, de modo a criar oportunidades à sociedade de considerar e valorar a não-violência como resposta aos conflitos (LYNCH; McGOLDRICK, 2007). Sendo assim, preza-se, no jornalismo para a paz, pelos impactos sociais e a qualidade dos conteúdos em vez de interesses econômicos de empresas, já que muitos veículos de comunicação convencionais realizam uma cobertura superficial e descontextualizada de problemas, com o objetivo de controle social (SALINAS, 2014).

No jornalismo orientado para a guerra, apenas os conflitos em si e suas consequências visíveis, como o número de feridos ou mortos, as armas utilizadas ou os danos materiais causados, são considerados. Neste caso, pode-se notar uma desumanização da parte adversária (“inimiga”), alcançada através da exposição de inverdades sobre eles e acobertamento dos erros “nossos”. Este modelo jornalístico tem como foco a elite e considera a vitória e o cessar-fogo como sinônimo de paz. Estas definições, e as suas comparações com o modelo do jornalismo para a paz, foram propostas por Johan Galtung e estão apresentadas em detalhes na Tabela 2.

Tabela 2: Comparações entre o jornalismo para a paz e o jornalismo de guerra.

Jornalismo para a paz	Jornalismo de guerra
I. Orientado para a paz/conflito • Explora a formação de conflitos; há partes, objetivos e problemas múltiplos • Todas as partes ganham • Espaço e tempo abertos: causas e consequências em qualquer lugar, inclusive na história e na cultura • Apresenta os conflitos com	I. Orientado para a guerra/violência • Foca na arena de conflito; há duas partes e um objetivo (vencer) • Uma parte ganha, a outra perde • Espaço e tempo fechados: causas e consequências se restringem à arena, focando em quem atirou a primeira pedra • Apresenta a guerra de forma

transparência • Dá voz a todas as partes, com empatia e entendimento • Vê conflito e guerra como problemas e foca na criatividade • Humaniza todas as partes, especialmente quando há armamentos • É proativo: busca a prevenção antes que a violência e guerra ocorram • Foca nos efeitos invisíveis da violência: traumas, danos à estrutura e à cultura	obscura/secreta • “Nós contra eles”; voz somente para “nós” • Vê “eles” como o problema e foca em quem prevalece na guerra • Desumaniza “eles”, especialmente quando há armamentos • É reativo: espera atos violentos para reportar • Foca nos efeitos visíveis da violência: número de mortos, feridos e danos materiais
II. Orientado para a verdade • Expõe as inverdades de todas as partes	II. Orientado para a propaganda • Expõe inverdades sobre “eles” e ajuda a encobrir as “nossas” mentiras
III. Orientado para as pessoas • Foca no sofrimento de todos e dá voz a mulheres, crianças, idosos	III. Orientado para as elites • Foca no “nosso” sofrimento; tem homens da elite como porta-vozes
IV. Orientado para soluções • Paz = não-violência + criatividade • Destaca iniciativas voltadas para a paz, a fim de, também, prevenir outras guerras • Foca na estrutura, na cultura e em uma sociedade pacífica • Resultado: resolução, reconstrução, reconciliação	IV. Orientado para a vitória • Paz = vitória + cessar-fogo • Oculta as iniciativas de paz até que a vitória já tenha sido conquistada • Foca em tratados, instituições e em uma sociedade controlada • Parte para outras guerras e retorna à mesma caso hajam questões pendentes

Fonte: extraída de Lynch e McGoldrick (2007). Tradução nossa.

O jornalismo tem a tendência de reportar somente a visão de fontes oficiais, eventos em vez de processos e dualismo em relação às partes envolvidas nos conflitos (maniqueísmo), como afirmam Lynch e McGoldrick (2007) e foi demonstrado na tabela acima. Por isto, os autores colocam o jornalismo de guerra como um tipo de enquadramento que omite que jornalistas conspirariam para influenciar o público a apoiar guerras, já que este tipo de convenção noticiosa construída acerca de conflitos, muito comum, nos levaria a supervalorizar respostas violentas e menosprezar as não-violentas. Por outro lado, Hanitzsch (2004 apud HANITZSCH, 2007) coloca o enquadramento do jornalismo para a paz como socialmente responsável, capaz de contribuir no processo de *peacemaking* e *peacekeeping*.

Apesar de ser um campo pouco conhecido por pesquisadores e jornalistas, Xavier Giró (2016), em entrevista para o autor deste estudo, afirma que o jornalismo para a paz é feito por diversos profissionais, mesmo que eles não o percebam ou o desconheçam:

Para estes profissionais, não se basta a análise do que está acontecendo no momento – o que é bom, caso feito com propriedade. Há um passo a mais: discutem propostas alternativas de como abordar a violência, de como frear a escalada de um conflito. A profundidade dessas discussões colabora (ou não) para suas soluções.

Giró (2016) recorda que, mesmo que um jornalista rotule suas ações profissionais como “jornalismo para a paz”, a prática pode não estar sendo desempenhada de maneira correta: “o *Peace Journalism* pode ser conduzido de maneira irregular também. Ele pode ser somente um rótulo. Não existe um modo preciso, mecânico de se fazer o jornalismo para a paz. Este é um campo aberto, que deve ser explorado integralmente”. Para o pesquisador, é crucial pensar em todos os seres humanos como seres humanos, e também que há diversas razões por trás da violência – “a violência nunca é gratuita”.

Diversas razões explicitam por que o jornalismo tradicional não noticia os fatos de maneira contextualizada e humanizadora. Giró (2012) elucida essa premissa a partir de três casos distintos: primeiramente, os jornalistas dispõem de pouco tempo para investigar e apresentar as informações; o espaço disponível para transmitir as informações limita os profissionais, mesmo que estejam bem informados; e a falta de formação adequada colabora para a desinformação. O jornalismo para a paz é um processo lento, pois trabalha para contextualizar e transformar conflitos. Ele, nas palavras de Giró (2012), não oferece notícias a cada minuto; seu desenvolvimento tenta desdramatizar, aliviar a tensão, encontrar certa calma, explorar a complexidade do conflito e de seus atores e ter em conta os valores de todas as partes envolvidas, e não somente de uma delas. Estes aspectos caminham na direção oposta do modelo de negócios do jornalismo hegemônico, das grandes empresas que visam, primariamente, ao lucro.

As características que contrariam o jornalismo para a paz, apontadas por Giró (2012, p. 87-88), são:

- a superficialidade: não somente das declarações de uns e outros, mas também ao limitar o relato aos níveis visíveis, sem aprofundar nas raízes das disputas; a reiteração da violência direta em detrimento da violência estrutural é uma variável da superficialidade;

- a simplificação: é dado maior destaque aos líderes; personalizam-se tanto os conflitos que as ações dos atores de base são apagadas;
- a demonização: o foco em atores do mal (Milosevic ou Saddam Hussein, por exemplo) tem servido para justificar a guerra como principal recurso.

Fazer um jornalismo com enfoque na paz não significa que não se falará sobre as guerras. Giró (2016) afirma que “se há guerra, deve-se falar sobre ela, mostrar o horror, os interesses que a motivam, mas também que há pessoas trabalhando em prol da paz”.

O jornalismo para a paz em uma estrutura democrática pode “incrementar a eficácia de programas de desenvolvimento, reduzir o desnível socio-econômico, a corrupção e a exploração, e, também, aumentar o respeito social e o autorrespeito pelos elementos mais frágeis da sociedade” (SHINAR, 2008). Assim, de acordo com Shinar (2007 apud KEEBLE; TULLOCH; ZOLLMANN, 2010), o intuito do jornalismo para a paz

[...] não é reportar apenas 'boas notícias', mas sim conceber um modo mais justo de cobrir conflitos quando comparado às coberturas usuais, além de sugerir possibilidades de aprimorar a performance profissional, fortalecer valores humanos, morais e éticos na mídia, ampliar seus horizontes profissionais e acadêmicos e, também, fornecer melhor serviço público por meio da mídia (p. 3. Tradução nossa).

Este modelo de jornalismo aplica valor noticioso a todas as iniciativas que relacionam a paz com a superação da violência cultural ou estrutural (ESPINAR; HERNÁNDEZ, 2012). Para Shinar (2008, p. 43), o jornalismo para a paz é uma estratégia “que visa à melhoria das representações da mídia, da construção da realidade e da consciência crítica”.

A área do jornalismo para a paz recebe, constantemente, críticas a respeito da objetividade jornalística. O jornalismo, não importa sua especialidade ou por quem seja feito, se baseia em escolhas (de enquadramentos, de fontes, de linguagem, de fotografias, etc.). Não se nega que o *Peace Journalism* tome partidos, mas quem o exerce o faz buscando a humanização e a compreensão. Na prática jornalística, há sempre um posicionamento por trás: pode ser a empresa, os lucros ou o combate ao sofrimento humano; o importante é informar o público (NOS ALDÁS, 2016). Para Xavier Giró (2016), “não há problemas em entender qual é a direção das soluções mais justas para transformar os conflitos e reduzir o sofrimento. Se não o fizermos, agimos como uma biruta, que aponta para onde o vento soprar com mais intensidade”.

Apesar de o termo receber diversas definições e ser incorporado por vários pesquisadores, avanços em sua formulação teórica e epistemológica ainda são necessários (SÁNCHEZ, 2011). Para a autora, busca-se encontrar, com o diálogo entre pesquisadores de disciplinas distintas, uma metodologia adequada para a aplicação dos conceitos do jornalismo para a paz na análise do discurso dos meios de comunicação.

CAPÍTULO III – A COMUNICAÇÃO CONTRA-HEGEMÔNICA

Os meios de comunicação têm dificuldades para atingir todos os ideais do jornalismo para a paz. Eles não são agências humanitárias nem possuem interesses e características similares às delas; eles produzem informações para a obtenção de benefícios econômicos e comerciais (CIANCIO, 2002). O autor ressalta, entretanto, a pluralidade dos meios: não podemos nos referir a eles como um coletivo homogêneo que trabalha sob os mesmos padrões. Apesar de as entidades privadas que perseguem o sucesso econômico ser a maioria (CIANCIO, 2002), é necessário que sejam analisadas as especificidades de cada uma delas.

A investigação para a paz encontra um grande espaço nas instituições que se opõem aos meios tradicionais. Os meios alternativos têm ideais editoriais mais abertos e não se restringem à geração de lucros e ao poder. De fato, querem ser notados e atingir seus públicos de maneira contundente, mas dão visibilidade a iniciativas populares, comunitárias, de movimentos sociais e organizações sem fins lucrativos; eles surgem para prover às necessidades das classes minoritárias e de suas lutas por justiça social (PERUZZO, 2009).

Por a mídia hegemônica priorizar reportar acontecimentos relacionados à violência direta em vez da violência cultural, os *peace media*, ainda que restritos a iniciativas tímidas, buscam seu espaço de atuação em uma mídia permeada pelo modelo de propaganda que tem a guerra como principal objeto. A mídia *mainstream* age como produtora de sentido, transmitindo às pessoas os interesses econômicos, políticos, sociais, culturais e militares dominantes (KEEBLE; TULLOCH; ZOLLMANN, 2010). Assim como estudos para a paz encontram espaço nas contra-instituições, os meios de comunicação voltados para a paz se opõem à mídia tradicional sob o aspecto de uma mídia alternativa. O termo comunicação alternativa é amplo, e abarca conceitos como comunicação popular e comunicação comunitária, a serem discutidos nos parágrafos seguintes, levando em consideração as definições de Cicilia Peruzzo.

De acordo com a autora, a comunicação popular tem origem, no Brasil e na América Latina, nos movimentos populares durante as décadas de 1970 e 1980. Este modelo preza pela participação social de grupos populares, alcançada através de canais de comunicação próprios. Assim, iniciativas de comunicação popular refletem em um “processo de mobilização visando suprir as necessidades de sobrevivência [dos segmentos populacionais marginalizados ou “empobrecidos”] e de participação política com vistas a estabelecer a justiça social” (PERUZZO, 2008, p. 368).

No Brasil, entretanto, o termo comunicação comunitária é mais utilizado, muitas vezes como sinônimo da comunicação popular. Apesar de estes dois conceitos se entrelaçarem, há nuances que os tornam singulares. A comunicação comunitária pode, por vezes, desconectar-se dos movimentos sociais, além de poder haver, também, uma diferenciação relacionada a seus processos, já que esta pode até ser incorporada pela grande mídia, não se restringindo apenas a ser a comunicação do povo, “feita por ele e para ele” (PERUZZO, 2008, p. 369). Enquanto a comunicação comunitária se desenvolve por meio de uma multiplicidade de formas e linguagens, por estar diretamente em contato com uma pluralidade de grupos, com o meio digital e, também, com modelos de radiodifusão tanto artesanais, quanto massivos, ela esbarra no conceito de comunicação popular quando é gestada no contexto de movimentos populares, sendo sem fins lucrativos e alicerçada na comunidade e seus princípios, ou seja, “produzida no âmbito das comunidades e de agrupamentos sociais com identidades e interesses comuns” (PERUZZO, 2005, p. 4).

Desta forma, partindo da amplitude dos termos previamente comentados,

há mais o que diferenciar entre as formas de comunicação ditas populares ou comunitárias que são dirigidas ao “povo” por intermédio dos meios de comunicação comerciais – ditas populares – e aquelas protagonizadas por cidadãos ou movimentos e entidades associativas de interesse público, do que entre comunicação popular e comunitária. As primeiras, apesar de desenvolverem dimensões que podem ser comunitárias ou populares, nem sempre visam a emancipação cidadã, nem modificam a lógica de manipulação característica da grande mídia comercial, ressaltando algumas exceções. A comunicação popular e comunitária pode ser entendida de várias maneiras, mas sempre denota uma comunicação que tem o “povo” (as iniciativas coletivas ou os movimentos e organizações populares) como protagonista principal e como destinatário, desde a literatura de cordel até a comunicação comunitária (PERUZZO, 2008, p. 375).

Estas formas de comunicação, por basearem-se nas demandas do povo – em pautas plurais e não muito exploradas pela mídia tradicional – e terem como objetivo comunicá-lo, são consideradas parte de uma comunicação alternativa. Mesmo que explanadas com conceitos distintos, pode-se afirmar que iniciativas não ligadas à mídia tradicional são fruto de uma comunicação popular, alternativa e comunitária, sumarizada como

[...] uma vertente constituída por iniciativas populares (do povo) no contexto de localidades, bairros, comunidades (presenciais ou virtuais), movimentos sociais e organizações civis congêneres sem fins lucrativos.

Surge para suprir necessidades de expressão de segmentos das classes subalternas em suas lutas pelo estabelecimento da justiça social. Constrói uma outra comunicação, que se distingue da mídia comercial pelos conteúdos difundidos, formatos, sistemas de gestão e/ou pela participação da população e pelo compromisso com o interesse público (PERUZZO, 2009, p. 140).

Assim, a mídia alternativa propõe uma reinterpretação dos fatos sociais a partir de um olhar mais atento dos comunicadores – mas não somente deles – a grupos marginalizados.

Esta comunicação opõe-se à *mainstream*, massiva. O termo comunicação alternativa é típico dos anos 1960 aos 1980, período de forte censura à mídia no Brasil, e caracterizava “o tipo de imprensa não alinhada às posturas da mídia tradicional” (PERUZZO, 2008, p. 373). Na mídia, “a ideia de alternatividade fundamenta-se numa dupla inserção ideológica do projeto comunicacional: alinhamento com processos de mudança social e combate sistemático ao sistema hegemônico” (MORAES, 2007, p. 4).

Como produtos do início da mídia alternativa no Brasil temos diversos jornais, como *O Pasquim*, *Movimento* e *Opinião*. Apesar de os jornais terem sido grandes expoentes do desenvolvimento da imprensa no Brasil, outras iniciativas são relevantes meios alternativos de comunicação. Destacam-se as rádios e televisões comunitárias, boletins sindicais, cartilhas, alto-falantes, carros de som, produtos originários de organizações do terceiro setor, entre outros.

Como iniciativas internacionais de mídia alternativa, Keeble (2010) menciona o jornal sul-africano *Sowetan*, importante durante o movimento anti-apartheid nas décadas de 1970 e 1980, o *Vietnam GI* e os mais de 300 jornais anti-guerra distribuídos durante a Guerra do Vietnã, estações de rádios da Bolívia que defenderam os direitos dos mineiros do país por vinte anos e a Associação Revolucionária de Mulheres do Afeganistão, importante ao reportar os abusos sofridos por mulheres afegãs e as execuções femininas no país. Além disso, o autor comenta que a internet pode servir como um forte meio alternativo de comunicação. Do mesmo modo, para Nos Aldás, Seguí-Cosme e Machota (2008), o ambiente digital é idôneo para a disseminação dos movimentos pela paz.

As atividades comunicacionais desenvolvidas fora do âmbito tradicional são fundamentais para a difusão da paz por abrir espaço ao debate entre o público e as instituições, já que, nos meios de comunicação massivos, há dificuldades para se concretizar uma comunicação interpessoal, impossibilitando o intercâmbio de ideias entre emissores e receptores (NOS ALDÁS; SEGUÍ-COSME; MACHOTA, 2008).

Apesar dos meios de comunicação tradicionais, *mainstream*, terem grandes públicos, os meios alternativos buscam impactar, mesmo que com ações isoladas, os espaços sociais. Se as ações são impactantes em âmbito comunitário e atingem cada indivíduo, estes buscarão, posteriormente, conteúdos com criticidade, que condigam com as informações que receberam a nível local. Esquemas participativos de comunicação que divirjam da dinâmica dos meios tradicionais são iniciativas de reação à impermeabilidade dos meios, e supõem um uso democrático da informação, que se impõe para transformar todos em produtores de mensagens e evitar o monopólio da palavra (BECERRA, 2012). Com discursos alternativos, que apontem para a cultura de paz, busca-se deslegitimar a violência e a injustiça, abrindo espaços e dando visibilidade a discursos com propostas de justiça para todos e todas por igual (NOS ALDÁS, 2010).

3.1 Organizações não-governamentais: agentes de transformação

Este estudo analisou, como parte da comunicação alternativa, organizações não-governamentais (ONGs), a fim de compreender como elas auxiliam na disseminação da cultura de paz. As ONGs estão inseridas no movimento contra-comunicação iniciado nos anos 1970, por desenvolverem projetos visando ao desenvolvimento social por meio da comunicação (PERUZZO, 2008).

Encontra-se certa dificuldade ao tentar delinear o que são as organizações não-governamentais, por existir uma grande pluralidade de ONGs, cada uma com seus objetivos e missões próprios, áreas de atuação variadas e públicos distintos. Estas organizações são parte do terceiro setor da sociedade, isto é, não integram nem o setor privado (o mercado, que tem os lucros como meta), nem o setor público, controlado pelo estado. Consistem, portanto, em entidades não-governamentais e sem fins lucrativos.

Gómez Gil (2004, p. 158) comenta que as organizações não-governamentais, segundo a Organização das Nações Unidas, são definidas como “todas organizações internacionais cujas constituições não sejam consequência de um tratado intergovernamental” e também como “qualquer grupo de voluntários sem fins lucrativos, de âmbito local, nacional ou internacional, de natureza altruísta e dirigido por pessoas com interesses em comum”. Ainda de acordo com o autor,

[...] as ONGs são um tipo de associação criada para possibilitar a intervenção pública e privada para a realização de um bem comum, seja

para o conjunto de membros desta entidade, seja para outros setores das comunidades para as quais se dirigem suas ações ou para a sociedade em conjunto (GÓMEZ GIL, 2004, p. 151. Tradução nossa).

Segundo Sandoval Forero (2012), as primeiras organizações não-governamentais surgem nos Estados Unidos entre 1934 e 1945 exatamente com este motivo: proliferar um novo pensamento social, que incluiria a cultura de paz, e uma nova forma de viver, através de seminários, cátedras e grupos de discussão.

As organizações não-governamentais são agentes transformadores, e sua comunicação tem como meta a mudança social. Entretanto, há dificuldades para delimitar como é a comunicação desenvolvida por ONGs, por estas apresentarem heterogeneidade em suas áreas de atuação e problemáticas (NOS; IRANZO; FARNÉ, 2012). Estes autores chegam à conclusão de que o objetivo da comunicação das ONGs é fomentar o diálogo entre o comunicativo, o educativo e o cultural, como forma de flexibilização e atualização de projetos de comunicação, educação, cultura e cidadania. Para Erro Sala (2010 apud NOS; IRANZO; FARNÉ, 2012), os modelos de comunicação das ONGs se apoiam na eficácia e na sustentabilidade cultural. Nos Aldás (2002) resume que o objetivo central da comunicação das ONGs é informar sobre a diversidade cultural e sobre as estruturas de injustiça, formar uma opinião pública responsável e transformar as condições que perpetuam os problemas com os quais trabalham.

Ainda que grande parte das organizações não-governamentais não tenha a comunicação – e o jornalismo ou a publicidade – como sua atividade principal, elas utilizam estratégias comunicacionais para divulgar suas ações e difundir seus conteúdos. Entre essas atividades está a redação de notícias, a comunicação institucional, a distribuição de folhetos, *press releases*, cartilhas e outros materiais, a manutenção de websites e o uso das redes sociais.

Nos Aldás (2002, p. 20) ressalta que a comunicação das ONGs não depende unicamente delas próprias:

Temos que estar cientes da realidade dos meios de comunicação, que têm características e objetivos muito concretos, tanto pela política que os regem quanto pelos formatos com os quais trabalham, e que frequentemente chocam com os interesses das organizações que trabalham para a cooperação e para a ação humanitária. Isto impõe uma série de limitações e tensões às políticas de comunicação e ao tipo de discursos com os quais as organizações humanitárias têm que trabalhar, já que os meios reivindicam pelo espetáculo [...] e condensam as informações, que se sucedem com

rapidez, em espaços breves, fundamentalmente na televisão (Tradução nossa).

