

**Faculdade Antonio Meneghetti
&
Objetivos de Desenvolvimento do Milênio**

PROJETO MANUAL DE COMUNICAÇÃO DOS 8 ODM



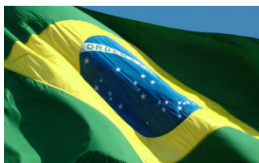
Professores:

Dr. Hanifa Mezoui
Dr. François Lorient

Alunos:

Clarissa Mazon Miranda, Ricardo Schaefer, Vicente Reis Medeiros,
Fabiane Sato

Recanto Maestro - Brasil



PROJETO MANUAL DE COMUNICAÇÃO DOS 8 ODM

OBJETIVO GERAL

Desenvolver um Manual de Comunicação com orientações sobre a promoção de projetos que contribuem para os 8 Objetivos de Desenvolvimento Milênio, a fim de que os seus resultados possam servir de incentivo e modelo de ação para outros grupos e instituições por meio de linguagem técnica específica para internet.

Duração: Início em abril de 2010 – período de duração 2 meses.

Entidade Executora: o projeto foi realizado por um grupo de 4 profissionais em comunicação social.

Resumo: A comunicação sempre foi uma forma de educação. Ela tem a característica de traduzir uma situação, um fato, sensibilizar seu público-alvo, colocar em pauta determinados assuntos e estimular a sociedade para o debate de uma mensagem específica. Dessa forma, a comunicação perpassa todos os 8 Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM), pois pode colaborar no desenvolvimento de cada um através da educação de seus agentes: as pessoas. Nosso projeto tem como escopo criar um manual prático de comunicação para auxiliar empresas e instituições com projetos relacionados aos ODM nos seguintes objetivos: a) orientar os agentes envolvidos para comunicarem de forma correta e eficaz suas ações através de textos e vídeos de divulgação na internet; b) ecoar os resultados obtidos por projetos que colaboraram com os ODM; c) sensibilizar *stakeholders* para que mais pessoas participem dos projetos; e d) educar a sociedade, através de ações de comunicação sobre a relevância e necessidade da atuação de cada indivíduo no desenvolvimento dos ODM.

Palavras-chave: comunicação social; 8 Objetivos de Desenvolvimento do Milênio; manual de comunicação.

SUMÁRIO

1 Introdução.....	03
2 Fundamentação Teórica.....	05
2.1 O tema no Brasil.....	08
3 Objetivos.....	12
4 Descrição do Projeto.....	13
5 Resultados/indicadores e ações futuras.....	20
6 Considerações Finais.....	21
Referências	23

1 INTRODUÇÃO

A comunicação sempre foi uma forma de educação. Ela tem a característica de traduzir uma situação, um fato, sensibilizar seu público-alvo, colocar em pauta determinados assuntos e estimular a sociedade para o debate de uma mensagem específica. Dessa forma, a comunicação perpassa todos os 8 Objetivos de Desenvolvimento Milênio (ODM) propostos pelas Nações Unidas (ONU), pois pode colaborar no desenvolvimento de cada um através da educação de seus agentes: as pessoas.

Em diversos países, empresas, instituições e organizações sociais fazem seu papel na realização dos ODM, cada qual de acordo com sua realidade. Nesse contexto, a comunicação assume o papel de replicadora dos resultados a fim de levar a outros grupos os modelos funcionais elaborados por esses agentes. Parte-se de exemplos bem sucedidos para incentivar que os mesmos resultados aconteçam em diferentes lugares, mas conduzidos por pessoas diferentes que adaptariam esses modelos aos seus contextos.

Nosso escopo com este projeto é formalizar um manual prático de comunicação para a) orientar os agentes envolvidos em projetos relacionados aos ODM para comunicarem de forma correta e eficaz suas ações através de textos e vídeos de divulgação na internet; b) ecoar os resultados obtidos por projetos que colaboraram com os ODM; c) sensibilizar *stakeholders* para que mais pessoas participem dos projetos; e d) educar a sociedade, através de ações de comunicação, sobre a relevância e necessidade da atuação de cada indivíduo no desenvolvimento dos ODM. Para isso, foram adotadas orientações teóricas de estudiosos e profissionais da área da comunicação que abordam aspectos fundamentais para um formato eficaz de escrita e produção de vídeo para web.