Erro Sala (2003) afirma que as ONGs nasceram no ambiente midiático e nele estão presas e se estruturam. Por essa razão, além de realizar uma comunicação própria, as ONGs mantêm, também, contato com os meios de comunicação. Aparecer na televisão é a principal aspiração de toda ONG (NOS ALDÁS, 2002). Isso significa, para essas organizações, ter o seu trabalho notado, uma vez que em âmbito nacional ou internacional elas teriam maior visibilidade e suas atividades receberiam mais incentivos. A relação entre as ONGs e os veículos de comunicação é cada vez mais necessária, mas constantemente encontra contradições (REY MARCOS, 2002). Como apontado no excerto acima, o discurso humanitário das organizações não-governamentais vão, muitas vezes, em sentido oposto aos dos meios tradicionais de comunicação. Para Erro Sala (2003), as ONGs devem se adequar às lógicas midiáticas e, em alguma medida, trair a si mesmas para serem notícia. Assim, à medida que esta brecha na mídia seja buscada, as ONGs devem se atentar para não contrariar seus próprios discursos. Enquanto não a encontram, apoiam-se em caminhos alternativos, mais acessíveis e mais realistas (NOS ALDÁS, 2002), como campanhas, *workshops*, conferências, pesquisas, entre outros.

As ONGs devem transmitir aos meios informações e suas visões sobre os problemas sociais, nacionais e internacionais – quais seriam suas causas, seus efeitos à sociedade e suas possíveis soluções (REY MARCOS, 2002). Segundo o mesmo autor, elas devem ser autocríticas e cientes de que o protagonismo não é delas, mas sim daqueles que elas assistem.

Miller (2005) aponta que grande parte de ações bem-sucedidas dos estudos para a paz devem ser atribuídas não somente a centros acadêmicos e a pesquisadores, mas à atuação das organizações não-governamentais.

Ali e Macharia (2011) incluem as ONGs na categoria *peace media*, o que as colocam como parte da mídia alternativa, já que têm como algumas de suas funções principais o *peacebuilding* e a luta contra a crueldade e o sensacionalismo explorados pela mídia tradicional. Por se oporem à grande mídia, estas organizações encontram dificuldades para veicularem seus conteúdos. Há obstáculos criados por órgãos governamentais sobre conteúdos que possivelmente gerariam efeitos negativos sobre o seu legado ou de parceiros (ALI; MACHARIA, 2011).

CAPÍTULO IV – DELIMITAÇÃO DAS ONGs E ENTREVISTAS

A delimitação das organizações não-governamentais investigadas neste estudo se dividiu em duas etapas. A primeira etapa foi realizada durante o estágio de pesquisa no exterior (BEPE/IC processo nº 15/26924-0), financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), na Universitat Jaume I, em Castellón de la Plana, Espanha. Durante este período, foram realizados um levantamento das principais ONGs espanholas que têm como missão a difusão da paz e a assistência humanitária e, posteriormente, entrevistas com as mesmas.

A segunda etapa consistiu no levantamento e entrevistas a ONGs brasileiras que trabalham com os temas paz, assistência humanitária e diminuição da violência. Os mesmos procedimentos foram utilizados durante as duas fases da delimitação das organizações.

4.1 Preparação dos questionários

A fim de investigar o trabalho desenvolvido pelas organizações não-governamentais e compreender quais são as suas funções relacionadas à disseminação da cultura de paz, optamos por utilizar as entrevistas em profundidade, por estas serem essencialmente qualitativas e permitirem uma grande interação entre entrevistador e entrevistado.

Assim, elaboramos questionários semi-estruturados, tomando como enfoque as práticas comunicacionais das ONGs e suas áreas de atuação. Como cada ONG realiza diferentes estratégias de comunicação e atua com públicos e áreas distintos, decidimos compor os questionários com diversas perguntas abertas, por estas darem liberdade de resposta ao entrevistado.

A primeira pergunta é a única questão fechada do questionário. Os resultados obtidos com esta pergunta, que seriam analisados quantitativamente, permitiram fosse traçado um perfil das organizações entrevistadas. Pôde-se delinear, assim, quais são as áreas de atuação das ONGs (se atuam em contexto de conflitos, se promovem a cultura de paz, a assistência humanitária e se realizam ações de comunicação) e quais estratégias comunicacionais, em linhas gerais, essas organizações utilizam.

A pergunta de número dois partia da premissa de que todas as organizações entrevistadas tinham a paz como um de seus objetivos principais. Assim, os seus membros foram questionados a respeito de quais são os modos com que cada ONG busca alcançá-la.

Esta pergunta não exclui a seguinte, voltada a entender como cada organização trabalha com a desconstrução da cultura de violência e em prol da transformação de conflitos.

Antes de entrar em tópicos específicos sobre a comunicação e seu papel na promoção da cultura de paz, foi verificada a presença de profissionais de comunicação nas ONGs. Isso possibilitaria saber quem realiza as atividades comunicacionais nas organizações, se existem profissionais das áreas de jornalismo, publicidade ou relações públicas, por exemplo, ou se a comunicação é feita por voluntários. Além disso, buscou-se saber, também, sobre as tarefas de cada funcionário das equipes de comunicação.

Perguntas com o objetivo de compreender os olhares das organizações sobre a mídia tradicional e sobre a mídia alternativa também foram feitas, a fim de explorar as visões das ONGs sobre o agendamento massivo da violência e as suas opiniões sobre o papel da comunicação para quebrar a ubiquidade da violência direta na mídia, que dificulta que a violência cultural e estrutural seja explorada.

Além de perguntas concernentes aos veículos de comunicação com os quais as ONGs mantêm contato e os idiomas e plataformas nas quais publicam seus conteúdos, é pertinente ressaltar a última questão aberta, que abordou a comunicação voltada para os países do Sul. Com esta pergunta, buscamos gerar um debate acerca dos modelos atuais de comunicação: será que eles condizem com os objetivos dos países do Sul? Existem dinâmicas comunicacionais mais pertinentes a serem adotadas por estes países?

Os questionários foram aplicados pessoalmente, por telefone e através da plataforma on-line Google Forms.

Tabela 3: Questionário para as entrevistas com ONGs espanholas.

Cuestionario
Organización:
Nombre:
Función en la organización:
1. Entre las actividades realizadas por la organización, están: () la actuación en contexto de conflictos. () la difusión de la cultura de paz. () la asistencia humanitaria. () acciones de comunicación. () la práctica periodística. () contactos con los medios de comunicación. () las prácticas publicitarias (incluyendo la publicidad social). () las prácticas de la comunicación comunitaria o popular (prácticas en que comunidades y grupos de comunidades colaboran en la comunicación, por ejemplo radios comunitarias, periódicos comunitarios y boletines informativos).
2. ¿Qué medios utiliza la organización para difundir los ideales de la paz?
3. ¿De qué manera trabaja la organización para conseguir la transformación de los conflictos provocados por las violencias estructural y cultural? (es decir, para conseguir el cambio de la cultura de violencia).
4. ¿La organización cuenta con profesionales de comunicación o periodismo? ¿Cuáles son sus principales actividades?
5. ¿La organización colabora con medios de comunicación alternativos para facilitar la difusión de mensajes diferentes a los que emiten los medios tradicionales?
6. ¿La organización ve la comunicación como estrategia para acabar con la primacía de la cultura de violencia, pautada por los medios tradicionales? ¿Cómo?
7. ¿Cuáles son los criterios de selección de lo que es divulgado por la organización?
8. ¿En qué plataformas divulga la organización contenidos noticiosos? ¿En qué idiomas?
9. ¿Cuáles son los medios de comunicación por los cuales la organización se mantiene informada sobre los hechos mundiales recientes?
10. ¿Da visibilidad la organización a los mensajes procedentes de los países del Sur? ¿Cómo?

Fonte: Elaborado pelo autor.

Tabela 4: Questionário para entrevistas com ONGs brasileiras.

Questionário
Organização:
Nome:
Função na organização:
1. Entre as atividades realizadas pela sua organização, estão: ☐ a difusão dos ideais de paz/cultura de paz. ☐ a atuação contra a violência. ☐ a assistência humanitária/desenvolvimento de pessoas. ☐ ações de comunicação. ☐ práticas jornalísticas. ☐ práticas publicitárias. ☐ estratégias de comunicação interna. ☐ contato com os meios de comunicação. ☐ ações de comunicação popular ou comunitária.
2. De que maneiras a sua organização colabora para disseminar a paz, colaborar com a sociedade civil ou para diminuir a violência?
3. Como a sua organização atua em favor do desenvolvimento e assistência a pessoas ou grupos?
4. Como a sua organização divulga seus eventos e o resultado de suas ações? Em quais plataformas são divulgados seus conteúdos noticiosos, caso sejam produzidos?
5. A sua organização conta com profissionais de comunicação ou jornalismo? Se sim, quantos? Quais são suas principais funções?
6. Como a sua organização vê o papel da comunicação para atingir seus resultados e para seu crescimento institucional?
7. Como se dá o contato da sua organização com os meios de comunicação (tradicionais e alternativos)? Como a sua organização acredita que este contato pode facilitar a eficácia de suas ações?
8. A sua organização considera a comunicação como estratégia para diminuir a violência, pautada pelos meios de comunicação tradicionais? De que maneira?
9. Qual é o critério de seleção do que é divulgado pela sua organização?
10. Por quais meios de comunicação a sua organização se mantém informada sobre os fatos mundiais recentes?
11. Quais outras organizações brasileiras vocês consideram importantes para a difusão da paz?

Fonte: Elaborado pelo autor.

4.2 As organizações espanholas: levantamento e apresentação

As organizações não-governamentais espanholas, muitas vezes referidas como organizações não-governamentais para o desenvolvimento (ONGD)⁵, realizam um importante trabalho de definição de seu espaço de intervenção social (GÓMEZ GIL, 2004). Estas organizações se especializam em missões em países em desenvolvimento, em colaboração direta com as comunidades beneficiárias. As características essenciais das ONGDs, de acordo com o Código de Conducta de la Coordinadora de ONGs para o Desenvolvimento da Espanha⁶ (p. 9-10), são:

1. Ser uma organização estável, que dispõe de um grau mínimo de estrutura. Devem ter personalidade jurídica e capacidade legal de acordo com as normas vigentes;
 2. Não ter fins lucrativos. Os rendimentos obtidos devem, em sua totalidade, beneficiar a população-sujeito dos programas de desenvolvimento, ser utilizados em atividades educacionais e de sensibilização e, em último lugar, ser destinados ao funcionamento da própria organização;
 3. Trabalhar ativamente no campo da cooperação ao desenvolvimento e à solidariedade internacional;
 4. Ansia pela mudança e pela transformação social, participando ativamente nas melhorias da sociedade mediante propostas que favoreçam relações Norte-Sul mais justas e equitativas;
 5. Ter respaldo e presença social;
 6. Ter autonomia institucional e decisória frente a instâncias governamentais, intergovernamentais ou quaisquer outras alheias à organização;
 7. Contar com recursos, tanto humanos quanto econômicos, que provêm da solidariedade, de doações privadas, de trabalho voluntário ou semelhantes;
 8. Atuar com mecanismos transparentes e participativos nas eleições e nomeação de cargos, promovendo a igualdade de oportunidades entre homens e mulheres;
 9. Ser transparentes em suas políticas, em suas ações e orçamento;
 10. Estar embasada e articulada em torno da solidariedade internacional e da cooperação.
- Isto implica a necessidade de que, entre os principais objetivos das ONGDs do

⁵ Termo original em espanhol: *organizaciones no gubernamentales para el desarrollo*.

⁶ Disponível em: <<http://bit.ly/2jyA0g7>>. Acesso em 2 out. 2016.

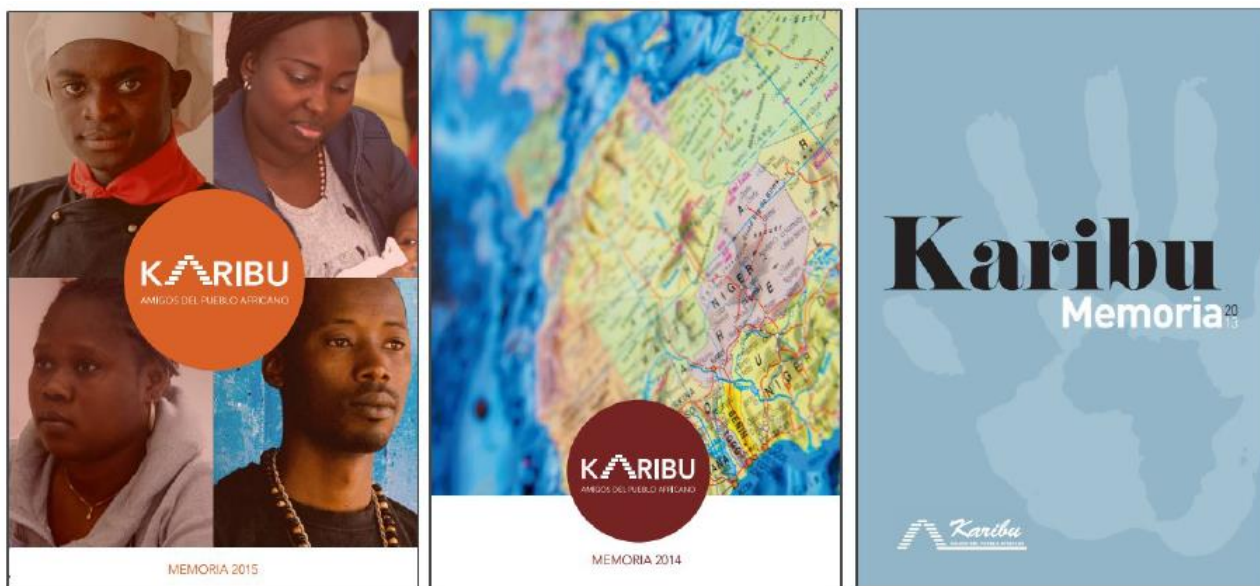
Norte, figurem a cooperação para o desenvolvimento, a luta contra as desigualdades, a pobreza, entre outros.

A lista abaixo apresenta as organizações espanholas entrevistadas neste estudo, juntamente a uma breve descrição de suas missões e de suas principais atividades comunicacionais:

- **Asociación Karibu:** com sede em Madri, a ONG tem como missões desenvolver ações de reivindicação e denúncia, trabalhar para o reconhecimento dos direitos e integração social de imigrantes e refugiados e prover ajuda humanitária a povos da África Subsaariana.

A ONG disponibiliza informações sobre suas últimas ações, documentos diversos, uma seção cultural com livros, filmes e músicas e galeria de fotos e vídeos em sua página online. Além do site, Asociación Karibu conta com perfis no Facebook e no Twitter, onde posta informações referentes a suas áreas de atuação. Muitas das informações publicadas em suas redes sociais são redirecionamentos para outros veículos de comunicação. A ONG também divulga materiais impressos e participa de fóruns de discussão e conferências.

Figura 1: Balanços anuais publicados pela Asociación Karibu em 2015, 2014 e 2013, respectivamente.



Fonte: Disponível em www.asociacionkaribu.org/.

- **CEAR – Comisión Española de Ayuda al Refugiado:** fundada em 1979, a ONG tem como objetivo defender os direitos humanos e o direito de asilo de refugiados. Em seus centros de acolhida, oferece alojamento e assistência psicológica e jurídica a refugiados.

Além disso, contribui para a integração social e laboral e para a promoção de uma cidadania crítica e de uma convivência intercultural. Sua sede central se localiza em Madri, mas conta com escritórios em várias outras regiões espanholas.

Em seu site, a ONG destaca as suas ações comunicacionais: apoia-se nos meios de comunicação tradicionais e online para disseminarem suas mensagens através da divulgação de comunicados, coletivas de imprensa, redação de artigos de opinião e colaboração em reportagens. Faz-se presente nos meios impresso, radiofônico, televisivo e digital, com perfis no Facebook, Twitter, Instagram e YouTube. Publica assiduamente nas redes sociais: além de divulgar seus eventos e resultados de suas ações, promove campanhas de criação própria. Um exemplo é a #RefugioPorGénero, uma série de vídeos publicados no YouTube sobre pessoas forçadas a fugir de seus países por motivos como o matrimônio forçado, a mutilação genital, a orientação sexual e a identidade de gênero. A organização também estabelece contato com rádios e jornais alternativos.

Figura 2: Exemplo de conteúdo divulgado no Instagram da CEAR.



Fonte: Print screen da página.

- **FunDiPau – Fundació Per la Pau:** criada em 1983, esta ONG tem como principal objetivo a paz mundial. Para isso, volta-se à erradicação da violência através de mudanças culturais e estruturais. Realiza diversas ações para a promoção da paz, incluindo campanhas

de sensibilização e pressão política. A ONG promove a investigação para a paz e realiza ações educacionais voltadas para a paz. Além disso, fornece apoio a pessoas e grupos que promovam a resolução pacífica de conflitos em regiões como o País Basco, os Bálcãs e Colômbia. Sua sede está em Barcelona.

Divulga suas ações a partir de relatórios, seminários, do contato com meios de comunicação e de seus próprios canais de comunicação (site, redes sociais, *newsletter* e boletim trimestral). Sua página, majoritariamente em catalão, divulga notícias, eventos e *links* para diversas campanhas nas quais a ONG participa.

Figura 3: Exemplo de publicação, em catalão, do Facebook da FunDiPau.
Trata-se de uma convocação para uma campanha.



Fonte: *Print screen* da página.

• **Mensajeros de la Paz:** a organização foi fundada no ano de 1962 e tem atuação tanto em âmbito espanhol quanto internacional. Seu objetivo é a integração social de grupos vulneráveis, especialmente crianças e jovens. Em seu início, a ONG criou abrigos para acolher crianças abandonadas, a fim de diminuir a discriminação e a marginalização. Atualmente, atua com diversos grupos sociais, como mulheres vítimas de violência doméstica, pessoas com deficiência física ou intelectual e idosos abandonados. Promove a liberdade, solidariedade, igualdade, direitos humanos, entre outros. Atua em 50 países e tem sede em Madri.

Divulga suas ações por meio de denúncias em meios de comunicação, participação em conferências e atividades de conscientização e difusão dos ideais de paz. Seus profissionais de comunicação atuam no gerenciamento de redes sociais e contato com os meios. A principal forma de difusão de seus conteúdos é pelo meio digital (por seu site e pelas redes sociais – Facebook, Twitter, YouTube). A divulgação de notícias em seu site não é frequente. Ocasionalmente divulgam na mídia impressa.

Figura 4: Seção de notícias do site da ONG Mensajeros de la Paz.



Fonte: *Print screen* da página.

• **Movimiento por la Paz:** a ONG foi fundada em 1983 e já realizou ações em 36 países. Sua missão é a aspiração pela paz mundial, visando ao cumprimento dos direitos humanos, da democracia, da igualdade e solidariedade entre pessoas e povos. Busca promover a cultura de paz a partir da investigação para a paz e da prevenção a todos os tipos de violência. Entre os seus valores estão o pacifismo, a solidariedade, o respeito, a independência, a imparcialidade e a transparência. Tem sedes em várias cidades da Espanha; a central localiza-se em Madri.

A organização conta com diversas estratégias para difundir a paz. Entre elas estão mostras de cinema, com o projeto Ciclo de Cine por la Paz, campanhas de sensibilização e participação em encontros. Além disso, publica trimestralmente a revista Tiempos de Paz e está presente no meio radiofônico e digital (com site e páginas em redes sociais).

Figura 5: Cartaz de divulgação do projeto Cine por la Paz, da ONG Movimiento por la Paz.



Fonte: Disponível em <http://www.mpdl.org/>.

• **Oxfam Intermón:** ONGD que tem como missão a erradicação da pobreza mundial e da injustiça e a procura por garantir que todos os seres humanos possam exercer seus direitos. Seus objetivos se dividem em seis eixos: a reivindicação por direitos a uma vida digna; a promoção da justiça de gênero; a proteção à vida de pessoas em situação de vulnerabilidade; a promoção de sistemas alimentares sustentáveis; a divisão justa dos recursos naturais; e o financiamento de serviços sociais básicos, como saneamento e educação. Tem sete sedes e 36 comitês em território espanhol e atua em mais de 90 países.

A organização conta com um departamento de comunicação de 20 profissionais. Suas principais funções são a redação de textos, a gestão de redes sociais, a fotografia, o contato com os meios de comunicação e a comunicação interna da própria organização. Uma das iniciativas da Oxfam Intermón é o projeto Periodismo Comprometido. Trata-se de uma

série de debates entre jornalistas que discutem como o jornalismo pode auxiliar grupos vulneráveis da população.

Figura 6: Entrevista ao projeto Periodismo Comprometido da organização Oxfam Intermón.



Fonte: *Frame* do vídeo disponível em <http://bit.ly/2jr5an6>.

- **Paz y desarrollo:** organização social para a cooperação e o desenvolvimento que busca a transformação social no Norte e no Sul, fundamentalmente através de valores como a igualdade e a justiça. Procura promover um desenvolvimento pró-ativo e autossustentável em seus projetos e programas. Tem como principal missão a igualdade de gêneros. Além de atuar na Espanha, possui escritórios em diversos países da América Latina e Ásia.

Para a organização, a comunicação é um instrumento de diálogo no processo de participação cidadã e garantia para o desenvolvimento humano sustentável. Ela se apoia em diversas campanhas de comunicação para difundir seus ideais. Como exemplos estão mostras fotográficas e de documentários no Camboja e no Vietnã, campanhas sobre direitos econômicos em El Salvador e a campanha Vidas en Progreso, que busca a igualdade de gênero em países asiáticos por meio da literatura. Além das campanhas, Paz y Desarrollo mantém site, Facebook e Twitter.

Figura 7: Site da campanha Vidas en Progreso, realizada pela ONG Paz y Desarrollo.



Fonte: Disponível em <http://www.vidasenprogreso.org/>.

• **Sodepau:** busca a mobilização política e o empoderamento por meio da cooperação ao desenvolvimento de países em desenvolvimento e construção de uma consciência crítica nos países do Norte. Produz conteúdos e ações de sensibilização voltadas aos seus valores, que incluem a solidariedade, igualdade, justiça social, democracia, entre outros. Trabalha com a comunicação alternativa como forma de difusão de informações relevantes à sociedade. Suas páginas no Facebook divulgam promovem eventos e compartilham conteúdos produzidos por diversos veículos de comunicação.

Figura 8: Exemplo de compartilhamento de notícia no Facebook da Sodepau.



Fonte: Print screen da página.

4.3 ONGs espanholas: análise dos resultados

Das oito organizações não-governamentais entrevistadas, quatro atuam em contexto de conflitos (**Asociación Karibu, Mensajeros de la Paz, Movimiento por la Paz e Oxfam Intermón**) e cinco têm como um de seus objetivos a difusão da cultura de paz (**Asociación Karibu, FunDiPau, Mensajeros de la Paz, Movimiento por la Paz e Sodepau**). Quatro prestam assistência humanitária (**Asociación Karibu, Mensajeros de la Paz, Movimiento por la Paz e Oxfam Intermón**). Os resultados das entrevistas demonstram que a comunicação é uma tarefa crucial para as ONGs: todas as organizações entrevistadas disseram que atividades comunicacionais estão entre suas práticas. Entretanto, cada ONG realiza suas atividades de modo distinto, através da comunicação interna, da publicidade, do jornalismo, entre outros.

Tabela 5: ONGs espanholas e suas respectivas atividades.

	Atuação em contexto de conflitos	Difusão da cultura de paz	Assistência humanitária	Ações de comunicação	Contato com os meios de comunicação	Práticas jornalísticas	Práticas publicitárias	Práticas de comunicação comunitária ou popular
Asociación Karibu	X	X	X	X	X			X
CEAR				X	X		X	
FunDiPau		X		X	X	X		
Mensajeros de la Paz	X	X	X	X	X	X	X	
Movimiento por la Paz	X	X	X	X	X	X	X	X
Oxfam Intermón	X		X	X	X			
Paz y Desarrollo				X				
Sodepau		X		X				

Fonte: Elaborada pelo autor.

Gráfico 1: Atuação das organizações não-governamentais espanholas.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Para Violeta Brull Bonet (2016), técnica na área de incidência e voluntariado da ONG **CEAR** da Comunidade Valenciana, a transmissão das mensagens de forma adequada colabora para o combate à violência transmitida pelos meios de comunicação: “tentamos sempre disseminar uma mensagem que denuncie, mas sem criar mais polêmica”. Para a técnica de comunicação Laura Martínez Valero (2016), da **Oxfam Intermón**, a comunicação, especialmente o jornalismo, são canais “para tornar conhecidos situações e contextos necessários para que os cidadãos possam entender nosso trabalho e se possa acabar com a pobreza, a desigualdade, a injustiça e a violência”. Valero ainda disse que a organização toma cuidado para tratar com respeito e dignidade a história de vida das pessoas, sempre com um enfoque positivo. As práticas de comunicação descritas por

Martínez Valero (2016) correspondem aos conceitos da comunicação para a paz: “na **Oxfam Intermón**, a comunicação deve se orientar a ser mais que a mera transmissão de problemas e da violência. Deve aportar as possíveis causas e soluções”. Em um âmbito mais específico, que vai de encontro com a área de atuação da ONG **Asociación Karibu**, Marta Burgo (2016), responsável pela comunicação da organização, disse que a comunicação é ferramenta importante para mudar a imagem que se tem sobre as migrações e sobre os africanos na Espanha, repleta de estereótipos e desconhecimentos sobre tudo que é relacionado ao continente africano e a sua realidade: “deve-se contar que a África não é um país, que por trás de cada pessoa há uma pessoa, uma realidade... Deve-se falar sobre a paz, sobre igualdade, solidariedade, justiça... Deve-se dar visibilidade”.

Apesar de todas as organizações entrevistadas se dedicarem a fazer comunicação, apenas três disseram realizar atividades jornalísticas (**FunDiPau**, **Mensajeros de la Paz** e **Movimiento por la Paz**) e três realizam práticas publicitárias (**CEAR**, **Mensajeros de la Paz** e **Movimiento por la Paz**).

De acordo com Lourdes Vergés (2016), responsável pela comunicação da organização **FunDiPau**, a ONG conta com um profissional de jornalismo. Suas principais funções são a gestão dos canais de comunicação da ONG, o contato com os veículos de comunicação, a redação de materiais (memoriais anuais, boletins, traduções, etc.), ações de comunicação em campanhas internacionais, entre outras. Segundo Lucía López (2016), responsável de imprensa e comunicação da ONG **Mensajeros de la Paz**, há dois profissionais de comunicação na organização: um se ocupa da gestão das redes sociais e a outra do contato com os meios. Outras atividades incluem a redação e difusão de notas para a imprensa e a criação de conteúdos diversos. A organização **Movimiento por la Paz**, de acordo com Isabelle Mamadou Blanco, conta com técnicos especializados em comunicação, que difundem a missão e as atividades da ONG para outros meios de comunicação e redes sociais, por meio de notas de imprensa, publicação de artigos, produção e edição de vídeos, elaboração de relatórios anuais, etc. **Oxfam Intermón**, apesar de ter respondido, na pergunta fechada, que não desenvolve atividades jornalísticas, conta com um grande departamento de comunicação, formado por 20 profissionais da área, incluindo jornalistas. Entre as atividades desempenhadas estão a redação de textos, a gestão de redes sociais, o contato com os meios de comunicação, a comunicação interna e a fotografia. Martínez Valero (2016) comenta: “viajamos com jornalistas para que eles sejam testemunhas, em primeira pessoa, das situações que se vive em outros países. Também elaboramos textos próprios para nosso site com a partir do material coletado”. **Asociación Karibu** também conta com um jornalista

voluntário em seu departamento de comunicação. Alguns de seus objetivos são a elaboração de materiais, dossiês e boletins informativos, vídeos corporativos e a difusão de notícias. **Paz y Desarrollo** conta com uma pessoa responsável pela comunicação, que publica notícias, realiza campanhas e ações de sensibilização. O ativista Josep Aguado Codes disse que a ONG **Sodepau** não conta com profissionais de jornalismo. Brull Bonet, da **CEAR**, ressaltou que a organização realiza atividades de comunicação, mas não conta com profissionais encarregados especificamente para essa função, pelo menos a nível municipal (Valência).

O contato com outros meios de comunicação é feito por seis das oito organizações entrevistadas (**Asociación Karibu**, **CEAR**, **Fundipau**, **Mensajeros de la Paz**, **Movimiento por la Paz** e **Oxfam Intermón**). **Oxfam Intermón** disse que “difundem informações a qualquer meio de comunicação que os solicite” (MARTÍNEZ VALERO, 2016). A organização recebe e consulta informações de diferentes meios, como *El País*, *El Mundo*, *ABC*, rádios como *La Ser*, *RNE* e *Ondacero*, e meios digitais como *El Diario* e *El Confidencial*. Também consulta notícias de agências como *EFE* e *Europa Press*. Martínez Valero (2016) disse: “estamos em comunicação permanente com as equipes de comunicação de afiliados da Oxfam em outros países; compartilhamos habitualmente *links* e notícias que possam afetar nosso trabalho”. **CEAR** afirma que mantém relações estreitas com rádios alternativas e jornais não convencionais. Mantêm-se informados pela imprensa internacional (como *Reuters* e *CNN*), emissoras de televisão e redes sociais. **FundiPau** mantém contato com os meios alternativos, “menos dependentes de publicidade e dos grandes financiadores” (VERGÉS, 2016). A ONG recebe informações “principalmente de meios generalistas espanhóis e catalães, assim como de meios online catalães, espanhóis e internacionais”. Ela cita como exemplo o *Le Monde Diplomatique*. **Asociación Karibu** afirma que dá mais importância aos canais alternativos, mas se mantém informada por meios tradicionais e alternativos ou do terceiro setor relacionados com a África, imigração e direitos humanos. A política da **Mensajeros de la Paz** é “não rechaçar nunca nenhum convite” dos meios, sejam eles generalistas ou mais restritos (LÓPEZ, 2016). Recebem informações de todos os países onde estão presentes (como Índia, Jordânia, Benim, República Democrática do Congo e vários países latino-americanos). **Movimiento por la Paz** também mantém relação com meios alternativos, porém não citou quais. **Sodepau** divulga suas informações em meios alternativos locais e segue veículos como *Diagonal*, *La Directa*, *Le Monde* e o site *Rebellion.org*.

Todas as organizações contam com plataformas diferenciadas para divulgarem seus conteúdos noticiosos, eventos, opiniões, etc. Todas têm suas próprias redes sociais e sites. A rede mais comum é o Facebook. Algumas outras são Twitter, YouTube e Instagram.

Além dos meios de comunicação e redes sociais, as ONGs também difundem seus ideais, incluindo a paz, de outras maneiras. Elas comentam que realizam e participam de conferências, fóruns, rodas de conversa, etc. Muitos de seus projetos buscam acabar com a pobreza, injustiça e desigualdade, colaborar para a inclusão social, promover atividades de conscientização e sensibilização, etc. **CEAR** colabora para o desenvolvimento humano através da defesa dos direitos de pessoas refugiadas e apátridas. Para **FunDiPau**, a opinião pública “é o elemento mais eficaz para transformar a cultura de violência em cultura de paz (VERGÉS, 2016). Por esta razão, a organização trabalha para construir uma opinião pública cada vez mais informada e ativa, “para que possa impulsionar as mudanças culturais e estruturais que tornem possível a erradicação da violência como forma de relação entre as pessoas e povos” (VERGÉS, 2016). **Asociación Karibu** transmite não somente os ideais de paz, mas também de solidariedade, igualdade e tolerância. Segundo Josep Codes, **Sodepau** oferece apoio a organizações formadas por pessoas afetadas por situações de conflito. **Paz y Desarrollo** cita que trabalha com as causas, prevenção e erradicação da violência de gênero “mediante a informação, conscientização, empoderamento de mulheres e meninas, garantindo o respeito pleno aos costumes locais e das pessoas” (PAZ Y DESARROLLO, 2016). **Mensajeros de la Paz** desenvolve projetos de proteção à infância vulnerável, abrigos a pessoas com deficiência física e intelectual, para idosos, etc. **Movimiento por la Paz** promove a investigação e reflexão sobre *peacebuilding*, “informando, formando, sensibilizando e mobilizando a cidadania sobre questões globais de desenvolvimento que afetam a todas as pessoas do planeta” (MAMADOU BLANCO, 2016). O objetivo principal de **Oxfam Intermón** é “que as pessoas que sofrem de pobreza, injustiças e desigualdades possam sair desta situação, melhorar suas vidas e que possam fazê-lo por elas mesmas”, visando às gerações futuras (MARTÍNEZ VALERO, 2016). Ainda, a ONG “crê que a chave de seu trabalho é mudar vidas que mudem vidas. Para isso, deve-se olhar para a causa dos problemas, não somente tratar o problema em si”.

As organizações ressaltam que dão destaque às mensagens do Sul. Vergés (2016), de **FunDiPau**, conta que a ONG dá visibilidade à situação em que se encontra a população civil de muitos países. Alguns exemplos de temas trabalhados são a proliferação incontrolada de armas, os efeitos do armamento como as minas antipessoais e as bombas de fragmentação. Em **Oxfam Intermón**, Martínez Valero (2016) disse que “tentam explicar e contextualizar

os problemas aos que os enfrentam em vários países Sul, assim como suas causas e a forma em que melhoraram ou poderiam melhorar suas vidas”. **Asociación Karibu** disse priorizar os países da África Subsaariana; **Mensajeros de la paz**, **Movimiento para la Paz** e **Paz y Desarrollo** afirmaram que dão destaque a mensagens do Sul; **Sodepau** mantém contato com organizações da Argentina, Bolívia, Cuba, México, Venezuela, Palestina e da região do Saara. **CEAR** afirmou que dá visibilidade a todas as mensagens, sem importar a procedência.

4.4 As organizações brasileiras: levantamento e apresentação

Foram entrevistadas, neste estudo, organizações não-governamentais brasileiras que trabalham em prol da paz, da redução da violência e de desigualdades sociais.

As organizações entrevistadas foram as seguintes:

- **Missão Paz:** a organização foi criada na década de 1930 e se intitula como uma instituição filantrópica. Missão Paz mantém a Casa do Migrante, onde acolhe imigrantes e refugiados. Além disso, oferece serviços de documentação, apoio jurídico, assistência social, atendimento psicológico e de saúde, cursos de português, encaminhamento para oportunidades de trabalho e proteção. Também conta com o Centro de Estudos Migratórios (CEM), que oferece cursos à distância, grupos de estudos e publicações.

A organização divulga suas ações principalmente na internet e a partir do contato com veículos de comunicação. Seu site apresenta uma seção de *clipping* e um acervo de notícias, com informações sobre novidades e projetos relacionados à Missão Paz. A ONG tem sua sede na cidade de São Paulo, onde atua prioritariamente.

Figura 9: Seção de notícias do site da ONG Missão Paz.

Missão Paz participa do Encontro Regional MADE América em Assunção, Paraguai

9/11/2016



Entre os dias 1º a 3 de novembro, a representante da Missão Paz, Leticia Carvalho, participou do Encontro Regional MADE América (sigla em inglês para Migração e Desenvolvimento) em Assunção, Paraguai. O encontro é promovido pelo SIMN (Sclabrin International Migration Network, rede...

Saiba Mais

Doação para a Casa do Migrante

8/11/2016



A União Beneficente Amigos de Casalbuono organizou a missa da comunidade italiana na Igreja Nossa Senhora da Paz neste domingo, trazendo o coral da associação, realizando as leituras e preparando o ofertório. No final, destinaram uma doação de mil reais para a Casa do Migrante. A M...

Saiba Mais

Arquivo

11/2016 (6)

10/2016 (31)

09/2016 (16)

08/2016 (13)

07/2016 (13)

06/2016 (15)

05/2016 (20)

04/2016 (19)

03/2016 (17)

02/2016 (12)

01/2016 (14)

12/2015 (15)

11/2015 (13)

10/2015 (24)

09/2015 (18)

08/2015 (21)

07/2015 (19)

06/2015 (33)

05/2015 (29)

04/2015 (24)

03/2015 (33)

02/2015 (11)

01/2015 (5)

Fonte: Disponível em <http://www.missaonspaz.org/>.

• **Movimento pela Paz e Não-Violência Londrina Pazeando:** organização da sociedade civil de interesse público. O movimento surgiu após várias iniciativas pela paz na cidade de Londrina, Paraná, e se firmou, da maneira como é atualmente, no ano de 2003. Tem como missão a construção de uma cultura de paz e a não-violência, visando que conflitos sejam resolvidos de forma pacífica. Seus valores são os direitos humanos, o respeito ao próximo, a cultura da não-violência ativa, a verdade, o diálogo, a ética e transparência.

A ONG organiza, anualmente, o fórum Mídia de Paz, convidando a debates profissionais de comunicação de diversos veículos. Também utilizam as redes sociais, página na web, *newsletter* e divulgam suas ações por entrevistas a emissoras de televisão e rádios.

Figura 10: Vídeo no YouTube do fórum Mídia de Paz, realizada pela ONG Londrina Pazeando.



Fonte: Disponível em <http://bit.ly/2jLjh7W>.

- **Paz Sem Fronteiras:** seu objetivo é a promoção da cultura de paz, principalmente através da arte, visando oferecer a todas as pessoas uma vida saudável e harmônica. A ONG promove ações sociais, ecológicas, artísticas e culturais e conta com mais de trezentos participantes, entre eles artistas, escritores, pesquisadores e formadores de opinião diversos. A organização foi fundada no ano de 2012.

Algumas das atividades da ONG são passeatas, capoeira, coral, espetáculos de dança e a arrecadação de bens destinados a diversas organizações de apoio à população. Em seu site, a ONG apresenta os seus principais projetos. A divulgação é feita em um grupo aberto do Facebook.

Figura 11: Intervenção cultural Palhaceata, realizada pela ONG Paz Sem Fronteiras.



Fonte: Cris Faga/Fox Press Photo/Estadão Conteúdo

- **Rio de Paz:** a ONG foi criada no Rio de Janeiro, em 2007, com a missão de ser um agente de redução das violações dos direitos humanos por meio de ações de mobilização pacíficas. Atuam encorajando a sociedade a reivindicar os seus direitos e pressionando o poder público a cumprir seu papel constitucional.

Uma de suas frentes de atuação é “Relacionamento e comunicação”. A partir dela, a ONG busca interagir com a sociedade por meio das redes sociais, publicação de artigos, participação em eventos, palestras, entrevistas para veículos de comunicação e consultoria a outras ONGs. Procura atuar como ouvidoria da sociedade. Seu site dedica um espaço à imprensa com um banco de imagens com fotos e vídeos diversos e uma seção de *clipping*. Rio de Paz realiza intervenções urbanas e projetos sociais em comunidades pobres.

Figura 12: Exemplo de intervenção urbana da ONG Rio da Paz.



Fonte: Disponível em <http://bit.ly/2iYmWl>.

- **Sou da Paz:** o Instituto Sou da Paz foi criado no ano de 1999, após o lançamento da campanha Sou da Paz, em 1997, que visava fomentar o debate sobre a questão do desarmamento no Brasil. A missão do Instituto é contribuir para a efetivação de políticas públicas de segurança e para a prevenção da violência. Ele se divide em três frentes de atuação: conhecer, relacionada à produção de conhecimento referente a certas dinâmicas criminais, como o homicídio e roubos; desenvolver, que trabalha com o desenvolvimento de metodologias que buscam solucionar problemas; e mobilizar, que se refere à promoção do debate responsável sobre segurança pública. Sua sede se localiza na cidade de São Paulo.

Além de divulgar seus projetos e pesquisas em seu site e mídias sociais, o Sou da Paz realiza contato com diversos meios de comunicação, tradicionais e alternativos, procurando pautá-los de acordo com as ações que estão em desenvolvimento. Seu site apresenta uma seção de notícias, onde são informadas ações do Instituto e seus resultados.

Figura 13: GIF divulgado no Facebook do Instituto Sou da Paz.



Fonte: Print screen da página.

- **Vila Vicentina Bauru:** a entidade social atua na cidade de Bauru, São Paulo, e fornece, além de abrigo à população idosa, assistência na área da saúde, recreação e lazer. A Vila Vicentina de Bauru foi inaugurada no ano de 1940.

A organização divulga seus eventos em jornais, revistas, site e Facebook.

Figura 14: Exemplo de divulgação de ação no Facebook da Vila Vicentina de Bauru.



Fonte: Print screen da página.

4.5 ONGs brasileiras: análise dos resultados

A partir das respostas relatadas pelos membros das organizações entrevistadas, pode-se constatar que todas têm o mesmo âmbito de atuação: a difusão dos ideais de paz ou difusão da cultura de paz. Delas, quatro atuam, também, em projetos contra a violência (**Missão Paz, Londrina Pazeando, Rio de Paz e Vila Vicentina**) e duas desenvolvem ações de assistência humanitária (**Rio de Paz e Vila Vicentina**).

Tabela 6: ONGs brasileiras e suas respectivas atividades.

	Difusão dos ideais de paz	Atuação contra a violência	Assistência humanitária	Ações de comunicação	Práticas jornalísticas	Práticas publicitárias	Estratégias de comunicação interna	Contato com os meios de comunicação	Práticas de comunicação comunitária ou popular
Instituto Sou da Paz	X	X		X	X	X	X	X	
Londrina Pazeando	X	X						X	
Missão Paz	X			X	X			X	
Rio de Paz	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Sou da Paz	X	X		X	X	X	X	X	
Vila Vicentina	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Fonte: Elaborada pelo autor.

Gráfico 2: Atuação das organizações não-governamentais brasileiras.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Evelyn Cheida, assessora de comunicação da ONG **Missão Paz** comenta que a organização promove a igualdade e tolerância em relação a imigrantes e refugiados. Os projetos de assistência humanitária desenvolvidos pela ONG são, de acordo com Cheida

(2016), “casa de acolhida, serviços de documentação, orientação jurídica, assistência social e de saúde, mediação de trabalho, cursos de português e encaminhamento a cursos profissionalizantes”. Luis Claudio Galhardi, coordenador da organização **Movimento pela Paz e Não-Violência Londrina Pazeando**, afirma que a educação é parte fundamental princípio fundamental para a construção da paz, da sustentabilidade e de uma cidadania global. O movimento propõe ações que visam à cultura de paz a nível municipal, estadual e federal: “nós acreditamos na força da cooperação e do comunitário, estamos juntos neste esforço para construir um mundo melhor, com esperança, com paz e harmonia” (GALHARDI, 2016). Segundo Débora Muniz, coordenadora de projetos da ONG **Rio da Paz**, a organização colabora para a disseminação da paz com manifestações públicas, de forma criativa e pacífica. Assiste pessoas encaminhando-as para empregos, oferecendo cursos, apadrinhando famílias pobres e distribuindo cestas básicas. O **Instituto Sou da Paz** atua em dois focos específicos: redução do homicídio e redução do roubo. Apesar de não se utilizar, propriamente, do termo “cultura de paz” em suas ações, Janaína Baladez, coordenadora do departamento de comunicação do instituto, conta que as ações do **Sou da Paz** colaboram na construção da cultura de paz, pois geram mudanças na “cultura mais conservadora”: “o **Sou da Paz** atua pela paz, [...] com ações concretas, não só com campanhas, como caminhadas pela paz” (BALADEZ, 2016). Fernanda Pereira Vianna, voluntária da ONG **Paz Sem Fronteiras**, relata que a arte a cultura de paz é buscada, na organização, principalmente através de manifestações artísticas.