Estruturalmente, o manual de comunicação foi dividido em duas partes. A primeira aborda questões elucidativas a respeito dos ODM, a relação do Brasil com esse projeto, a identificação de iniciativas que contribuam com os ODM e a importância de comunicar de forma correta os resultados alcançados com essas ações. A segunda parte se preocupa com os aspectos técnicos da comunicação na internet, abordando os critérios de noticiabilidade, os pontos específicos para a escrita na web e preparação de vídeo para essa mídia e as ferramentas que o ambiente virtual oferece para divulgação dessas iniciativas, como as redes sociais, por exemplo.

Nossa motivação partiu do fato do grupo ser formado por profissionais da comunicação social, especificamente jornalistas, que consideram de grande importância a correta comunicação das mensagens de empresas ou instituições para seus públicos-alvo, tendo como premissa a visão

ontopsicológica do papel do jornalista (ou de quem comunica) na construção e transmissão da mensagem. Deste modo, nosso objetivo foi o de fornecer diretrizes básicas para que qualquer pessoa envolvida no processo possa realizar, de forma efetiva e funcional, a comunicação de suas ações em função do ser humano.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este projeto apresenta a comunicação como peça fundamental para o bom andamento, no Brasil, das iniciativas relacionadas aos 8 Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, estabelecidos pela Organização das Nações Unidas, em 2000, durante o encontro Cúpula do Milênio, realizado em Nova York (EUA). A visão é que, quando empresas, instituições e organizações não governamentais (ONGs) comunicam as ações feitas em prol dos ODM, essas entidades se tornam mais conscientes da relevância das ações que realizam, divulgam um bom exemplo para que iniciativas semelhantes sejam realizadas em outras regiões e, assim, multiplicam suas chances de conseguirem parceiros para os projetos que decidam empreender pelos ODM.

Para Pagiane (2007, p. 4), apesar da Declaração do Milênio (que é um termo de comprometimento pelo cumprimento, até 2015, dos ODM e que foi assinado por 191 países durante a Cúpula do Milênio) não trazer nenhum Objetivo ou meta por governança democrática, esse documento reconhece a boa governança como pré-requisito fundamental para atingir os ODM. Considerando que qualquer sistema de governo trabalha lidando com um lado de fornecimento para a sociedade e outro de demandas geradas por essas, pode-se observar que, no aspecto das demandas, a comunicação pode ajudar os cidadãos a amplificarem suas vozes e participar nos debates públicos, articulando suas necessidades e preocupações. “Uma vez adaptados ao contexto nacional e local, a estampa dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio tem o potencial de funcionar como uma ferramenta de comunicação e desenvolvimento” (PAGIANE, 2007, p. 4).

Além da importância de comunicar o que está sendo feito sobre os ODM, torna-se interessante também entender os próprios Objetivos como instrumentos que facilitam a comunicação e o entendimento de propósitos que vem sendo buscados pela ONU em diferentes âmbitos de sua estrutura há muitas décadas. “Os ODM concentram-se em algumas prioridades chaves de desenvolvimento que podem ser entendidas e identificadas facilmente por todos, incluindo aqueles que são socialmente excluídos. Mais exatamente, os ODM estabelecem metas

claras, numéricas e com limitações de tempo, com indicadores relevantes pensados para terem seu progresso facilmente medido ao longo do tempo” (PAGIANE, 2007, p. 4).

No atual estágio dos esforços pelo alcance dos ODM, percebe-se que o primeiro passo necessário nesse empreendimento é que cada país signatário da Declaração do Milênio se preocupe em traduzir os Objetivos em políticas públicas. Também é essencial que ONGs, entidades e empresas tenham os ODM como referências para os processos de tomada de decisão quanto a destinação de seus recursos, sejam materiais ou humanos.

Como destaca a publicação *Objetivos de Desenvolvimento do Milênio*, da Rede Ethos de Jornalismo (2006, p. 5 e 6), nesta somatória de esforços, os meios de comunicação representam um papel central. “É indispensável que os ODM também sejam incorporados como pauta obrigatória pelos segmentos sociais que têm condições de gerar mudanças: as organizações da sociedade civil, que exercem forte poder de pressão e de fiscalização sobre as políticas públicas, as empresas, cujo poder econômico e político é fundamental para viabilizar as transformações; e pelos meios de comunicação, por sua capacidade de influenciar os diferentes públicos”.

Esse Projeto está baseado nesta lógica ao afirmar que os próprios gestores e participantes dos projetos em prol dos ODM podem produzir conteúdo de qualidade para a mídia Internet e, assim, colaborar na formação de uma pauta nacional sobre o tema. O que se quer é compor um Manual de Comunicação que ensine atores participantes de organizações, projetos ou ações empresarias que contribuem para os ODM (mesmo que ainda não tenham consciência de tal contribuição) a comunicar o que fazem.