Em relação a ações de comunicação, quatro organizações afirmaram desenvolvê-las (**Missão Paz, Londrina Pazeando, Sou da Paz e Vila Vicentina**). Apesar da ONG **Rio da Paz** não ter dito realizar ações de comunicação, a organização conta com website e perfis em redes sociais, onde divulga seus trabalhos, e mantém contato com meios de comunicação. Das ONGs, quatro praticam o jornalismo (**Missão Paz, Rio de Paz, Sou da Paz e Vila Vicentina**) e três contam com ações em publicidade (**Rio de Paz, Sou da Paz e Vila Vicentina**).

Para Evelyn Cheida, da **Missão Paz**, a comunicação é de “suma importância” para divulgar os serviços e as causas da ONG. Além disso, a ONG vê a comunicação como estratégia para promover a tolerância e acabar com a xenofobia e com o racismo. Do mesmo modo, Luis Galhardi, do **Londrina Pazeando**, comenta que a comunicação é de total importância para o movimento e que ele não seria realizado se não fosse por ela. Galhardi cita, como exemplo de projeto de comunicação voltada para a paz desenvolvido por sua organização, o site Mídia de Paz. O projeto busca dar visibilidade a iniciativas que

contribuam para a construção de uma cultura de paz e seu objetivo é “servir de inspiração para as pautas para a imprensa de forma geral” (GALHARDI, 2016). As práticas se originam de cidadãos, de outras organizações não-governamentais, de universidades, programas governamentais e programas de responsabilidade social de organizações empresariais. Para Débora Muniz (**Rio de Paz**) a comunicação é fundamental para a credibilidade de sua organização. Muniz (2016) ressalta que é por meio da comunicação que questões sociais ignoradas pelo poder público ganham destaque: “a visibilidade e a atração da imprensa é uma forma de pressionar o poder público a tratar das questões denunciadas”. Segundo Janaína Baladez, do **Sou da Paz**, a comunicação faz parte da estratégia de atuação do instituto. Além de levar a marca Sou da Paz adiante, a comunicação permite que o debate sobre segurança pública, escopo de atuação da organização, seja fomentado, seja em veículos tradicionais da imprensa, seja em veículos alternativos ou em redes sociais. Baladez afirma que diferentes estratégias de comunicação são utilizadas dependendo do objetivo que se pretende alcançar; isso inclui desde GIFs de humor sobre algum assunto até vídeos ou publicação de pesquisas de dados. Marcos Perassoli (2016), da **Vila Vicentina Bauru**, afirma que o papel da comunicação é “o mais importante possível” para a organização na qual trabalha.

Em relação à comunicação, a organização **Missão Paz** tem uma funcionária nesse setor, que trabalha como assessora de imprensa. Um jornalista trabalha para a **Rio de Paz** e suas principais funções são o registro das manifestações públicas promovidas pela organização, as postagens nas redes sociais e o contato com a imprensa. A equipe de comunicação do **Sou da Paz** é formada por cinco pessoas: duas jornalistas (responsáveis pela imprensa e redes sociais), um designer (responsável por todas as artes do instituto), uma estagiária (responsável pela publicidade) e a coordenadora do departamento. **Vila Vicentina** conta, no setor de comunicação, com um publicitário, responsável pela criação de peças publicitárias, desenvolvimento de conteúdo e comunicação interna e externa. **Movimento Londrina Pazeando e Paz Sem Fronteiras** não contam com pessoas que trabalhem especificamente com a comunicação.

Uma prática unânime entre todas as organizações entrevistadas foi o contato com os meios de comunicação. Cheida considera a atenção da mídia “muito benéfica” para a causa da ONG **Missão Paz**. Ela comenta que, na maioria das vezes, é a grande mídia que os procuram para solicitar informações; a situação inversa, isto é, quando a ONG propõe alguma pauta específica aos meios, ocorre em “poucas ocasiões”. A relação com os meios, no **Movimento Londrina Pazeando**, se dá por e-mail, por entrevistas a emissoras de

televisão e rádios e por ligações telefônicas realizadas a editores dos veículos. Na **Rio de Paz**, estabelece-se o contato tanto com meios tradicionais quanto meios alternativos. Débora Muniz afirma que o contato com os últimos aumenta o alcance das publicações. A coordenadora de projetos acredita que a mídia alternativa democratizou a informação, “tornando-a mais acessível e quebrando o monopólio imposto pelas grandes redes de comunicação” (MUNIZ, 2016). Baladez (2016), do **Instituto Sou de Paz**, disse que “sempre [abordam] os veículos com algo que seja interessante para eles pautarem”. Isso gera um duplo ganho à organização: primeiramente, o fortalecimento do seu nome perante formadores de opinião e o público geral e, também, a atenção recebida pelos temas sobre os quais se quer promover o debate. Este trabalho, de pautar a imprensa, é “gigantesco”, de acordo com Baladez. O contato é realizado com todos os tipos de veículos de comunicação, dependendo do tipo de pauta que vem a ser proposta: “a ideia, nas demandas que a gente recebe, é atender a todos os veículos. A gente quer colocar o tema segurança pública em âmbito nacional e internacional também, falamos com todos os tipos de veículos. Nacionalmente, falamos com todos os veículos maiores, seja ele qual for a linha política que seguem, o que importa é a gente conseguir pautar. Depende de nosso objetivo: tem hora que quero alcançar a massa, então vou tentar passar no Jornal Nacional; se quero uma análise mais aprofundada, talvez seja mais interessante o Nexa” (BALADEZ, 2016). Na **Paz Sem Fronteiras**, o contato com os meios depende da iniciativa de cada voluntário participante.

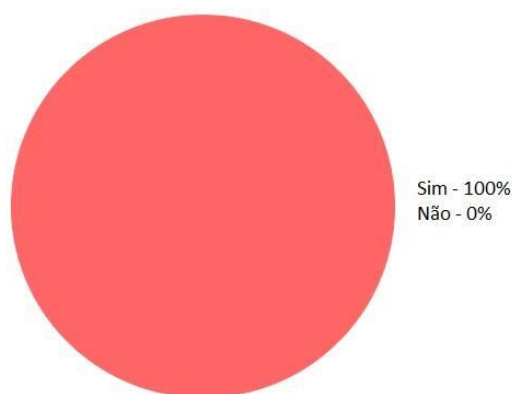
O modo de divulgação das ações das organizações são variados. Um aspecto em comum é que todas têm sites e páginas em redes sociais distintas. Na **Missão Paz**, seus eventos são divulgados pelo site, por Facebook, Twitter e LinkedIn; o critério de seleção do que é divulgado depende dos interesses de cada pauta específica. O Facebook é a principal ferramenta de divulgação da **Rio de Paz**. Os resultados de suas ações também têm como destino seu site e veículos de comunicação variados. As informações divulgadas são provenientes das ações promovidas pela ONG ou de protestos às violações de direitos humanos. Similarmente, o **Movimento Londrina Pazeando** divulga seus eventos e ações em seu site, Facebook e YouTube. O Facebook é a plataforma principal de postagem, onde o conteúdo é publicado em primeira mão. Também contam com *newsletter*. Este recurso também é utilizado pelo **Instituto Sou da Paz**: boletins periódicos são enviados a parceiros, financiadores, apoiadores e pessoas simpáticas à organização. Informações são postadas no site e nas mídias sociais. Janaína Baladez declara que a mídia tem o **Sou da Paz** como especialista no campo da segurança pública. Na organização **Vila Vicentina Bauru**, conteúdos são divulgados em jornais, revistas, pelo site e, também, redes sociais. A **Paz**

Sem Fronteiras, apesar de possuir um site, o utiliza somente para informações institucionais e de projetos. A divulgação de suas ações é feita em um grupo do Facebook, aberto a todos os usuários.

4.6 Organizações espanholas x organizações brasileiras: o que muda?

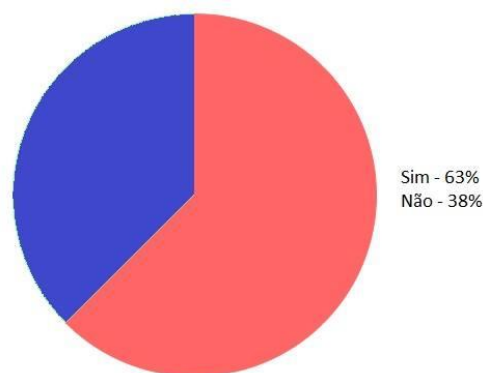
Pode-se afirmar, com base nos resultados obtidos nas entrevistas, que, predominantemente, as organizações não-governamentais abordadas, tanto em nível espanhol quanto brasileiro, trabalham a favor da construção e manutenção da paz na sociedade.

Gráfico 3: Difusão da paz nas ONGs brasileiras.



Fonte: Elaborado pelo autor.

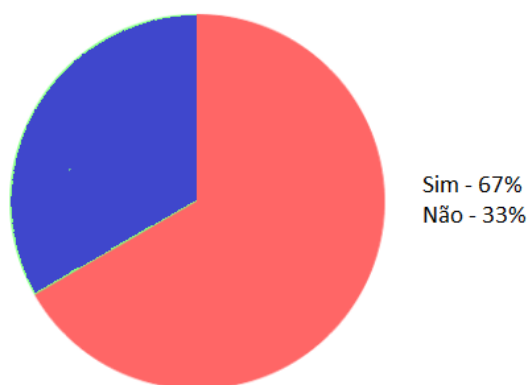
Gráfico 4: Difusão da paz nas ONGs espanholas.



Fonte: Elaborado pelo autor.

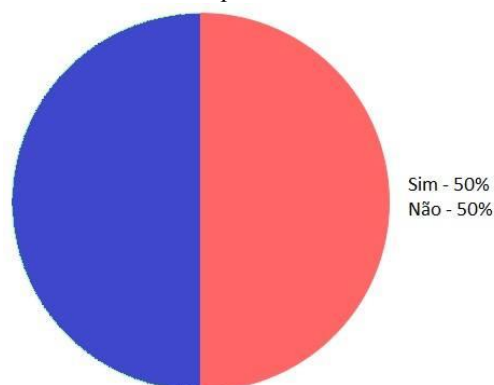
A paz, como conceito plural e de definição ampla, é trabalhada, em cada organização, de maneira própria. Algumas delas buscam a integração social e promovem assistência a imigrantes e refugiados, como as espanholas **Asociación Karibu** e **CEAR**, e a brasileira **Missão Paz**. A **Sodepau**, correlatamente, assiste pessoas vulneráveis, inseridas em contexto de conflitos. Outro caso correspondente é o da **FunDiPau** e da brasileira **Sou da Paz**, que têm como enfoque a erradicação da violência por meio das mudanças nas estruturas sociais. A partir dos exemplos citados, pode-se ressaltar a dinamicidade da construção da paz, que pode ser atingida com ações em distintos âmbitos sociais.

Gráfico 5: Atuação contra a violência nas ONGs brasileiras.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Gráfico 6: Atuação em contexto de conflitos nas ONGs espanholas.

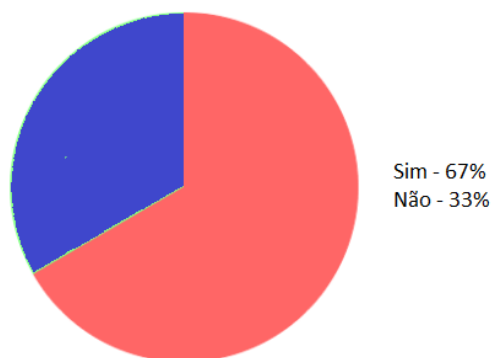


Fonte: Elaborado pelo autor.

Uma diferença constatada entre as ONGs entrevistadas foi a presença territorial de cada uma. Enquanto as organizações espanholas atuam nacional ou internacionalmente, as brasileiras, no geral, atuam em âmbito local. Como exemplo de organizações atuantes internacionalmente, temos a **FundiPau**, que, apesar de estar sediada em Barcelona, promove a transformação dos conflitos em regiões distantes, como os Bálcãs e Colômbia. A **Mensajeros de la Paz**, baseada em Madri, desenvolve ações em mais de 50 países, enquanto a **Paz y Desarrollo** possui escritórios na América Latina e na Ásia. A **Oxfam Intermón** tem forte presença em âmbito nacional: além atuar em 90 países, conta com sete sedes e 36 comitês na Espanha. Por outro lado, as organizações brasileiras atuam nacionalmente, como a **Sou da Paz**, ou, mais frequentemente, em âmbito local – como o **Movimento Londrina Pazeando**, que desenvolve projetos principalmente na cidade de Londrina, a **Rio de Paz**, na cidade do Rio de Janeiro e a **Vila Vicentina**, que dedica seus trabalhos à população de Bauru.

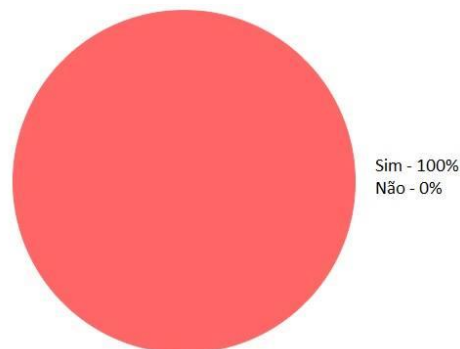
No caso específico da comunicação, pode-se afirmar que esta é uma atividade prioritária das ONGs: todas as organizações analisadas contam com estratégias comunicacionais plurais, entre elas a prática jornalística, a prática publicitária, a comunicação interna e a divulgação de seus eventos e resultados de suas ações. Das ONGs brasileiras, ainda que aproximadamente 66% tenham afirmado realizar atividades de comunicação, o restante também as desempenham. As ONGs espanholas, em sua totalidade, responderam a este tópico afirmativamente. Em relação às práticas jornalísticas, a porcentagem de ONGs brasileiras foi maior: 66% contra 37% das organizações espanholas. Destacam-se, no jornalismo praticado pelas organizações entrevistadas, a assessoria de imprensa e a produção de artigos noticiosos, muitos deles relatando os resultados das ações e eventos organizados pelas ONGs. Práticas publicitárias também são desenvolvidas pelas organizações, porém em menor escala no caso brasileiro (50%).

Gráfico 7: Desenvolvimento de ações de comunicação nas ONGs brasileiras.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Gráfico 8: Desenvolvimento de ações de comunicação nas ONGs espanholas.

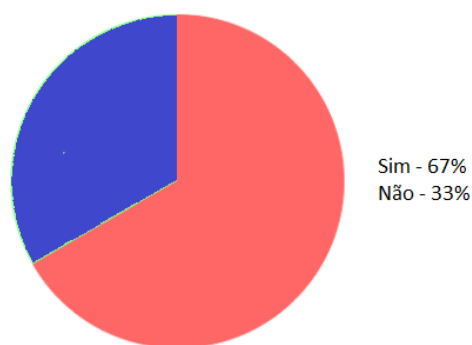


Fonte: Elaborado pelo autor.

Uma atividade comum entre as ONGs analisadas é o contato com os meios de comunicação. Esse contato é de extrema importância para as organizações não-governamentais, pois é principalmente a partir dele que as pautas pelas quais lutam as ONGs ganham espaço na agenda midiática. Além disso, a estratégia é fundamental para que a organização se faça conhecida e que seja atribuído o fator credibilidade a ela. A política de não deixar de colaborar para nenhum meio de comunicação que as solicitem é comum entre as ONGs, como podemos ver na **Oxfam Intermón**, que disse difundir informações a qualquer veículo de comunicação e na **Mensajeros por la Paz**, que não “rechaçam nenhum convite”. Correspondentemente, no Brasil, o **Instituto Sou da Paz** é um claro exemplo disso, já que desenvolve um trabalho amplo de contato com os meios, a fim de pautá-los com os temas com os quais trabalham. Essa atenção da mídia traz benefícios à ONG, como relatado pela **Missão Paz**.

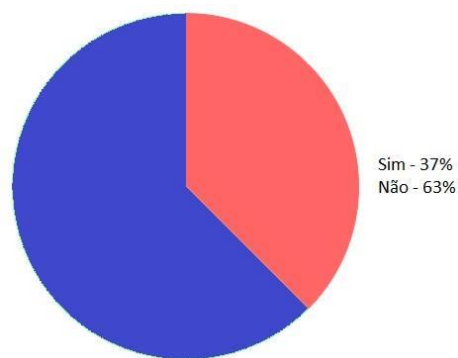
As estratégias de comunicação das ONGs entrevistadas vão de encontro com os conceitos da comunicação para a paz. As organizações buscam transformar a agenda estabelecida pela mídia hegemônica ao tentar fazer com que temas com os quais trabalham sejam abordados pelos veículos de comunicação. Ademais, buscam difundir a paz sob o seu conceito de *paz positiva*. Muitas das organizações não trabalham a favor da paz somente em contexto de conflitos e guerras, mas sim incorporando aspectos como a integração social, a erradicação da pobreza, assistência a pessoas vulneráveis e combate à violência – isto é, além de atuarem contra a violência direta, buscam debater e propor ações contra a violência estrutural e cultural.

Gráfico 9: Práticas jornalísticas nas ONGs brasileiras.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Gráfico 10: Práticas jornalísticas nas ONGs espanholas.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Como a prática jornalística nas ONGs bastou-se, muitas vezes, na assessoria de imprensa e divulgação de seus próprios eventos e trabalhos, é arriscado concluir que as organizações trabalham unicamente com os conceitos do jornalismo para a paz. Mesmo assim, pode-se afirmar que o jornalismo desenvolvido pelas ONGs tangem, de alguma maneira, os seus ideais: é um jornalismo não-mercadológico, voltado para a divulgação de temas relevantes para a desconstrução da violência cultural e estrutural. Além disso, as ONGs procuram manter contato com meios alternativos de comunicação, que tendem a produzir um jornalismo que se assemelharia ao jornalismo para a paz. Para que uma análise mais aprofundada fosse feita, que constataste que as ONGs fazem estritamente jornalismo para a paz, seria necessário que houvesse uma ampla produção de conteúdos noticiosos e reportagens, nos quais poderiam ser utilizadas técnicas de análise de conteúdo baseadas nos conceitos do *Peace Journalism*.

Concluindo, pode-se observar na tabela 7 alguns elementos comparativos em relação à comunicação desenvolvida pelas ONGs espanholas e brasileiras:

Tabela 7: Comparação entre as ONGs brasileiras e espanholas entrevistadas.

	ONGs brasileiras	ONGs espanholas
Áreas de atuação	Combate à intolerância e ao preconceito; construção da paz; redução da violência	Assistência humanitária; construção da paz; erradicação da pobreza; integração social
Nível de atuação	Local e nacional	Local, nacional e internacional
Colaboram para a difusão da cultura de paz	Sim	Sim
Desenvolvem ações comunicacionais	Sim	Sim
Suas atividades relacionam-se com os	Sim	Sim

ideais da comunicação para a paz		
Quem trabalha no setor de comunicação	Assessor de imprensa; designer; jornalista; publicitário	Jornalista; técnicos especializados em comunicação
Atividades desenvolvidas no setor de comunicação	Divulgação de eventos e resultados de ações; produção de conteúdo; gestão de sites e redes sociais; contato com veículos de comunicação; publicidade; criação artística; comunicação interna	Gestão de sites e redes sociais; contato com veículos de comunicação; redação de materiais diversos; contato com os meios de comunicação; envio de <i>press releases</i> ; edição de vídeos; fotografia; realização de campanhas; ações de sensibilização; comunicação interna
Redes sociais utilizadas	Facebook; Flickr; Instagram; Twitter; YouTube	Facebook; Twitter; Instagram; LinkedIn; YouTube

Fonte: elaborado pelo autor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A ascensão ainda recente da investigação para a paz nos mostra que a busca pela paz é um processo lento e contínuo. A paz não se consolida a partir de ações pontuais, especialmente para por fim a guerras e conflitos armados. De igual importância – ou talvez ainda mais importante – são as ações desenvolvidas em um período de tensão não tão aparente.

Partindo desta linha de raciocínio, os estudos para a paz propõem que se atinja a paz positiva em vez da paz negativa, como era feito até então. Sugere-se, assim, que o enfoque seja dado aos conflitos que permeiam a cultura e as estruturas sociais. Se analisássemos o Brasil, por exemplo, sob estudos contrários aos *Peace Studies*, poderíamos concluir que o país é pacífico, já que não participa, atualmente, de maneira declarada, de guerras em âmbito internacional. Por essa análise, porém, ignoraríamos todos os problemas sociais do Brasil – todas as injustiças sociais, a pobreza, os preconceitos, o racismo, as discriminações.

Uma análise sob a ótica dos estudos para a paz, entretanto, atestaria que o Brasil não está em estado de paz, já que apresenta os problemas estruturais mencionados anteriormente. Esses problemas são violências, mas nem sempre são percebidos como tal. O enfoque dos estudos para a paz é analisar os mais distintos aspectos da construção e manutenção da paz na sociedade, assim como a transformação de conflitos e o combate à violência. A partir disso, pode-se relacionar as investigações para a paz com inúmeras análises ou estudos de caso, a fim de delinear os motivos pelos quais a violência se consolida socialmente e as consequências observadas em diversos âmbitos sociais.