O ambiente escolhido para gestão de tal proposta é a Internet. Assim, o Manual de Comunicação vem com o objetivo de fornecer diretrizes para o bom produzir de conteúdos sobre os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio em formato de textos de Internet ou de vídeos para serem divulgados on-line. A mídia Internet foi escolhida por constituir-se hoje em uma das mais democráticas em termos de acesso do público à produção de conteúdo. Como posiciona Pollyana Ferrari em *Jornalismo Digital* (2006, p. 114), ao se referir à história dos blogs: “De renomados jornalistas norte-americanos a blogs cheios de humor, todos convivem lado a lado na rede”.

Demonstra-se nesse Manual que as instituições, independente do setor que atuem, podem identificar valores-notícia entre os fatos que registram dia a dia, bastando para isso ter um conhecimento mais técnico de alguns critérios. Duarte (2003, p. 150 e 155) cita Wolf (1992) para elencar critérios do que podem ser valores - notícia: “constituem a resposta à pergunta: quais são os acontecimentos considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias?”.

Uma característica importante que embasa este trabalho é o uso da visão ontopsicológica em relação à notícia, ao seu mediador e seu público-alvo. Como o Manual que será desenvolvido servirá para orientar a pessoa que escreve e replica o seu projeto, é importante conscientizá-la de algumas características do ato de comunicar.

De acordo com Meneghetti (2004, p.158), o “‘fato’ é aquilo que dá novamente a ação da vida, isto é, é um apelar-se da vida em si”. Será a partir desse fato que o mediador – no caso a pessoa que escreve a notícia – irá desenvolver sua narrativa para explicar o acontecimento. O autor sustenta serem dois os critérios para saber quais são os fatos que se referem aos leitores e a que se dirige: a) objetividade histórica, ou seja, o quanto urge historicamente o fato, e b) objetividade psicológica, quanto ganho de consciência produz.

De mão dessas premissas, se reforça a responsabilidade de quem escreve a respeito da veracidade dos fatos e da neutralidade em relação à notícia divulgada.

Seja no âmbito das organizações não governamentais, seja no âmbito das empresas, é importante destacar que o Manual abordado neste Projeto visa deixar claro o que podem ser realmente considerado ação de responsabilidade social em prol dos ODM e não se passar como ferramenta de Marketing para ações que não contribuam verdadeiramente nesse sentido.

A distinção mais precisa entre a Responsabilidade Social Empresarial e o Marketing pode ser encontrada em (BUENO, 2003): *A responsabilidade social também não se confunde com o marketing social em seu sentido estrito, por dois motivos:*

- 1) *Ela compreende como vimos, mais do que os simples projetos destinados à valorização da cultura, do esporte, etc., ainda que eles possam fazer parte desta prática responsável;*
- 2) *Muitos projetos de marketing social têm como inspiração maior – às vezes única – alavancar negócios e vendas, tangenciando o social apenas como uma forma de ludibriar o consumidor e o cidadão de maneira geral. Geralmente, esses projetos têm uma duração efêmera – enquanto dura a campanha ou ação de marketing – não se sustentando em longo prazo, ficando evidente o seu caráter oportunista.*

O Manual de Comunicação proposto seguirá uma estrutura que pretende, em um primeiro momento, apresentar os ODM e facilitar ao usuário identificar se o seu projeto já contribui para essa campanha internacional. Na segunda parte, o objetivo será o de passar orientações e dicas, com base em bibliografia do campo do Jornalismo, sobre valores-notícia, redação para web, redação de

roteiros de vídeos, características técnicas de sites e vídeos para o meio on-line além de dicas para divulgação desses dois produtos depois de prontos.

2.1 O tema no Brasil

O Manual de Comunicação proposto neste Plano de Projeto foi elaborado procurando contribuir com os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio propostos pela ONU. Tendo em vista que o referido Manual pode ser aplicado na divulgação de ações e projetos relacionados a todos os 8 ODM, apresentaremos uma visão geral de como está o andamento dos esforços empreendidos pelo governo brasileiro para o alcance de todas as metas estabelecidas pela Organização das Nações Unidas. Tal panorama pode ser obtido por meio da análise do 4º Relatório Nacional de Acompanhamento dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, que foi publicado, em abril de 2010, pela Presidência da República, por meio de uma parceria entre essa, o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, o Ministério do Planejamento Orçamento e Gestão, Secretaria de Planejamento e Investimentos Estratégicos.