Pela pluralidade da paz, os *Peace Studies* são comumente relacionados a outros campos do conhecimento. Eles já nascem com caráter inter e transdisciplinar, e defendem que a paz pode ser alcançada a partir de iniciativas em quaisquer outras disciplinas: vemos que ganham força áreas como a educação para a paz, a filosofia para a paz e a comunicação para a paz, por exemplo.

O caso da comunicação para a paz, com enfoque no jornalismo para a paz, foi investigado no presente estudo. Atestou-se que a comunicação é estratégia essencial para as ONGs: é uma forma eficiente pela qual estas organizações podem, além de levar a sua marca para um grande número de pessoas, contribuir, com pautas que lhes interessam, na produção simbólica dos meios de comunicação. Por os entrevistados citarem que a comunicação é, de fato, um fator estratégico, podemos inferir que a comunicação desenvolvida pelas ONGs espanholas e brasileiras é alternativa, uma vez que é realizada por seus próprios membros, funcionários ou voluntários, rompendo com a supremacia dos grandes veículos de comunicação ao comunicar um discurso que confronta a cultura da violência muito presente no jornalismo tradicional. Guardadas suas devidas proporções e

abrangências territoriais e especificidades sociais, as ONGs analisadas dos dois países demonstraram consciência com relação ao carácter estratégico da comunicação, especialmente quando se pretende desconstruir “violências”, sejam elas manifestadas no maltrato ou preconceito aos imigrantes e migrantes, no descaso com idosos, na violência contra mulheres e crianças em situação de vulnerabilidade, na violência urbana e tantas outras que acometem nossas sociedades. Sendo assim, os resultados obtidos nas entrevistas com as ONGs brasileiras e espanholas delimitadas neste estudo condizem com o conceito de comunicação de ONGs definido por Nos Aldás (2002), de informar sobre a diversidade cultural, sobre as estruturas de injustiça, formar uma opinião pública responsável e transformar as condições que perpetuam os problemas sociais. Dessa maneira, as ONGs, sim, podem ser incluídas nos *peace media*, descritos por Ali e Macharia (2011).

Deve-se ter o jornalismo para a paz com uma espécie de manual de auxílio na cobertura jornalística, especialmente quando envolve guerras, conflitos e situações de violência. Coberturas jornalísticas consistem em escolhas (em seu enquadramento, em relação a fontes, à linguagem ou fotografias a serem utilizadas, etc.), e as escolhas feitas pelo jornalismo para a paz buscam a humanização e o entendimento, uma vez que dá voz a todas as partes, é orientado para as pessoas e para a cultura de paz em vez de somente reportar a violência direta. As coberturas devem ser equilibradas e atenção deve ser dada a todas as etapas do que se propõe a narrar: o antes (o que levou àquela situação), o durante (o que deve ser feito para transformá-la) e o depois (legado: quais são as consequências e estratégias de prevenção).

Observações sobre o jornalismo para a paz são importantes para que seja feito um “bom jornalismo”. Este não é, claramente, a única maneira de ser fazer jornalismo. Veículos de comunicação e jornalistas podem estar desenvolvendo um jornalismo que siga os moldes do *Peace Journalism* sem que, ao menos, conheçam os seus conceitos. Além disso, podem haver outras estratégias para combater as injustiças e a violência por meio da comunicação. O jornalismo para a paz se trata, basicamente, de uma série de diretrizes eficazes para alcançar esses propósitos.

REFERÊNCIAS

AGUADO CODES, J. **Questionário**. Entrevista concedida a Jorge Salhani. Espanha, maio 2016.

ALI, F. A., MACHARIA, H. M. Peace media and the promotion of Culture of Peace and Peacebuilding: a case study of the Great Lakes Region in Africa. In: NOS ALDÁS, E., GALÁN, J. I. M., ALI, F. A. (Orgs.). **Comunicación para la paz em acción: periodismos, conflictos, alfabetización mediática y Alianza de Civilizaciones**. Castellón de la Plana, Universitat Jaume I, 2011. p. 159-174.

BALADEZ, J. **Questionário**. Entrevista a Jorge Salhani. Brasil, nov 2016.

BECERRA, M. D. Problemas en la comunicación de las organizaciones sociales que trabajan por la cultura de paz. In: GONZÁLEZ, A.C.; LÓPEZ, M. C. (Orgs.). **Comunicación y cultura de paz**. Editorial Universidad de Granada: Granada, 2012. p. 69-82.

BOULDING, E. Peace culture. In: AFKHAMI, M. (Org.). **Toward a compassionate society**. WLP, 2002.

BURGO, M. **Questionário**. Entrevista concedida a Jorge Salhani. Espanha, maio 2016.

BRUCK, P., ROACH, C. Dealing with reality: the news media and the promotion of peace. In: ROACH, C. (Org.). **Communication and culture in war and peace**. Sage Publications, 1993. p. 71-96.

BRULL BONET, V. **Questionário**. Entrevista concedida a Jorge Salhani. Espanha, maio 2016.

CARVALHO, D. W., FREIRE, M T., VILAR, G. Mídia e violência: um olhar sobre o Brasil. **Revista Panamericana de Salud Pública**, v. 31, n. 5, 2012, p. 435-438.

CHEIDA, E. **Questionário**. Entrevista concedida a Jorge Salhani. Brasil, out 2016.

CIANCIO, A. Los medios periodísticos, la cooperación y la acción humanitaria. In: NOS ALDÁS, E. (Org.) **Medios periodísticos, cooperación y acción humanitaria**. Barcelona: Icaria Editorial, 2002, p. 27-35.

CIANCIO, A., NOS ALDÁS, E. Comunicación para la paz y la cooperación: un proyecto conjunto. **Jornades de Foment de la Investigació**, 2000.

COPELLO, E. A., ROJAS, L. R. Estudiantes: comunicación y cultura de paz. **Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas**, v. 11, n. 4, p. 28-65, 2008.

COSTA, J. M. D. Developing the Brazilian school for peace. **Peace Review**, v. 21, n. 1, p. 79-84, 2009.

COSTA, R. P. Avaliação das percepções e necessidades multiculturais sentidas pelos militares que participam de missões de paz. **Revista das Ciências Militares**, n. 18, 2008.

_____. **Multiculturalismo e estudos para a paz**: articulação possível no reparo e no emprego de militares para missões de paz. 2009. 239 f. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. 2009.

ERRO SALA, J. ONGD: ¿Comunicarse por qué y para qué? El paso de la comunicación mercadeada a la comunicación social educativa. In: BENET, V. J.; NOS ALDÁS, E. **La publicidad en el Tercer Sector**. Barcelona: Icaria Editorial, 2003, p. 53-81.

ESPINAR, E. R., HERNÁNDEZ, M. I. S. El periodismo de paz como paradigma de comunicación para el cambio social: características, dimensiones y obstáculos. **Cuadernos de información y comunicación**, v. 17, p. 175-189, 2012.

FERNÁNDEZ, A. V., MIGUEL, J. C., SANTOLINO, M. P. **Comunicación para la paz en el sector de las ONGs catalanas**. Barcelona. 2008.

GALHARDI, L. **Questionário**. Entrevista a Jorge Salhani. Brasil, nov 2016.

GALTUNG, J. Violence, peace, and peace research. **Journal of Peace Research.**, v. 6, n. 3, p. 167-191, 1969.

_____. Twenty five years of peace research: ten challenges, and some responses. **Journal of Peace Research**, v. 22, n. 2, 1984.

_____. **Peace by peaceful means**: peace and conflict, development and civilization. International Peace Research Institute: Oslo, 1996.

_____. **Violencia cultural**. Gernika-Lumo: Gernika Gogoratuz, 2003.

_____. Peace Studies: a ten point primer. In: HUNTER, A. (Org.). **Peace Studies in the Chinese century**. Ashgate, 2006. p. 15-20.

GALTUNG, J.; WEBEL, C. Peace and conflict studies: looking back, looking forward. In: WEBEL, C., GALTUNG, J. (Orgs.). **Handbook of Peace and Conflict Studies**. Nova York: Routledge, 2007. p. 397-399.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIRÓ, X. Análisis crítico del discurso mediático y pedagogía comunicativa para la paz. In: GONZÁLEZ, A.C.; LÓPEZ, M. C. (Orgs.). **Comunicación y cultura de paz**. Editorial Universidad de Granada: Granada, 2012. p. 83-104.

_____. **Ideas sobre el periodismo para la paz**. Entrevista concedida a Jorge Salhani. Barcelona, 2016.

GLEDITSCH, N. P., NORDKVELLE, J., STRAND, H. Peace research – just the study of war? **Journal of Peace Research**, v. 51, n. 2, p. 145-158, 2014.

GÓMEZ GIL, C. **Las ONG en la globalización**: estrategias, cambios y transformaciones de las ONG en la sociedad global. Barcelona: Icaria, 2004.

GONZÁLES, A. C.; LÓPEZ, M. G. Introducción. In: GONZÁLEZ, A. C.; LÓPEZ, M. C. (Orgs.). **Comunicación y cultura de paz**. Editorial Universidad de Granada: Granada, 2012. p. 15-23.

GONZÁLEZ, A. C. La comunicación es una herramienta estratégica en la construcción de paz. In: GONZÁLEZ, A. C.; LÓPEZ, M. C. (Orgs.). **Comunicación y cultura de paz**. Editorial Universidad de Granada: Granada, 2012. p. 25-40.

GUIMARÃES, M. R. Desafios para a construção de uma cultura de paz. **Divulgação em Saúde para Debate**, v. 39, p. 14-22, 2007.

HANITZSCH, T. Situating peace journalism in journalism studies: a critical appraisal. **Conflict & Communication**, v. 6, n. 2, 2007.

KEEBLE, R. L., TULLOCH, J., ZOLLMANN, F. **Peace Journalism, war and conflict resolution**. Nova York: Peter Lang, 2010.

KEEBLE, R. L. Peace journalism as political practice: a new, radical look at the theory. In: KEEBLE, R. L., TULLOCH, J., ZOLLMANN, F. (Orgs.). **Peace Journalism, war and conflict resolution**. Nova York: Peter Lang, 2010. p. 49-68.

LYNCH, J. Propaganda, war, peace and the media. In: KEEBLE, R. L., TULLOCH, J., ZOLLMANN, F. (Orgs.). **Peace Journalism, war and conflict resolution**. Nova York: Peter Lang, 2010. p. 69-83.

LYNCH, J., McGOLDRICK, A. Peace Journalism. In: WEBEL, C., GALTUNG, J. (Orgs.). **Handbook of Peace and Conflict Studies**. Nova York: Routledge, 2007. p. 248-264.

LÓPEZ, L. **Questionário**. Entrevista concedida a Jorge Salhani. Espanha, maio 2016.

MAMADOU BLANCO, I. **Questionário**. Entrevista concedida a Jorge Salhani. Espanha, maio 2016.

MARÍN, A. P. La verdade como vítima. Medios de comunicación como actores de guerra. In: NOS ALDÁS, E., GALÁN, J. I. M., ALI, F. A. (Orgs.). **Comunicación para la paz em acción: periodismos, conflictos, alfabetización mediática y Alianza de Civilizaciones**. Castellón de la Plana, Universitat Jaume I, 2011. p. 25-44.

MARTÍNEZ GUZMÁN, V. Filosofia e investigação para a paz. **Revista Crítica das Ciências Sociais**, v. 71, p. 43-62, 2005.

MARTÍNEZ GUZMÁN, V., MUÑOZ, F. A. Investigación para la Paz. In: MARTÍNEZ, M. L. (Dir.) **Enciclopedia de Paz y Conflictos: A-K**. Granada: Editorial Universidade de Granada, 2004.

MARTÍNEZ VALERO, L. **Questionário**. Entrevista concedida a Jorge Salhani. Espanha, maio 2016.

McGOLDRICK, A., LYNCH, J. **Peace Journalism – What is it? How to do it?** 2000. Disponível em: <<http://bit.ly/2kCWtdY>>. Acesso em 22 dez. 2016.

MILANI, F. M. Cultura de paz e violências: papel e desafio nas escolas. In: MILANI, F. M., JESUS, R. C. D. P. (Orgs.). **Cultura de paz: estratégias, mapas e bússolas**. Salvador: Inpaz, 2003. p.31-62.

MILLER, C. A. **A glossary of terms and concepts in Peace and Conflict Studies**. San Jose: University for Peace, 2005.

MORAES, D. Comunicação alternativa, redes virtuais e ativismo: avanços e dilemas. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, v. 9, n. 2, 2007.

MUNIZ, D. **Questionário**. Entrevista a Jorge Salhani. Brasil, out 2016.

MUÑOZ, F. A. Prólogo. In: GONZÁLEZ, A. C.; LÓPEZ, M. C. (Orgs.). **Comunicación y cultura de paz**. Editorial Universidad de Granada: Granada, 2012. p. 9-14.

NOLETO, M. J. A construção da cultura de paz: dez anos de história. In: **Cultura de paz: da reflexão à ação**. Brasília: UNESCO; São Paulo: Associação Palas Athena, 2010. p. 11-22.

NOS ALDÁS, E. Construyendo una comunicación para la paz y la cooperación al desarrollo. In: NOS ALDÁS, E. (Org.) **Medios periodísticos, cooperación y acción humanitaria**. Barcelona: Icaria Editorial, 2002. p. 17-26.

_____. La filosofía para la paz en diálogo con la comunicación y los discursos públicos. In: COMINS MINGOL, I.; PARÍS ALBERT, S. (Orgs.). **Investigación para la paz: estudios filosóficos**. Barcelona: Icaria, 2010. p. 129-144.

_____. **IUDESP y la comunicación para la paz**. Entrevista concedida a Jorge Salhani. Castellón de la Plana, mayo 2016.

NOS ALDÁS, E., SEGUÍ-COSME, S., MACHOTA, A. M. R. **Comunicación y construcción de paz**. Barcelona: Icaria Editorial, 2008.

NOS, E., IRANZO, A., FARNÉ, A. La eficacia cultural de la comunicación de las ONGD: los discursos de los movimientos sociales actuales como revisión. **Cuadernos de información y comunicación**, v. 17, p. 209-237, 2012.

PAZ Y DESARROLLO. **Questionário**. Entrevista concedida a Jorge Salhani. Espanha, maio 2016.

PERASSOLI, M. **Questionário**. Entrevista a Jorge Salhani. Brasil, set 2016.

PERUZZO, C. M. K. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, ano II, n. 3, 2005.

_____. Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados. Reelaborações no setor. **Palabra Clave**, v. 11, n. 2, 2008.

_____. Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. **Revista Galáxia**, n. 17, p. 131-146, 2009.

PUREZA, J. M. Estudos sobre a paz e cultura de paz. **Nação e defesa**, n. 95/96, p. 33-42, 2000.

PUREZA, J. M., CRAVO, T. Margem crítica e legitimação nos estudos para a paz. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, v. 71, p. 5-19, 2005.

RASHID, H. **An introduction to Peace and Conflict Studies**. Dhaka: The University Press Limited, 2005.

REY MARCOS, F. Estado y periodismo en las crisis humanitarias. Quién condiciona quién? In: NOS ALDÁS, E. (Org.) **Medios periodísticos, cooperación y acción humanitaria**. Barcelona: Icaria Editorial, 2002. p. 95-101.

SADIG, H. B., GUTA, H. A. Peace communication in Sudan: toward infusing a new Islamic perspective. In: FORTNER, R. S.; FACKLER, P. M. **The handbook of global communication and media ethics**. Wiley-Blackwell, 2011. p. 602-625.

SALINAS, A. I. A. Periodismo y comunicación para la paz. Indicadores y marco regulatório. **Revista Comunicación y Ciudadanía Digital – COMMONS**, v. 3, n. 1, p. 57-92, 2014.

SÁNCHEZ, M. H. Introducción. In: NOS ALDÁS, E., GALÁN, J. I. M., ALI, F. A. (Orgs.). **Comunicación para la paz em acción: periodismos, conflictos, alfabetización mediática y Alianza de Civilizaciones**. Castellón de la Plana, Universitat Jaume I, 2011. p. 81-86.

SANDOVAL FORERO, E. A. Estudios para la paz, la interculturalidad y la democracia. **Ra-Ximhai**, v. 8, n. 2, p. 17-37, 2012.

SIGNATES, L. **Comunicação e Paz**. 2000. Disponível em: <<http://bit.ly/2kbF5f9>>. Acesso em 15 jan. 2017.

SHINAR, D. Mídia democrática e jornalismo voltado para a paz. **Líbero**, ano XI, n. 21, p. 39-48, 2008.

SPRING, U. O. Latin American perspectives on Peace Research. In: HUNTER, A (Org.). **Peace Studies in the Chinese century: international perspectives**. Hampshire: Ashgate Publishing, 2006. p. 51-68.

TUVILLA, J. **Culturas de paz: fundamentos y claves educativas**. Desclée de Brouwer: Bilbao, 2014.

VALESAN, S. Apresentação. In: WASELFISZ, J. J. **Mapa da Violência: mortes matadas por armas de fogo**. Brasília: 2015. Disponível em: <<http://bit.ly/1h5RXOX>>. Acesso em 11 jan. 2017.

VERGÉS, L. **Questionário**. Entrevista concedida a Jorge Salhani. Espanha, maio 2016.

VIANNA, F. P. **Questionário**. Entrevista concedida a Jorge Salhani. Brasil, nov 2016.

VICENTE, M. M. Comunicação y paz activa: un diálogo posible. **Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 38, n. 1, p. 275-292, 2015.

WALLENSTEEN, P. Making peace researchable. In: WALLENSTEEN, P. (Org.). **Peace research**. Routledge. 2011. p. 3-12

WEBEL, C. *Introduction: toward a philosophy and metapsychology of peace*. In: GALTUNG, J., WEBEL, C. (Orgs.) **Handbook of peace and conflict studies**. Nova York: Routledge, 2007. p. 3-13.

WIBERG, H. Investigação para a paz: passado, presente e futuro. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, v. 71, 2005.

APÊNDICES

Apêndice A – Questionários respondidos pelas ONGs espanholas

Organização: ASOCIACIÓN KARIBU

Nombre: Marta Burgo

Función en la organización: Comunicación

1. Entre las actividades realizadas por la organización, están:

- (x) la actuación en contexto de conflictos.
- (x) la difusión de la cultura de paz.
- (x) la asistencia humanitaria.
- (x) acciones de comunicación.
- () la práctica periodística.
- (x) contactos con los medios de comunicación.
- () las prácticas publicitarias (incluyendo la publicidad social).
- (x) las prácticas de la comunicación comunitaria o popular (prácticas en que comunidades y grupos de comunidades colaboran en la comunicación, por ejemplo radios comunitarias, periódicos comunitarios y boletines informativos).

2. ¿Qué medios utiliza la organización para difundir los ideales de la paz?

No sé si difundimos ideales de paz (sólo), nuestro objetivo es difundir mensajes de paz, de solidaridad, de igualdad, de tolerancia, solidaridad...

Los medios de comunicación más tradicionales acuden mucho a la Asociación, por lo general Karibu no tiene la capacidad para atender a todas las peticiones.

A través de las redes sociales, de la web...

Karibu participa en foros, es invitada a charlas, jornadas, colegios..

3. ¿De qué manera trabaja la organización para conseguir la transformación de los conflictos provocados por las violencias estructural y cultural? (es decir, para conseguir el cambio de la cultura de violencia).

Karibu trabaja en defensa y la protección de las personas; muchas de ellas se encuentran en situaciones muy duras de desprotección y de violencia (especialmente mujeres y niñ@s). La manera de trabajar de la organización es atender, acompañar y dar las herramientas necesarias para que aquellas personas que lo necesiten salgan de estas situaciones de violencia permanente.

Otra de las estrategias es la denuncia de estas situaciones, que en el caso de los inmigrantes africanos es alarmante.

4. ¿La organización cuenta con profesionales de comunicación o periodismo? ¿Cuáles son sus principales actividades?

El departamento de Comunicación en la Asociación de Karibu se ha creado en los últimos meses por la incorporación de una persona voluntaria, periodista y profesional de la comunicación en

ONGDS. El equipo cuenta con otra persona voluntaria dedicada a la elaboración del diseño, imagen de los materiales impresos de la Asociación, hasta hora se encargaba de la elaboración de la memoria de actividades o algún material que se solicitara.

El objetivo en estos últimos meses han sido: elaboración de nuevos materiales informativos, tríptico y dossier informativo; boletín informativo, vídeo corporativo; puesta en marcha en redes sociales, rediseño de la imagen, kit de materiales para la celebración del 25 aniversario, difusión de noticias...

Entendemos la comunicación como un proceso, hacia dentro y hacia fuera. Uno de nuestros objetivos es “empapar” a nivel interno la importancia de la comunicación, la participación de todos y todas en este proceso e ir mucho más allá de la elaboración de materiales o noticias. Queremos mostrar todas las oportunidades que brinda la comunicación.

5. ¿La organización colabora con medios de comunicación alternativos para facilitar la difusión de mensajes diferentes a los que emiten los medios tradicionales?

Sí, damos más importancia a los canales alternativos.

6. ¿La organización ve la comunicación como estrategia para acabar con la primacía de la cultura de violencia, pautada por los medios tradicionales? ¿Cómo?

Sí, en el caso de Karibu vemos la comunicación como estrategia para cambiar la visión que existe en nuestra sociedad (marcada principalmente por los medios tradicionales), sobre la inmigración y los africanos y africanas que llegan a nuestro país y que viven aquí. La carga de estereotipos en este colectivo es enorme, el desconocimiento sobre todo lo relacionado con el continente africano (situación en los países de origen, causas de la inmigración...) y con la realidad que viven aquí es enorme.

Esto para nosotros es violencia, o genera violencia, genera miedo, racismo, vulneración permanente de los derechos humanos...