Para melhor entender os resultados enunciados no Relatório, é importante ter em mente que o Governo Brasileiro, além de ser um dos signatários da Declaração do Milênio, que atualmente conta com 198 nações signatárias, fez questão de adotar metas mais difíceis de serem alcançadas do que aquelas estabelecidas pela ONU em 2000. Cada um dos oito Objetivos de Desenvolvimento do Milênio prevê uma série de metas que devem ser cumpridas para que se conclua que um país atingiu o dito Objetivo. No caso do Brasil, o Governo optou por aumentar a dificuldade de algumas metas, tornando o desafio ainda maior.

A boa notícia é que o Relatório Nacional de Acompanhamento dos Objetivos do Milênio traz a notícia de algumas vitórias importantes. O Brasil chega a 2010, faltando cinco anos para o prazo final dos ODM (2015), já tendo cumprido a meta presente no primeiro ODM, “Erradicar a extrema pobreza e a fome”, de reduzir a pobreza extrema pela metade. Fizemos até mais do que isso: chegamos a 75% da população fora do estágio de extrema pobreza, meta essa imposta pelo Governo Federal.

O país também cumpriu a meta da ONU de diminuir em 50% a parcela da população que passa fome. Desde 1996, caiu de 4,7% para 1,8% o número de crianças brasileiras de zero a quatro anos com peso abaixo do esperado para a idade (sendo que esse é o indicador usado para mensurar a desnutrição infantil). O país ainda se impôs a meta de erradicar o problema até 2015.

Interessante notar que boa parte desses bons resultados são frutos de programas sociais que não necessariamente foram criados tendo em vista os ODM. É o caso, por exemplo, do Programa Fome Zero, que foi determinante no alcance dos bons indicadores quanto à questão da fome. Para além das metas alcançadas no primeiro Objetivo, o Brasil registra metas bem encaminhadas nos sete outros ODM. No que tange o Objetivo de número dois, “Atingir o Ensino Básico Universal”, a meta considerada mais desafiante pelo Relatório é a de assegurar a todos os jovens brasileiros a conclusão do ensino fundamental. Por enquanto, já ampliamos a parcela de pessoas de 18 anos que concluíram esse nível de 34%, em 1992, para 75,2% em 2008. A taxa de escolarização nas faixas etárias de 7 a 14 anos de idade e de 15 a 17 anos de idade aumentou, respectivamente, de 81,4%, em 1992, para 94,9% em 2008 e de 18,2% para 50,4% no mesmo período.

O terceiro Objetivo do Milênio, “Promover a igualdade de gêneros e a autonomia das mulheres”, requer novas interpretações sobre a perspectiva brasileira. Enquanto no mundo, a ONU tem como propósito neste ODM que o número de homens e mulheres seja semelhante nos níveis de ensino fundamental, médio e superior, no Brasil, esse nível já é semelhante. A proporção de meninas nos bancos escolares é, inclusive, mais positiva do que de meninos. Essa relação, no entanto, não está refletida no posicionamento de mulheres como profissionais ocupantes de cargos de tomada de decisão e nem mesmo com melhores salários no mercado de trabalho. Citando o Quarto Relatório Nacional de Acompanhamento dos ODM: “Com isso, é possível perceber que ainda há em nossa sociedade muitos espaços a serem alcançados em definitivo pelas mulheres. Em geral, são espaços de poder, prestígio e valor social ainda majoritariamente ocupados por homens. As mulheres são relacionadas ao espaço privado e às atribuições ligadas à reprodução da família, enquanto dos homens se espera muito mais freqüentemente a atuação nos espaços públicos”.

Entre as ações adotadas pelo Governo Federal para tentar sanar essa disparidade avistada no cenário nacional estão: planos de combate a violência contra as mulheres, programas para incentivo da participação feminina na produção científica do país e no empreendedorismo e incentivo à organização produtiva das mulheres rurais e para ampliação da presença feminina na política.

No objetivo 4, “Reduzir a mortalidade infantil”, registramos uma diminuição na mortalidade de crianças menores de cinco anos de idade. Em números, são 22,8 óbitos por mil nascidos vivos em 2008. A meta é atingir, até 2015, a relação de 17,9 óbitos para cada mil nascimentos. Tal meta, se prosseguirmos no ritmo atual, será atingida até 2013. No que se refere a crianças de até 1 ano, o Relatório demonstra que o Brasil também deverá atingir a meta antes do prazo. De 1990 a 2008, o recuo foi de 60% nos óbitos infantis. Devemos atingir, já em 2011, a meta de diminuir para 15,7 óbitos por cada mil nascidos vivos nessa faixa de idade.