Hay que contar la realidad de estas personas, la realidad de por qué migran, qué significa la inmigración... Hay que contar que África NO es un país, que detrás de cada persona, hay una persona, una realidad..Hay que hablar de paz, de igualdad, de solidaridad, de justicia...Hay que dar visibilidad .

7. ¿Cuáles son los criterios de selección de lo que es divulgado por la organización?

Normalmente divulgamos noticias..resultados generados por la organización. Hacemos denuncia con otros colectivos sobre la actualidad de los inmigrantes en España.

Actualidad africana, en los países de origen.

8. ¿En qué plataformas divulga la organización contenidos noticiosos? ¿En qué idiomas?

Página web, Twitter y Facebook, boletín informativo. En español.

9. ¿Cuáles son los medios de comunicación por los cuales la organización se mantiene informada sobre los hechos mundiales recientes?

Medios de comunicación tradicionales, y una larga lista de medios alternativos o del tercer sector relacionados con África, inmigración derechos humanos.

10. ¿Da visibilidad la organización a los mensajes procedentes de los países del Sur?

Sí, mucha, de los países de África Subsahariana.

Organização: CEAR PV (COMISIÓN ESPAÑOLA DE AYUDA AL REFUGIADO EN EL PAÍS VALÈNCIA)

Nombre: Violeta Brull Bonet

Función en la organización: Técnica en el área de incidencia y voluntariado

1. Entre las actividades realizadas por la organización, están:

- ☐ la actuación en contexto de conflictos.
- ☐ la difusión de la cultura de paz.
- ☐ la asistencia humanitaria.
- ☒ acciones de comunicación.
- ☐ la práctica periodística.
- ☒ contactos con los medios de comunicación.
- ☒ las prácticas publicitarias (incluyendo la publicidad social).
- ☐ las prácticas de la comunicación comunitaria o popular (prácticas en que comunidades y grupos de comunidades colaboran en la comunicación, por ejemplo radios comunitarias, periódicos comunitarios y boletines informativos).

2. ¿Qué medios utiliza la organización para difundir los ideales de la paz? Canales de comunicación propios como nuestra web, Facebook, correo, o a través de medios colaboradores como periódicos, radios etc.

3. ¿De qué manera trabaja la ONG para conseguir la transformación de los conflictos provocados por las violencias estructural y cultural? (es decir, para conseguir el cambio de la cultura de violencia).

Trabajamos para transformar y resolver conflicto a través del cumplimiento de nuestra misión (defender los derechos de las personas refugiadas, apátridas...) así como denuncia en otros ámbitos como presentar preguntas parlamentarias en los gobiernos (tanto estatal, como autonómico).

4. ¿La organización cuenta con profesionales de comunicación o periodismo? ¿Cuáles son sus principales actividades?

La organización a nivel municipal (Valencia) no cuenta estrictamente con periodistas, pero si se ocupa del área de comunicación.

5. ¿La organización colabora con medios de comunicación alternativos para facilitar la difusión de mensajes diferentes a los que emiten los medios tradicionales?

Si, tenemos estrecha relación con radios alternativas, así como periódicos no convencionales. También al contar con medios propios de comunicación podemos difundir nuestro mensaje propio, lo que consideramos de vital importancia.

6. ¿La organización ve la comunicación como estrategia para acabar con la primacía de la cultura de violencia, pautada por los medios tradicionales? ¿Cómo?

Damos mucha importancia a transmitir nuestro mensaje de forma adecuada para poder combatir y poner fin a la violencia que se transmite, intentamos siempre tener un mensaje que denuncie pero sin incitar a crear más polémica.

7. ¿Cuáles son los criterios de selección de lo que es divulgado por la ONG?

Que sea acorde a nuestros valores y misión.

8. ¿En qué plataformas divulga la ONG contenidos noticiosos? ¿En qué idiomas?

Facebook (Cear PV) y nuestra web (www.cearpv.org). Publicamos preferentemente en valenciano y en castellano.

9. ¿Cuáles son los medios de comunicación por los cuales la ONG se mantiene informada sobre los hechos mundiales recientes?

Medios como la prensa internacional (Reuters, CNN...), televisiones, Twitter, Facebook...

10. ¿Da visibilidad la organización a los mensajes procedentes de los países del Sur?

Intentamos dar visibilidad a todos los mensajes, sin importar procedencia.

Organização: FUNDIPAU (FUNDACIÓ PER LA PAU – FUNDACIÓN POR LA PAZ)

Nombre: Lourdes Vergés

Función en la organización: Responsable de comunicación

1. Entre las actividades realizadas por la organización, están:

- ☐ la actuación en contexto de conflictos.
- ☒ la difusión de la cultura de paz.
- ☐ la asistencia humanitaria.
- ☒ acciones de comunicación.
- ☒ la práctica periodística.
- ☒ contactos con los medios de comunicación.
- ☐ las prácticas publicitarias (incluyendo la publicidad social).
- ☐ las prácticas de la comunicación comunitaria o popular (prácticas en que comunidades y grupos de comunidades colaboran en la comunicación, por ejemplo radios comunitarias, periódicos comunitarios y boletines informativos).

2. ¿Qué medios utiliza la organización para difundir los ideales de la paz?

Utilizamos medios de dos tipos: los propios (página web, redes sociales – Facebook, Twitter, Youtube, e-newsletter – y un boletín trimestral) y los medios de comunicación en general a los que

nos dirigimos para informar a la sociedad de nuestras acciones, propuestas, posicionamientos o información de la que disponemos.

3. ¿De qué manera trabaja la ONG para conseguir la transformación de los conflictos provocados por las violencias estructural y cultural? (es decir, para conseguir el cambio de la cultura de violencia).

Estamos convencidos de que el activo más eficaz para transformar la cultura de la violencia en una cultura de paz es la opinión pública. Por ello trabajamos para contribuir a que sea una opinión pública cada vez más informada y activa, para que pueda impulsar los cambios culturales y estructurales que hagan posible la erradicación de la violencia como forma de relación entre las personas y los pueblos. En concreto realizamos talleres de educación para la paz y enviamos propuestas pedagógicas a los colegios, montamos exposiciones, participamos en charlas y mesas redondas, organizamos jornadas y actos de sensibilización, etc. Por otro lado, participamos activamente en las tres principales campañas de desarme y control de armas activas actualmente a nivel internacional: Armas Bajo Control (para el control del comercio de armas), Campaña Internacional para la Abolición de las Armas Nucleares (ICAN) y Stop Killer Robots (Paremos a los Robots Asesinos) entre otras. En estas y otras campañas realizamos también actividades de cabildeo con partidos políticos y gobiernos para que se impliquen en la toma de decisiones que favorezcan el desarme y la construcción de la paz.

4. ¿La organización cuenta con profesionales de comunicación o periodismo? ¿Cuáles son sus principales actividades?

Sí. Una persona. Sus ocupaciones principales son: la gestión de los medios propios, la relación con los medios de comunicación, la redacción de los materiales comunicativos (memorias anuales, boletín en papel, coordinación de las traducciones, etc.) y la coordinación con las acciones de comunicación en las campañas internacionales, entre otras. .

5. ¿La organización colabora con medios de comunicación alternativos para facilitar la difusión de mensajes diferentes a los que emiten los medios tradicionales?

Cuando queremos difundir alguna información nos dirigimos también a los nuevos medios que han emergido en los últimos años. Medios alternativos, menos dependientes de la publicidad y de los grandes financiadores; muchos de ellos sufragados por los propios lectores.

6. ¿La organización ve la comunicación como estrategia para acabar con la primacía de la cultura de violencia, pautada por los medios tradicionales? ¿Cómo?

A través de nuestros mensajes difundidos en charlas, conferencias, mesas redondas, actos públicos de denuncia o protesta, acciones y artículos de opinión publicados también en los medios tradicionales.

7. ¿Cuáles son los criterios de selección de lo que es divulgado por la ONG?

Procuramos difundir cualquier acción en la que estemos implicados o que organicemos, tanto en solitario como conjuntamente con otras ONG: informes, acciones, seminarios, posicionamientos públicos, etc. La información que divulgamos es prácticamente siempre fruto del propio trabajo, estudios, reflexión o acciones.

8. ¿En qué plataformas divulga la ONG contenidos noticiosos? ¿En qué idiomas?

Igual que en el punto dos. Principalmente en catalán (somos una ONG con sede en Catalunya). También en español, principalmente los comunicados de prensa y las campañas conjuntas, y en Inglés cuando son acciones compartidas con otras organizaciones internacionales.

9. ¿Cuáles son los medios de comunicación por los cuales la ONG se mantiene informada sobre los hechos mundiales recientes?

Principalmente medios generalistas españoles y catalanes, además de medios online catalanes, españoles e internacionales. También estamos suscritos a Le Monde Diplomatique en español,

10. ¿Da visibilidad la organización a los mensajes procedentes de los países del Sur?

No tenemos proyectos de cooperación en los países del Sur que nos puedan ofrecer información o mensajes directos que podamos difundir aquí. Sin embargo, como miembros de campañas internacionales en las que compartimos trabajo y objetivos con ONG de todo el mundo, también del Sur, sí que damos visibilidad a la situación en que se encuentra la población civil en muchos países a consecuencia de la proliferación incontrolada de armas, a los efectos de armamento como las minas antipersona o las bombas en racimo en comunidades donde un alto porcentaje de niños mueren o resultan mutilados y de cómo muchas personas se ven obligadas a huir de sus casas a causa de los conflictos armados, entre otros temas.

También, en las ocasiones en las cuales hemos colaborado con organizaciones que trabajan por la paz en algunos países (República Democrática del Congo, Brasil – Sou da paz –, Guatemala...) sí que hemos dado visibilidad a su trabajo y a sus mensajes en actos públicos y facilitando entrevistas a los medios.

Organização: FUNDACIÓN MENSAJEROS DE LA PAZ

Nombre: Lucía López

Función en la organización: Responsable de prensa y comunicación

1. Entre las actividades realizadas por la organización, están:

- (x) la actuación en contexto de conflictos.
- (x) la difusión de la cultura de paz.
- (x) la asistencia humanitaria.
- (x) acciones de comunicación.
- (x) la práctica periodística.
- (x) contactos con los medios de comunicación.
- (x) las prácticas publicitarias (incluyendo la publicidad social).
- () las prácticas de la comunicación comunitaria o popular (prácticas en que comunidades y grupos de comunidades colaboran en la comunicación, por ejemplo radios comunitarias, periódicos comunitarios y boletines informativos).

2. ¿Qué medios utiliza la organización para difundir los ideales de la paz?

Mensajeros de la Paz es una ONG no sólo de acción, sino también de denuncia. nuestro presidente y fundador actualmente dedica toda su agenda a hacer denuncia en los medios, dar conferencias y otras actividades de concienciación y difusión de los ideales de la paz.

3. ¿De qué manera trabaja la ONG para conseguir la transformación de los conflictos provocados por las violencias estructural y cultural? (es decir, para conseguir el cambio de la cultura de violencia).

Mensajeros trabaja contra la violencia en todos los ámbitos sociales: proyectos de protección a la infancia vulnerable, centros de día y residencias para ancianos desatendidos, hogares de personas con discapacidad física e intelectual, centros familiares anticrisis (con servicios de comedor, ropero, banco de alimentos...) y atención a personas en situación de calle contra la criminalización de la pobreza.

Todo ello tanto en España como en nuestros proyectos internacionales, y ampliado con las múltiples acciones de cooperación nacional o internacional con otras organizaciones del tercer sector o empresas colaboradoras.

4. ¿La organización cuenta con profesionales de comunicación o periodismo? ¿Cuáles son sus principales actividades?

No somos, como en otras organizaciones, ningún “gabinete de prensa”: sólo somos dos personas, puesto que en la fundación se destina poco presupuesto para la contratación, todo va dirigido a los proyectos sociales.

Como en otros “departamentos”, funcionamos de modo familiar y modesto. mi compañero se ocupa de las redes sociales y yo de la relación con los medios (agenda de comunicación, seguimiento de medios, redacción y difusión de notas de prensa y creación de contenidos).

5. ¿La organización colabora con medios de comunicación alternativos para facilitar la difusión de mensajes diferentes a los que emiten los medios tradicionales?

Una de mis labores es sacar reportajes, artículos, etc en los diversos medios generalistas, así como posicionar la opinión de nuestro presidente, persiguiendo la mayor visibilidad. Pero también colaboramos siempre con medios más pequeños. La política es no rechazar nunca ninguna invitación.

Creemos, además, que el mensaje de la fundación, popularizado por nuestro presidente, es de por sí un mensaje diferente que, sin embargo, a estas alturas pocas veces es censurado, siquiera por los medios más tradicionales.

6. ¿La organización ve la comunicación como estrategia para acabar con la primacía de la cultura de violencia, pautada por los medios tradicionales? ¿Cómo?

Sin ir más lejos, toda la comida que hoy por hoy se reparte en el campamento de Moria, donde están detenidos los refugiados llegados a la isla de Lesbos, se reparte en las tiendas de mensajeros. el resto de ONG se marcharon del campo cuando fue militarizado.

Si MDP persistió, es porque creemos que, en situaciones de emergencia tan graves como la que estamos viviendo, la lucha contra la violencia y la injusticia pasa por estar ahí. quedarse a dar de

comer. y que tildar esa postura de “asistencialista” es un modo más que tienen los medios tradicionales de conseguir que situaciones como ésta vayan quedando en el olvido.

El ser humano tiene la vieja costumbre de comer, y por lo tanto, mientras haya desigualdad habrá que hacerse presente donde hay necesidad.

7. ¿Cuáles son los criterios de selección de lo que es divulgado por la ONG?

Divulgamos lo que escribimos nosotros y lo que publican otros medios de nosotros.

A veces es complicado porque, por ejemplo, los contenidos web nos vemos obligados a repartirlos en tres páginas web que de momento están vigentes, mientras vamos desarrollando un nuevo plan de medios más integral: la web de la fundación, la de la asociación y la de la Iglesia de San Antón (parroquia de nuestro presidente donde mensajeros lleva a cabo su intervención con personas sin hogar).

8. ¿En qué plataformas divulga la ong contenidos noticiosos? ¿En qué idiomas?

Webs, Twitter, Facebook, Instagram y prensa digital y escrita ocasionalmente.

9. ¿Cuáles son los medios de comunicación por los cuales la ONG se mantiene informada sobre los hechos mundiales recientes?

10. ¿Da visibilidad la organización a los mensajes procedentes de los países del sur?

9 y 10: nos llega información interna desde todos los países del sur en los que trabajamos. En Asia actualmente tenemos contraparte en la India y un gran proyecto en Jordania. En África estamos presentes en Benin y República del Congo y en América Latina trabajamos en Argentina, Perú, El Salvador, Cuba, Bolivia, Haití y República Dominicana, interviniendo en otros lugares con ayuda humanitaria, como este año ha sido el caso de Paraguay (inundaciones en Asunción) y Ecuador (reciente terremoto).

Organização: MOVIMIENTO POR LA PAZ

Nombre: Isabelle Mamadou Blanco

Función en la organización:

1. Entre las actividades realizadas por la organización, están:

- (x) la actuación en contexto de conflictos.
- (x) la difusión de la cultura de paz.
- (x) la asistencia humanitaria.
- (x) acciones de comunicación.
- (x) la práctica periodística.
- (x) contactos con los medios de comunicación.
- (x) las prácticas publicitarias (incluyendo la publicidad social).

(x) las prácticas de la comunicación comunitaria o popular (prácticas en que comunidades y grupos de comunidades colaboran en la comunicación, por ejemplo radios comunitarias, periódicos comunitarios y boletines informativos).

2. ¿Qué medios utiliza la organización para difundir los ideales de la paz?

Redes sociales, página web de la organización, medios digitales, medios radiofónicos y publicación monográfica de análisis e investigación propia del MPDL (Revista Tiempo de Paz).

3. ¿De qué manera trabaja la ONG para conseguir la transformación de los conflictos provocados por las violencias estructural y cultural? (es decir, para conseguir el cambio de la cultura de violencia).

Informando, formando, sensibilizando y movilizándolo a la ciudadanía sobre las cuestiones globales de desarrollo que afectan a todas las personas del planeta. Promocionando la investigación y reflexión sobre la construcción de la Paz.

4. ¿La organización cuenta con profesionales de comunicación o periodismo? ¿Cuáles son sus principales actividades?

La organización cuenta con un área de comunicación en la que técnicos especializados/as difunden y dan a conocer la misión y las actividades de la ONG entre los medios convencionales y las redes sociales a través de notas de prensa, publicación de artículos, montaje y edición de videos, elaboración de informes anuales, etc.

5. ¿La organización colabora con medios de comunicación alternativos para facilitar la difusión de mensajes diferentes a los que emiten los medios tradicionales?

Sí.

6. ¿La organización ve la comunicación como estrategia para acabar con la primacía de la cultura de violencia, pautada por los medios tradicionales? ¿Cómo?

El Movimiento por la Paz imparte el taller ‘Periodismo y conflicto: nuevas miradas, nuevas voces’, un espacio en el que invita a periodistas y profesionales de la comunicación a reflexionar sobre el papel del periodismo en el desarrollo de los conflictos, para mejorar las estrategias de cobertura y ampliar la calidad y diversidad de géneros y fuentes.

7. ¿Cuáles son los criterios de selección de lo que es divulgado por la ONG?

Todas las acciones informativas y comunicativas del Movimiento por la Paz:

- Promoverán el pacifismo, la solidaridad y el respeto entre las personas y los pueblos, en tanto que valores de referencia de la entidad.
- Serán realizadas de acuerdo a los principios de imparcialidad y transparencia, respetando en todo momento la normativa y los preceptos éticos aplicables a su ámbito de actuación.
- Procurarán el más completo acceso a las personas con discapacidad de cualquier tipo.

- Incorporarán un enfoque de respeto medioambiental en sus procesos de diseño y producción de actividades y materiales informativos/comunicativos, prestando una especial atención al cumplimiento de la Política de gestión medioambiental de la organización.

Por otro lado, la acción comunicativa del Movimiento por la Paz:

- No podrá difundir mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los principios y valores de la organización, así como de la legislación nacional e internacional aplicable a su ámbito de trabajo.
- No podrá difundir mensajes que defiendan, promuevan o inciten a la violencia o al incumplimiento de la legislación nacional e internacional.
- No podrá difundir mensajes que puedan inducir a confusión con los símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleadas por cualquier formación política, organización social, empresa o entidad del tipo que sea.
- No podrá difundir mensajes que puedan mostrar afinidad o apoyo a símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes de formaciones políticas, militares, sociales, empresariales, o de cualquier otro tipo, que inciten a la violencia o que sean contrarios a los principios y valores de la organización.

8. ¿En qué plataformas divulga la ONG contenidos noticiosos? ¿En qué idiomas?

Español, Inglés, Catalán, Valenciano.

Plataforma Pobreza Cero, Comité de ONG del departamento de información pública de Naciones Unidas, Solidar, CONGDE, Plataforma del Tercer Sector, Red EAPN, EUMC (Observatorio Europeo contra el Racismo y la Xenofobia), Asociación Española de Fundraising, Asociación Española de Investigación para la Paz (AIPAZ), etc.

(En total 55 foros y plataformas).

9. ¿Cuáles son los medios de comunicación por los cuales la ONG se mantiene informada sobre los hechos mundiales recientes?

10. ¿Da visibilidad la organización a los mensajes procedentes de los países del Sur?

Sí.

Organização: OXFAM INTERMÓN

Nombre: Laura Martínez Valero

Función en la organización: Técnica de comunicación (Media Officer)

1. Entre las actividades realizadas por la organización, están:

(x) la actuación en contexto de conflictos.

- () la difusión de la cultura de paz.
- (x) la asistencia humanitaria.
- (x) acciones de comunicación.
- () la práctica periodística.
- (x) contactos con los medios de comunicación.
- () las prácticas publicitarias (incluyendo la publicidad social).
- () las prácticas de la comunicación comunitaria o popular (prácticas en que comunidades y grupos de comunidades colaboran en la comunicación, por ejemplo radios comunitarias, periódicos comunitarios y boletines informativos).

2. ¿Qué medios utiliza la organización para difundir los ideales de la paz?

Primero creo que es importante resaltar que Oxfam Intermón forma parte de la confederación internacional Oxfam formada por 17 organizaciones que comparten objetivos y un mismo enfoque de derechos.

Los ideales de la paz es un término bastante subjetivo que puede englobar muchos aspectos. Habría que definir primero que se entiende por ideales de la paz. En el caso de Oxfam, su objetivo principal como organización es que las personas que sufren la pobreza, la injusticia y la desigualdad puedan salir de esta situación, mejorar sus vidas y que puedan hacerlo por sí mismas. Ese sería el modo en el que entenderíamos los ideales de la paz. Creemos que si una persona consigue cambiar su vida generará, a su vez, cambios en su entorno y para las generaciones futuras. Por lo tanto, creemos que la clave de nuestro trabajo es cambiar vidas que cambien vidas. Y para ello hay que acudir a la causa de los problemas, no solo tratar el problema en sí mismo.

Un ejemplo real de todo lo explicado anteriormente sería el caso de las mujeres vaporizadoras de arroz de Burkina Faso: <http://www.oxfamintermon.org/es/que-hacemos/proyectos/alimentos-con-poder/arroz>

3. ¿De qué manera trabaja la organización para conseguir la transformación de los conflictos provocados por las violencias estructural y cultural? (es decir, para conseguir el cambio de la cultura de violencia).

Las formas en la que trabajamos serían: salvar vidas en situaciones de emergencia y ayudar a recuperar los medios de vida de las personas afectadas por desastres y crisis; impulsar campañas para que las voces de las personas en situación de pobreza puedan influir en las decisiones que les afectan en el ámbito local y global; crear alianzas con otras organizaciones y junto a mujeres y hombres en situación de vulnerabilidad para acabar con las injusticias que provocan pobreza.

En situaciones que requieren de una ayuda inmediata, como es el caso de las situaciones de emergencia o los conflictos. Por ello, trabajamos en la prevención, la ayuda y la reconstrucción antes y durante estas situaciones y en caso de emergencia humanitaria somos expertos en agua, saneamiento e higiene (WaSH) y seguridad alimentaria. Estos dos aspectos son fundamentales en caso de emergencia para evitar enfermedades y hambrunas, respectivamente.

Siempre trabajamos bajo el enfoque de provocar un cambio positivo en la vida de las personas afectadas por la pobreza, la desigualdad, los desastres o las crisis y conflictos y que este cambio sea replicado en la vida de otras personas. Cambiamos vidas que cambian vidas es el lema de la organización.

4. ¿La organización cuenta con profesionales de comunicación o periodismo? ¿Cuáles son sus principales actividades?

Oxfam Intermón cuenta con un departamento de comunicación formado por 20 profesionales del mundo del periodismo y de la comunicación. Entre las principales actividades que realizamos se encuentran:

- Redacción de textos: para web, artículos, notas de prensa...
- Gestión de redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram).
- Fotografía.
- Relación con medios de comunicación: envío de notas de prensa, organización de ruedas de prensa y otros eventos.
- Comunicación interna de la propia organización.

5. ¿La organización colabora con medios de comunicación alternativos para facilitar la difusión de mensajes diferentes a los que emiten los medios tradicionales?

Difundimos información a cualquier medio de comunicación que nos lo solicite. Si por alternativo entendemos medios con un modelo de negocio diferente al tradicional, podemos decir que tenemos relación con eldiario.es y La Marea, por citar algunos ejemplos.

6. ¿La organización ve la comunicación como estrategia para acabar con la primacía de la cultura de violencia, pautada por los medios tradicionales? ¿Cómo?

No entramos a juzgar si los medios de comunicación tradicionales difunden una cultura de la violencia. En ese sentido esta pregunta presenta un prejuicio previo que hay que tener en cuenta a la hora de responder.

Creemos que la comunicación y en concreto el periodismo es uno de los canales para dar a conocer situaciones y contextos necesarios para que la ciudadanía pueda entender nuestro trabajo y pueda contribuir a acabar con la pobreza, la desigualdad, la injusticia y la violencia.

Consideramos que no se puede solicitar la colaboración de los socios y socias o de la ciudadanía en general para aportar fondos o respaldar una petición de firmas si no conocen previamente la situación que denunciamos. Y para ello es fundamental un periodismo riguroso, que contextualice debidamente los conflictos, crisis y desastres para que la ciudadanía pueda entender correctamente las causas que han llevado a esa situación. En ese sentido sí creemos que la comunicación debe orientarse a algo más que la mera transmisión del problema y de la violencia y debe aportar causas y posibles soluciones. Intentamos contribuir a ello ofreciendo la máxima información a los periodistas, así como portavocías de expertos que pueden analizar las diferentes situaciones y ayudar al periodista a tener una visión lo más amplia posible de la situación que está describiendo.

Creemos en el enfoque positivo y en los testimonios de superación, algo que intentamos difundir a los medios siempre que podemos. No somos catastrofistas y tenemos mucho cuidado para tratar con respeto y dignidad las historias de vida de las personas con las que trabajamos, algo que intentamos que se transmita siempre en las informaciones que se publican sobre nuestro trabajo.

Puede ver más de nuestra visión del periodismo aquí:

<http://www.oxfamintermon.org/es/campanas/proyectos/pcomprometido>

7. ¿Cuáles son los criterios de selección de lo que es divulgado por la organización?

La labor del departamento de comunicación es dar salida a la información relacionada con las campañas y proyectos de la organización. Por tanto, este sería el principal criterio. Difundimos información y testimonios de personas afectadas por una problemática concreta, como puede ser una sequía, un terremoto o un conflicto, con el objetivo de que el público pueda entender qué es lo que está sucediendo, cómo está afectando a la vida de las personas y de qué manera pueden ayudarlas. Esta ayuda puede ser económica, por ejemplo a través de una donación en caso de emergencia humanitaria que nos permita desarrollar nuestro trabajo rápidamente; o de incidencia política, a través de la firma de alguna petición que presione a nuestro gobierno o a los líderes mundiales a actuar o comprometerse con una causa.

8. ¿En qué plataformas divulga la organización contenidos noticiosos? ¿En qué idiomas?

Oxfam es una confederación presente en más de 90 países. Por tanto, difundimos información en multitud de idiomas. Oxfam Intermón en concreto al ser el afiliado español difunde información principalmente en español a medios españoles.

En cuanto a las plataformas: TV, radio, prensa en papel y prensa online.

9. ¿Cuáles son los medios de comunicación por los cuales la organización se mantiene informada sobre los hechos mundiales recientes?

No tenemos unos medios de comunicación establecidos para toda la organización o para el equipo de comunicación. Sin embargo, generalmente, solemos consultar las principales cabeceras como El País, El Mundo, ABC; radio como La Ser, RNE, Ondacero o medios digitales como El Diario, El Confidencial y las noticias de la Agencia EFE o Europa Press. Pero como comentaba, no se trata de un criterio establecido o específico.

Además, estamos en comunicación permanente con los equipos de comunicación de otros afiliados de Oxfam en otros países por lo que solemos compartir de forma habitual los links a noticias que puedan afectar a nuestro trabajo a través del email. Es una forma rápida y directa de compartir información publicada en cualquier medio de comunicación de cualquier país e idioma.

10. ¿Da visibilidad la organización a los mensajes procedentes de los países del Sur?

Por supuesto, es nuestro objetivo, ya que trabajamos principalmente con organizaciones locales y personas en los países del Sur. Por ello tratamos de explicar y contextualizar los problemas a los que se enfrentan en estos países, sus causas y la forma en la que han mejorado o podrían mejorar sus vidas. Para ello el fotoperiodista del equipo, Pablo Tosco, suele realizar viajes en los que entrevista a las personas que participan en alguno de nuestros proyectos y recoge material

audiovisual y fotográfico. Ese material es posteriormente ofrecido a los medios de comunicación que puedan estar interesados en comunicar esas realidades. Un ejemplo de ello sería: http://www.eldiario.es/desalambre/Sudan-Sur-Postales-lado-guerra_12_262943704.html

En otras ocasiones directamente viajamos con periodistas para que sean testigos en primera persona de la situación que se vive en otros países. Y también elaboramos textos propios para nuestra web con el material recogido. Por ejemplo: <http://www.oxfamintermon.org/es/que-hacemos/proyectos/avanzadoras/huellas-que-no-callan>

Organização: PAZ Y DESARROLLO

Nombre:

Función en la organización:

1. Entre las actividades realizadas por la organización, están:

- ☐ la actuación en contexto de conflictos.
- ☐ la difusión de la cultura de paz.
- ☐ la asistencia humanitaria.
- ☒ acciones de comunicación.
- ☐ la práctica periodística.
- ☐ contactos con los medios de comunicación.
- ☐ las prácticas publicitarias (incluyendo la publicidad social).
- ☐ las prácticas de la comunicación comunitaria o popular (prácticas en que comunidades y grupos de comunidades colaboran en la comunicación, por ejemplo radios comunitarias, periódicos comunitarios y boletines informativos).

***La actividad de Paz y Desarrollo es la cooperación internacional para el desarrollo y educación para el desarrollo, básicamente con un enfoque GED.**

2. ¿Qué medios utiliza la organización para difundir los ideales de la paz?

Son transversales en nuestros proyectos, no es un fin en sí mismo en nuestra organización. El medio de difusión es la publicidad que se realiza de nuestros proyectos y actividades en memorias, medios de comunicación y otro ámbitos, casi siempre relacionados con la cooperación internacional para el desarrollo.

3. ¿De qué manera trabaja la ONG para conseguir la transformación de los conflictos provocados por las violencias estructural y cultural? (es decir, para conseguir el cambio de la cultura de violencia).

Básicamente, en el contexto de violencia, se trabaja la violencia de género, sus causas, prevención y erradicación, mediante proyectos específicos o como eje transversal en otros proyectos,

mediante la información, concienciación, empoderamiento de mujeres y niñas y con garantizando el pleno respeto de las costumbres locales y de las personas.

4. ¿La organización cuenta con profesionales de comunicación o periodismo? ¿Cuáles son sus principales actividades?

Sí, se cuenta con una persona responsable de comunicación en España y en los países de intervención. Sus funciones varían desde la publicación de noticias, realización de campañas y su puesta en marcha, así como la implementación de ciertas actividades de sensibilización o comunicación en el marco de los instrumentos en ejecución.

5. ¿La organización colabora con medios de comunicación alternativos para facilitar la difusión de mensajes diferentes a los que emiten los medios tradicionales?

Sí, fundamentalmente en los países de intervención, donde los medios de difusión tradicionales no son una vía adecuada de comunicación.

6. ¿La organización ve la comunicación como estrategia para acabar con la primacía de la cultura de violencia, pautada por los medios tradicionales? ¿Cómo?

Se trabaja contra la violencia de género implementando estrategias y proyectos encaminados a paliar y erradicar la violencia contra las mujeres y niñas. Se lleva a cabo de diferentes formas, dependiendo del contexto y necesidades identificadas.

7. ¿Cuáles son los criterios de selección de lo que es divulgado por la ONG?

Las divulgaciones se realizan en el marco de una actividad concreta (proyectos), dependiendo de lo que se haya identificado y formulado en cada uno, normalmente no se seleccionan ni divulgan noticias que no tengan que ver con nuestras acciones. No es el mandato que tiene nuestra organización.

8. ¿En qué plataformas divulga la ONG contenidos noticiosos? ¿En qué idiomas?

Fundamentalmente en redes a las que pertenece la organización, bien en España o en los países de intervención. También en espacios públicos y sitios web (propios o ajenos). Se suelen divulgar en castellano, inglés o francés e idiomas locales.

9. ¿Cuáles son los medios de comunicación por los cuales la ONG se mantiene informada sobre los hechos mundiales recientes?

Aparte de medios web y mass media, por nuestro propio personal en los países en los que trabajamos.

10. ¿Da visibilidad la organización a los mensajes procedentes de los países del Sur?

Evidentemente sí, pero en nuestro contexto de actuación. Tratamos de visibilizar con los medios que disponemos las realidades de los países del sur, especialmente de las mujeres y niñas.

Nombre: Josep Aguado Codes

Función en la organización: Activista

1. Entre las actividades realizadas por la organización, están:

- ☐ la actuación en contexto de conflictos.
- ☒ la difusión de la cultura de paz.
- ☐ la asistencia humanitaria.
- ☒ acciones de comunicación.
- ☐ la práctica periodística.
- ☐ contactos con los medios de comunicación.
- ☐ las prácticas publicitarias (incluyendo la publicidad social).
- ☐ las prácticas de la comunicación comunitaria o popular (prácticas en que comunidades y grupos de comunidades colaboran en la comunicación, por ejemplo radios comunitarias, periódicos comunitarios y boletines informativos).

2. ¿Qué medios utiliza la organización para difundir los ideales de la paz?

Talleres, participación en foros, participación en plataformas con otras organizaciones.

3. ¿De qué manera trabaja la ONG para conseguir la transformación de los conflictos provocados por las violencias estructural y cultural? (es decir, para conseguir el cambio de la cultura de violencia).

Nuestra principal estrategia es el apoyo a organizaciones formadas por personas directamente afectadas por situaciones de conflicto. Este apoyo se traduce, con frecuencia, en la difusión de sus actividades en nuestro entorno social (acompañamientos, organización de giras, facilitación de una agenda de contactos con instituciones y medios, etc.)

4. ¿La organización cuenta con profesionales de comunicación o periodismo? ¿Cuáles son sus principales actividades?

No.

5. ¿La organización colabora con medios de comunicación alternativos para facilitar la difusión de mensajes diferentes a los que emiten los medios tradicionales?

Sí, mantenemos contactos con distintos medios.

6. ¿La organización ve la comunicación como estrategia para acabar con la primacía de la cultura de violencia, pautada por los medios tradicionales? ¿Cómo?

(No entiendo la pregunta)

7. ¿Cuáles son los criterios de selección de lo que es divulgado por la ONG?

Normalmente, solo participamos en la difusión directa de aquellos mensajes provenientes de fuentes con las que colaboramos: otras organizaciones.

Por otra parte hacemos seguimiento y apoyo de aquellos medios de comunicación que manifiestan abiertamente su adhesión a las propuestas de carácter social y transformador.

8. ¿En qué plataformas divulga la ONG contenidos noticiosos? ¿En qué idiomas?

Fundamentalmente en medios alternativos locales. Los idiomas utilizados son el español y el catalán

9. ¿Cuáles son los medios de comunicación por los cuales la ONG se mantiene informada sobre los hechos mundiales recientes?

La organización no se nutre a través de la información que aportan sus militantes. En la actualidad está suscrita a los periódicos "Diagonal", "La Directa" y "Le Monde Diplomatique".

Muchos de nuestros militantes siguen la página Rebellion.org.

10. ¿Da visibilidad la organización a los mensajes procedentes de los países del Sur?

Mantenemos contactos con organizaciones de México, Argentina, Bolivia, Cuba y Venezuela. También de Palestina y Sahara.

Apêndice B – Questionários respondidos pelas ONGs brasileiras

Organização: INSTITUTO SOU DA PAZ

Nome: Janaína Baladez (colaborou Flávia Meira – assessora de imprensa do Instituto)

Função na organização: Coordenadora do departamento de comunicação

1. Entre as atividades realizadas pela sua organização, estão:

- (x) a difusão dos ideais de paz/cultura de paz.
- (x) a atuação contra a violência.
- () a assistência humanitária/desenvolvimento de pessoas.
- (x) ações de comunicação.
- (x) práticas jornalísticas.
- (x) práticas publicitárias.
- (x) estratégias de comunicação interna.
- (x) contato com os meios de comunicação.
- () ações de comunicação popular ou comunitária.

2. De que maneiras a sua organização colabora para disseminar a paz?

3. Como a sua organização atua em favor do desenvolvimento e assistência a pessoas ou grupos?

Aqui na Sou da Paz o termo desenvolvimento de pessoas não faz muito sentido. O que o Sou da Paz faz? Ele é uma organização é especialista em segurança pública; a gente atua para a redução da violência em dois focos bem específicos, que é a redução do homicídio e redução do roubo. Homicídio porque é grave, 60 mil brasileiros morrem vítimas de homicídio a cada ano e o roubo porque é um crime de altos índices, que gera uma grande sensação de insegurança na população. É um crime, que a gente fala, “democrático”, porque ele atinge a todas classes sociais, todas as áreas da cidade, no centro, na periferia, no bairro nobre, no bairro pobre, ele está em todos os lugares, tem

altos índices e isso gera, sempre, além do descontentamento de perder o seu patrimônio privado (carro, celular, carteira...), o medo nas pessoas, porque cada vez que ela é abordada, no caso de roubo, sempre há uma agressão. A gente tem medo que isso vire um latrocínio. Toda vez que alguém é assaltado, como é dito popularmente, isso faz com que as pessoas fiquem com medo. Falando de uma cultura (a gente não chama aqui de cultura de paz), mas isso gera uma cultura mais conservadora, em que as pessoas acham que bandido bom é bandido morto, que tem que matar mesmo. Essa é uma reação um tanto entendível, não aceitável, porque a população tem medo. Então o Sou da Paz enfrenta esses dois desafios primeiro para preservar a vida mesmo e para que a gente consiga reduzir essa sensação de insegurança na população.

Para abarcar esse grande desafio, o Sou da Paz tem três frentes de atuação: uma batizamos de “conhecer”, que é toda produção de conhecimento necessária para entender determinadas dinâmicas criminais ou, por exemplo, com uma pesquisa que a gente soltou agora que fez uma análise das armas apreendidas pela polícia – o policial tira da mão do criminoso uma arma: que arma é essa? De onde ela vem? Isso é para a gente conseguir criar políticas que faça com que cada vez menos o crime receba armas. Tem um campo de conhecimento muito grande no Sou da Paz. A gente precisa entender o problema. A segunda frente, que batizamos de “desenvolver”, é o desenvolvimento de metodologias de ações, de projetos que buscam solucionar esses problemas, esses dilemas identificados no campo do conhecer – são os projetos de campo do Sou da Paz. O terceiro campo, que é o “mobilizar”, é isso: como é que a gente promove um debate racional e responsável sobre segurança pública? Seja nas redes sociais, que é o universo do bizarro. As pessoas acham que tudo bem externar seus preconceitos e falta de conhecimento nas redes sociais. Como é que a gente leva esse debate para esse universo que não vai acabar tão fácil. A gente, a partir de agora, sempre vai ter esse tipo de relacionamento. Como que a gente promove esse debate na imprensa para que ela não fique pautando assim: aconteceu um crime, todo mundo fala do crime e, depois que passou, ninguém mais fala sobre. Isso envolve o menor de idade, como no problema da maioridade penal: ninguém vai na raiz do problema para analisar: resolve reduzir a maioridade penal? Como é que a gente promove isso na imprensa e como é que a gente, também, promove isso no âmbito legislativo. O Sou da Paz tem uma ação forte de advocacy no congresso, que é para apoiar ou vetar determinadas leis que a gente acha que são benéficas ou não para nossas causas. Por exemplo: no momento há um projeto de lei que quer revogar o estatuto do desarmamento – um estatuto que controla o uso de armas no Brasil. Tem determinados deputados que querem que ele caia e a gente acha que isso não é favorável a nossa causa de promoção da segurança pública. Então a gente atua para que essa lei permaneça e seja efetivamente implementada. O contrário também acontece: a gente quer que uma lei, que achamos importante, seja votada. Dentro desse universo gigantes, te digo que o Sou da Paz atua pela paz, mas é bem, como falei, com ações concretas, não só com campanhas, como caminhadas pela paz.

4. Como a sua organização divulga seus eventos e o resultado de suas ações? Em quais plataformas são divulgados seus conteúdos noticiosos, caso sejam produzidos?

A gente tem alguns canais de divulgação das ações do Sou da Paz. Temos desde um boletim que a gente envia periodicamente para um banco de e-mails, que tem parceiros, financiadores, apoiadores, pessoas simpáticas ao Sou da Paz que se cadastram. Nós temos no site notícias dos nossos projetos, todos os projetos estão descritos lá. Tem também no site o que a gente pauta à imprensa. A gente conta o que a gente faz no nosso site, a gente conta o que a gente faz quando pautamos a imprensa

sobre determinado assunto. Não só enviamos releases. Quando pautamos a imprensa, não é uma ação, não estamos contando para a imprensa sobre um projeto. Dando um exemplo: uma pesquisa que a Sou de Paz fez sobre armas apreendidas do crime pela polícia. Fizemos a pesquisa e aí a imprensa deu o resultado da nossa pesquisa, que é diferente de falar que estamos contando um projeto do Sou da Paz.

Até porque a imprensa, tanto a grande imprensa quanto veículos alternativos, eles não têm tanto interesse de dar espaço para o Sou da Paz falar como somos legais, isso não acontece. A gente tem sempre que abordar os veículos com algo que seja interessante para eles pautarem. Há um ganho duplo nisso, que é gerar visibilidade para a organização e gerar visibilidade para o debate responsável. Tenho dois objetivos: é claro que quero que o nome do Sou da Paz se fortaleça perante formadores de opinião e o público geral, mas também quero pautar o debate. Por isso que temos um trabalho gigantesco (liderado pela Flávia – assessora de comunicação) de pautar a imprensa.

Fora isso, há as redes sociais, onde a gente coloca conteúdo, conta sobre projetos, repercute o que sai na imprensa.

Além disso, depende do tipo de pauta que estamos falando: se é regional... depende da pauta, mas a ideia, nas demandas que a gente recebe, é atender a todos os veículos. A gente quer colocar o tema segurança pública em âmbito nacional e internacional também, falamos com todos os tipos de veículos. Nacionalmente, falamos com todos os veículos maiores, seja ele qual for a linha política que seguem, o que importa é a gente conseguir pautar. Depende de nosso objetivo: tem hora que quero alcançar a massa, então vou tentar passar no Jornal Nacional; se quero uma análise mais aprofundada, talvez seja mais interessante o Nexô. Depende de qual é o meu objetivo com aquela pauta.

5. A sua organização conta com profissionais de comunicação ou jornalismo? Se sim, quantos? Quais são suas principais funções?

Nenhum funcionário do Sou da Paz é voluntário, todos são CLT. Isso é um princípio fundamental para você ter um trabalho profissionalizado em uma organização. É muito importante.

No Brasil, todas as organizações – as maiores – não contam com voluntários, porque isso não funciona. É um trabalho full time, de segunda a sexta, não tem como ser voluntário. Isso é o reflexo de ONGs cada vez mais profissionalizadas no país, só funciona se for assim, senão não dá certo.

A comunicação do Sou da Paz conta com uma equipe relativamente grande: nós somos em cinco. Eu sou a coordenadora, tem duas jornalistas, uma que cuida da imprensa e outra que cuida especificamente de mídias sociais, tem um designer, que faz todas as artes do instituto, e uma estagiária que faz publicidade. Todos CLT.

6. Como a sua organização vê o papel da comunicação para atingir seus resultados e para seu crescimento institucional?

A comunicação é importante para o Sou da Paz, claro, para levar o nosso nome, a nossa marca, mas ela faz parte do “negócio” do sou da paz. Faz parte da nossa estratégia de atuação. Usar a comunicação para influenciar o debate da segurança pública, seja ele com grandes veículos, seja com veículos alternativos, seja em redes sociais. A comunicação é vista de uma forma muito estratégica no sou da paz e aí podemos usar isso desde fazer um GIF engraçado, de humor, que fala sobre a necessidade do uso da arma de fogo. Isso gera uma relação com as pessoas com o tema

diferente do que elas veem numa matéria na TV ou no jornal. Usamos estratégias diferentes, vou soltar um GIF que busca mais o humor para debater o assunto, ou fazer um vídeo que fala sobre uma campanha de microtráficoantes. A gente usa estratégias diferentes, produtos de comunicação diferentes para conseguir engajar as pessoas ao nosso tema. Desde um GIF, um infográfico animado, a gente se vale de todos produtos de comunicação para atingir nosso objetivo maior que é gerar um debate na sociedade sobre nosso tema, de forma racional. Quando falo de forma racional quero dizer que segurança pública é sempre na emoção, medo, é sempre passional. Ninguém para analisar friamente. E o sou da paz busca isso. Essa desconstrução é pelo humor, pela publicação de uma pesquisa com dados que mostram a realidade, de diversas outras formas.

7. Como se dá o contato da sua organização com os meios de comunicação (tradicionais e alternativos)? Como a sua organização acredita que este contato pode facilitar a eficácia de suas ações?

Os meios tradicionais e alternativos enxergam o sou da paz como fonte. Então a gente tem um relacionamento com os veículos – é obvio que não é tudo que eu quero falar que a imprensa quer ouvir – mas normalmente quando a gente tem um assunto para pautar é um dado novo, um posicionamento que a gente vai dar, então a imprensa é de certa forma aberta, isso quando a gente quer pautar. Como a imprensa já nos tem como especialistas, a gente tem muita procura, os veículos nos procuram para a gente falar. Quando eles nos procuram é uma pauta deles e a gente tem algo a contribuir, e também quando a gente vai pautar pra gente é importante porque é nossa agenda que a gente vai colocar. Isso é uma credibilidade construída ao longo dos quinze anos do sou da paz, a gente conseguiu se posicionar nesse espaço como especialistas em segurança pública.

8. A sua organização considera a comunicação como estratégia para diminuir a violência, pautada pelos meios de comunicação tradicionais? De que maneira?

9. Qual é o critério de seleção do que é divulgado pela sua organização?

Quem faz as notícias e publicações é a própria equipe de comunicação. Quem seleciona o que é divulgado é o sou da paz como um todo. O que é importante, relevante do que a gente produz aqui vai pro site. Não tem outra forma de escolha. Se um meio solicitam ao sou da paz, posteriormente divulga-se essa informação.

10. Por quais meios de comunicação a sua organização se mantém informada sobre os fatos mundiais recentes?

Há consulta a outros órgãos, como secretaria de segurança de vários estados. Não pedimos informações à imprensa. A outras organizações, depende da pauta. A gente solicita informações do poder público, por meio da lei de acesso de informação para obter dados para que consigamos fazer as pesquisas.

11. Quais outras organizações brasileiras vocês consideram importantes para a difusão dos ideais de paz?

Esse termo ideais de paz é um tanto amplo. Eu acho que organizações que atuam para a promoção da paz são todas aquelas que atuem para reduzir desigualdade, reduzir injustiças, para reduzir violência, você tem desde organizações culturais, educacionais, que atuam dentro desse campo. A

gente trabalha com segurança pública, dentro desse campo cito organizações – não iguais a sou da paz, porque não têm tanto trabalho de campo, é mais trabalho de pesquisa e advocacy – como o Fórum Brasileiro de Segurança, a Conectas. Eu não me aterei só a isso: qualquer organização que atue para reduzir uma desigualdade (poderia citar a Anistia Internacional, por exemplo), mas posso citar uma organização pequena que faz um trabalho que não tem absolutamente nada a ver com o do Sou da Paz e, se você for até eles, eles não vão falar que promovem ideais de paz, mas estão lá com trabalho bacana que faz lógica para os jovens daquela comunidade. Cada organização dentro da sua causa consegue contribuir para esse guarda-chuva macro que se chama paz.

Organização: MISSÃO PAZ

Nome: Evelyn Cheida

Função na organização: Assessora de comunicação.

1. Entre as atividades realizadas pela sua organização, estão:

- ☒ (x) a difusão dos ideais de paz/cultura de paz.
- ☐ () a atuação contra a violência.
- ☐ () a assistência humanitária/desenvolvimento de pessoas.
- ☒ (x) ações de comunicação.
- ☒ (x) práticas jornalísticas.
- ☐ () práticas publicitárias.
- ☐ () estratégias de comunicação interna.
- ☒ (x) contato com os meios de comunicação.
- ☐ () ações de comunicação popular ou comunitária.

2. De que maneiras a sua organização colabora para disseminar a paz?

Promovemos a igualdade e tolerância para com imigrantes e refugiados.

3. Como a sua organização atua em favor do desenvolvimento e assistência a pessoas ou grupos?

A Missão Paz oferece casa de acolhida, serviços de documentação, orientação jurídica, assistência social e de saúde, mediação de trabalho, cursos de Português e encaminhamento a cursos profissionalizantes.

4. Como a sua organização divulga seus eventos e o resultado de suas ações? Em quais plataformas são divulgados seus conteúdos noticiosos, caso sejam produzidos?

Nosso site, Facebook, Twitter e LinkedIn.

5. A sua organização conta com profissionais de comunicação ou jornalismo? Se sim, quantos? Quais são suas principais funções?

Apenas eu.

6. Como a sua organização vê o papel da comunicação para atingir seus resultados e para seu crescimento institucional?

Sabe que é de suma importância divulgar nossos serviços e principalmente nossa causa.

7. Como se dá o contato da sua organização com os meios de comunicação (tradicionais e alternativos)? Como a sua organização acredita que este contato pode facilitar a eficácia de suas ações?

Geralmente a grande mídia nos procura muito. Poucas ocasiões somos nós que fazemos o contato para vender alguma pauta específica. A atenção da mídia é muito benéfica para nossa causa.

8. A sua organização considera a comunicação como uma estratégia para diminuir a violência, pautada pelos meios de comunicação tradicionais? De que maneira?

Promovendo a tolerância, contra a xenofobia e o racismo.

9. Qual é o critério de seleção do que é divulgado pela sua organização?

Depende muito do que nos interessa.

10. Por quais meios de comunicação a sua organização se mantém informada sobre os fatos mundiais recentes?

TV, jornal e internet.

11. Quais outras organizações brasileiras vocês consideram importantes para a difusão dos ideais de paz?

Conectas, Caritas, Anistia Internacional, IMDH.

Organização: MOVIMENTO PELA PAZ E NÃO-VIOLÊNCIA LONDRINA PAZEANDO

Nome: Luis Cláudio Galhardi

Função na organização: Coordenador

1. Entre as atividades realizadas pela sua organização, estão:

- (x) a difusão dos ideais de paz/cultura de paz.
- (x) a atuação contra a violência.
- () a assistência humanitária/desenvolvimento de pessoas.
- () ações de comunicação.
- () práticas jornalísticas.
- () práticas publicitárias.
- () estratégias de comunicação interna.
- (x) contato com os meios de comunicação.
- () ações de comunicação popular ou comunitária.

2. De que maneiras a sua organização colabora para disseminar a paz?

Somos um Movimento Pela Paz e Não-Violência que atua em Londrina há 16 ANOS. Um “Modelo Municipal de Trabalho” em prol da Construção da Cultura de Paz, criado pela Sociedade Civil, e que tem parceria com os Poderes Públicos e Empresas. O Movimento Pazeando, tem como princípio a Educação para Paz, para a Sustentabilidade, para Cidadania Global, é um movimento positivo, inspirador, inovador que aglutina pessoas, grupos, empresas e faz conexões com governo municipal, estadual e federal em ações em prol de uma Cultura de Paz. Faz isto de forma muito espontânea, mas ao mesmo tempo, formalizado, um “modelo municipal” de atuação proativa em favor dos ODS/ONU, e nos ensina como se pode “aprender a educar para a paz”. Nós acreditamos na força da cooperação e do comunitário, estamos juntos neste esforço para construir um mundo melhor, com esperança, com paz e harmonia.

3. Como a sua organização atua em favor do desenvolvimento e assistência a pessoas ou grupos?

Algumas das realizações do Movimento Pela Paz até 2015

- 7º Abraço no Lago e apoio e participação em mais 9 abraços regionais em Londrina totalizando 10, (do lado é maior abraço pela Paz do País)
- 15ª Semana Municipal da Paz 13º Livro Londrina Pazeando e realização de Noites de Autógrafos 5º Gibis com Personagens do Movimento, mostrando como aprendemos fazendo
- 12ª Noite de Cultura de Paz
- 4º Embaixadores de Paz
- 5º ACAMPAZ Acampamento pela Paz
- 4ª Entrega do SELO “arma não é brinquedo” em Parceria com Câmara Municipal de Prefeitura de Londrina (inspirando criação da Lei em outros Estados e em tramite no Congresso/Lei Federal) Parceiros do Movimento em Londrina para Implementação da Justiça Restaurativa do Tribunal de Justiça do Paraná, e Práticas Restaurativas
- 7 anos de COMPAZ Conselho Municipal de Cultura de Paz de Londrina (o único que está em sua 4ª Diretoria). TODAS AS QUARTAS nos reunimos. Membro Fundador da Rede Desarma Brasil (luta pelo controle de armas e munições no Brasil) Curso de Educação para Paz
- 8ª Edição do Movimento por uma Mídia de Paz Mural Móvel da Paz
- 1º Jogo Pazeando para Celular Androide, PC, iPhone, iPod, Tablet
- Canais no YouTube com Reportagens e Documentários que produzimos de fruto de nossas ações, bem como canal com Palestras

4. Como a sua organização divulga seus eventos e o resultado de suas ações? Em quais plataformas são divulgados seus conteúdos noticiosos, caso sejam produzidos?

Divulgamos pelo site, pelas redes sociais (Facebook), pelo YouTube. Criação de Eventos no Facebook, por exemplo em 2016 realizamos 10 abraços regionais pela paz, cada um tem uma page e um evento anual. Por e-mail – mandamos diretamente para imprensa, também via Núcleo de Comunicação do Prefeitura. Por entrevistas para TVs e rádios (eles nos procuram).

5. A sua organização conta com profissionais de comunicação ou jornalismo? Se sim, quantos? Quais são suas principais funções?

Não. Temos um grupo de jornalistas voluntários para (pensar) organizar anualmente o Fórum de Mídia de Paz. Também publicamos alguns releases que falam de nosso trabalho, para o Núcleo de Comunicação da Prefeitura etc.

6. Como a sua organização vê o papel da comunicação para atingir seus resultados e para seu crescimento institucional?

É de total importância, JUNTO COM a articulação que realizamos. Sem comunicação não realizaríamos o Movimento pela Paz e Não-Violência em Londrina

7. Como se dá o contato da sua organização com os meios de comunicação (tradicionais e alternativos)? Como a sua organização acredita que este contato pode facilitar a eficácia de suas ações?

POR E-MAIL - mandamos diretamente para IMPRENSA, também via Núcleo de Comunicação do Prefeitura, ENTREVISTAS PARA TVs e Radio (eles nos procuram – eles nos ligam para marcar ou vão a nossos eventos e nos entrevistam). Ligamos para conversar com alguns editores.

8. A sua organização considera a comunicação como uma estratégia para diminuir a violência, pautada pelos meios de comunicação tradicionais? De que maneira?

O site Mídia de Paz Paraná é fruto de um trabalho coletivo e integrado de várias instituições de Londrina interessadas em dar visibilidade a todas as “boas práticas” e iniciativas de cidadãos, ONGs, universidades, faculdades, programas governamentais, programas de responsabilidade social de organizações empresariais, que contribuam para construção de uma Cultura de Paz e Não-Violência em nossa sociedade.

Pretende-se que o site, ao longo do tempo, se torne um portal compondo um grande banco de releases para os diversos veículos de comunicação locais e regionais. É objetivo do projeto servir de inspiração para as pautas para a imprensa de forma geral.

9. Qual é o critério de seleção do que é divulgado pela sua organização?

Divulgamos TUDO O QUE FAZEMOS, primeiro pelo Facebook (fotos em tempo real) e antes e depois do evento pelo site (e também Face).

10. Por quais meios de comunicação a sua organização se mantém informada sobre os fatos mundiais recentes?

INTERNET – temos acesso as principais fatos importantes. Pesquisamos os assuntos que nos interessam (assistimos os vídeos, reportagens), matérias em jornais, etc). Também assuntos específicos como Segurança Pública e Desarmamento. Somos membros de redes que nos informa por WhatsApp (links de matérias). Eu particularmente assisto ao noticiário internacional na Globo News.

11. Quais outras organizações brasileiras vocês consideram importantes para a difusão dos ideais de paz?

ONG Londrina Pazeando. Muitas as reportagens das televisões de Londrina, que tratam de assuntos do movimento pela paz e não-violência desde 2002 estão publicadas.

Mídia de Paz - banco de releases de boas práticas.

Comitê Paulista para a Década da Cultura da Paz muitas palestras em áudio e vídeo sobre cultura de paz publicadas.

ONG Educadores para a Paz, UNESCO, UNIPAZ, SOU DA PAZ, Viva Rio, Agência Cultura de Paz, Gente que faz Paz, IVE imagens e vozes de esperança, Mídia para a Paz, Prêmio Jovem da Paz, Nós Podemos Paraná, Nós Podemos Londrina, Rede Desenvolvimento Local SESI/FIEP, Rede Desarma Brasil.

Organização: PAZ SEM FRONTEIRAS

Nome: Fernanda Pereira Vianna

Função na organização: voluntária

1. Entre as atividades realizadas pela sua organização, estão:

- ☒ (x) a difusão dos ideais de paz/cultura de paz.
- ☐ () a atuação contra a violência.
- ☐ () a assistência humanitária/desenvolvimento de pessoas.
- ☐ () ações de comunicação.
- ☐ () práticas jornalísticas.
- ☐ () práticas publicitárias.
- ☐ () estratégias de comunicação interna.
- ☐ () contato com os meios de comunicação.
- ☐ () ações de comunicação popular ou comunitária.

2. De que maneiras a sua organização colabora para disseminar a paz?

Através da arte e da alegria disseminamos a Cultura da Paz com apresentações artísticas, participações em Fóruns, organização de eventos, etc.

3. Como a sua organização atua em favor do desenvolvimento e assistência a pessoas ou grupos?

Temos a Corrente da Solidariedade e Prosperidade Porca Branca, que consiste na doação de cofres em formato de porquinhos arrecadados ao longo de uma estação do ano pelos Voluntários da Paz. A cada troca de estação os voluntários intercedem por uma ou mais instituições sociais e levam o valor total arrecadado.

4. Como a sua organização divulga seus eventos e o resultado de suas ações? Em quais plataformas são divulgados seus conteúdos noticiosos, caso sejam produzidos?

Temos um grupo no Facebook onde divulgamos ações pontuais realizadas ao longo do ano e temos um site mais explicativo sobre nossa atuação em geral.

5. A sua organização conta com profissionais de comunicação ou jornalismo? Se sim, quantos? Quais são suas principais funções?

A ONG Paz Sem Fronteiras conta com aproximadamente 300 voluntários no Rio de Janeiro, São Paulo, Araraquara e Porto Alegre e nenhum profissional remunerado. Entre os voluntários, temos artistas, poetas, cineastas, entre muitas outras profissões, que utilizam sua arte para atuar em prol da Cultura da Paz.

6. Como a sua organização vê o papel da comunicação para atingir seus resultados e para seu crescimento institucional?

Uma vez que utilizamos a arte para irradiar a Paz, valorizamos todas as suas formas de manifestação: produção de vídeos, músicas, etc.

7. Como se dá o contato da sua organização com os meios de comunicação (tradicionais e alternativos)? Como a sua organização acredita que este contato pode facilitar a eficácia de suas ações?

Nossa atuação acontece em grande parte por meio da automotivação dos próprios voluntários. Nesse sentido, muitas vezes os contatos são iniciados por algum voluntário com uma ideia ou seu trabalho. Acreditamos que a paz começa dentro de cada um, com suas famílias e amigos próximos até irradiar para o mundo. Assim, acreditamos na eficácia de todos os tipos de contato.

8. A sua organização considera a comunicação como uma estratégia para diminuir a violência, pautada pelos meios de comunicação tradicionais? De que maneira?

Acreditamos que cada pessoa pode usar seus dons e suas ideias para disseminar a Cultura da Paz, incluindo a utilização de meios de comunicação.

9. Qual é o critério de seleção do que é divulgado pela sua organização?

Divulgamos as ações realizadas pelos Voluntários da Paz e outras diversas que estejam em sintonia com nossos princípios, como atividades ecológicas, direitos humanos e etc.

10. Por quais meios de comunicação a sua organização se mantém informada sobre os fatos mundiais recentes?

Cada voluntário utiliza os meios de comunicação de sua preferência.

11. Quais outras organizações brasileiras vocês consideram importantes para a difusão dos ideais de paz?

Valorizamos todas as instituições que se propõem a atuar através da Cultura da Paz.

Organização: RIO DE PAZ

Nome: Débora Muniz

Função na organização: Coordenadora de projetos

1. Entre as atividades realizadas pela sua organização, estão:

(x) a difusão dos ideais de paz/cultura de paz.

(x) a atuação contra a violência.

(x) a assistência humanitária/desenvolvimento de pessoas.

(x) ações de comunicação.

(x) práticas jornalísticas.

(x) práticas publicitárias.

(x) estratégias de comunicação interna.

(x) contato com os meios de comunicação.

(x) ações de comunicação popular ou comunitária.

2. De que maneiras a sua organização colabora para disseminar a paz?

São feitas manifestações públicas de forma criativa e pacífica.

3. Como a sua organização atua em favor do desenvolvimento e assistência a pessoas ou grupos?

Orientações e encaminhamento para empregos; aulas de música (instrumentos e voz); apadrinhamento de famílias carentes; distribuição de cestas básicas.

4. Como a sua organização divulga seus eventos e o resultado de suas ações? Em quais plataformas são divulgados seus conteúdos noticiosos, caso sejam produzidos?

Principalmente pela sua página do Facebook. Os resultados também são publicados na mesma página e em diversos veículos de comunicação da imprensa. Através de contatos, divulgamos a ação programada e contamos com a presença da imprensa que divulga o trabalho.

5. A sua organização conta com profissionais de comunicação ou jornalismo? Se sim, quantos? Quais são suas principais funções?

Sim, somente um. O idealizador das manifestações é jornalista. Registrar as manifestações, publicar nas redes sociais, fazer contato e convocar a imprensa.

6. Como a sua organização vê o papel da comunicação para atingir seus resultados e para seu crescimento institucional?

A comunicação é fundamental, pois os atos públicos visam dar visibilidade a problemas e questões sociais ignorados pelo poder público. A visibilidade e a atração da imprensa é uma forma de pressionar o poder público a tratar das questões denunciadas. Sem a comunicação não alcançaríamos a credibilidade da organização.

7. Como se dá o contato da sua organização com os meios de comunicação (tradicionais e alternativos)? Como a sua organização acredita que este contato pode facilitar a eficácia de suas ações?

São meios tradicionais e alternativos. Os meios alternativos aumentam o alcance das publicações.

8. A sua organização considera a comunicação como uma estratégia para diminuir a violência, pautada pelos meios de comunicação tradicionais? De que maneira?

A comunicação alternativa democratizou mais a informação, tornando-a mais acessível e quebrando o monopólio imposto pelas grandes redes de comunicação.

9. Qual é o critério de seleção do que é divulgado pela sua organização?

A ong rio de paz divulga somente as ações organizadas por ela, que, por sua vez, promove ações em protesto às violações dos direitos humanos.

10. Por quais meios de comunicação a sua organização se mantém informada sobre os fatos mundiais recentes?

Principalmente as mídias da internet.

11. Quais outras organizações brasileiras vocês consideram importantes para a difusão dos ideais de paz?

Anistia Internacional, ONU.

Organização: VILA VICENTINA BAURU

Nome: Marcos Perassoli

Função na organização:

1. Entre as atividades realizadas pela organização, estão:

- (X) a difusão dos ideais de paz/cultura de paz.
- (X) a atuação contra a violência.
- (X) a assistência humanitária/desenvolvimento de pessoas.
- (X) ações de comunicação.
- (X) práticas jornalísticas.
- (X) práticas publicitárias.
- (X) estratégias de comunicação interna.
- (X) contato com os meios de comunicação.
- (X) ações de comunicação popular ou comunitária.

2. De que maneiras a sua organização colabora para disseminar a paz?

3. Como a sua organização atua em favor do desenvolvimento e assistência a pessoas ou grupos?

4. Como a sua organização divulga seus eventos e o resultado de suas ações? Em quais plataformas são divulgados seus conteúdos noticiosos, caso sejam produzidos?

Jornal, Revista, Site e Facebook

5. A sua organização conta com profissionais de comunicação ou jornalismo? Se sim, quantos? Quais são suas principais funções?

Sim, um publicitário, comunicação institucional, desenvolvimento de conteúdo, peças publicitárias, comunicação interna e externa.

6. Como a sua organização vê o papel da comunicação para atingir seus resultados e para seu crescimento institucional?

O mais importante possível, afinal quem não se comunica se trumbica.

7. Como se dá o contato da sua organização com os meios de comunicação (tradicionais e alternativos)? Como a sua organização acredita que este contato pode facilitar a eficácia de suas ações?

8. A sua organização considera a comunicação como estratégia para diminuir a violência, pautada pelos meios de comunicação tradicionais? De que maneira?

9. Qual é o critério de seleção do que é divulgado pela sua organização?

Meios de massa

10. Por quais meios de comunicação a sua organização se mantém informada sobre os fatos mundiais recentes?

11. Quais outras organizações brasileiras vocês consideram importantes para a difusão dos ideais de paz?