No caso da saúde das gestantes (Objetivo 5), o país conseguiu atingir 46% dos 75% de diminuição das mortes de mães até 42 dias após o fim da gravidez previstos como meta. É preciso agora uma reunião de esforços para atingir o restante da estimativa.

Quanto ao Objetivo de número 6, combater o HIV/AIDS, a malária e outras doenças, um dado registrado foi a estabilização do número de casos identificados por ano de AIDS. Desde 2000, o número tem se mantido em 35 mil casos. A distribuição de terapia antirretroviral na rede pública também tem ajudado a ampliar a sobrevivência dos portadores do vírus HIV. A propagação da tuberculose e da malária registrou quedas, no primeiro caso, de 33,5 por cada 100 mil habitantes em 2000 para 31,9 em 2008; no segundo caso de 30 casos por mil habitantes na Amazônia brasileira em 1990 para 12,9 em 2008. Dificuldades ainda têm sido encontradas na meta auto-imposta pelo país de erradicar a hanseníase em 2010. Em 2008, foram registrados 39.047 novos casos.

Outro resultado de destaque do Brasil, foi atingido em uma das metas do Objetivo 7, “Garantir a sustentabilidade ambiental”. O consumo de gás Clorofluorcarbono (CFC) no Brasil caiu de 10 mil toneladas PDO (Potencial de Destruição da Camada de Ozônio), em 1995, para cerca de 290 toneladas em 2008. É preciso levar em conta que foi preciso recorrer, em alguns momentos para conter a demanda de CFC, ao uso de hidroclorofluorcarbono e essa substância também é nociva ao meio ambiente. Além de ter quase alcançado a meta relativa ao CFC, o Brasil aumentou o percentual da população urbana com acesso permanente e sustentável à água potável. Porém, ainda é preciso que esses benefícios estejam distribuídos de forma mais equilibrada entre a população urbana e rural. Enquanto na cidade a cobertura da coleta de esgotamento sanitário ou fossa séptica aumentou mais de 14% desde 1992 e já alcançava 80,5% da população em 2008, no campo, a cobertura por rede geral de esgotos ou fossa séptica ligada ou não à rede geral subiu de 10,3% em 1992 para 23,1% em 2008.

O último Objetivo de Desenvolvimento do Milênio, “Estabelecer uma Parceria Mundial para o Desenvolvimento”, é talvez o mais difícil de ter seu desenvolvimento determinado por mensurações numéricas. Para alcançá-lo, o Brasil tem atuado em duas frentes. Por uma delas, procura colaborar para a construção de uma agenda internacional a favor do desenvolvimento, expandindo sua participação em organismos e programas internacionais, procurando propor e negociar mudanças das regras de governança global. Para tentar contribuir na construção de um mundo menos assimétrico tem proposto medidas de melhor governança sobre os fluxos financeiros, regras de comércio mundial mais justas para os países pobres e ampliação da participação dos países em desenvolvimento nos organismos internacionais, em particular no Sistema ONU, nas instituições de Bretton Woods (FMI e Banco Mundial) e na Organização Mundial do Comércio.

Também insiste na participação em instituições de negociação e definição de normas e padrões de monitoramento e gestão dos riscos dos sistemas financeiros nacionais e internacionais.

Por outro lado, o Brasil tem ampliado a sua participação em diversas ações de cooperação com países em desenvolvimento, em especial, com os da América do Sul, da América Central e da África. Inspirado no conceito de diplomacia solidária, o Brasil vem colocando a disposição de outros países em desenvolvimento as experiências e os conhecimentos de instituições especializadas domésticas sem a imposição de condicionalidades e desvinculadas de interesses comerciais ou fins lucrativos nas áreas consideradas mais relevantes pelos próprios países parceiros. São priorizadas ações que promovam a ampliação do acesso a medicamentos, capacitação técnica, fomento à pesquisa e à inovação tecnológica e assistência humanitária. Assim, contribui-se para a autonomia dos países e a sustentabilidade das ações reforçando o compromisso do Brasil com a redução de atritos, apaziguamento de conflitos internacionais e fortalecimento de laços de amizade entre países. É justamente no ODM de número 8 que se observa maior relação com o Projeto descrito neste Plano. Ao desenvolver um Manual de Comunicação que auxilie organizações não governamentais, instituições e empresas a identificarem se suas ações de responsabilidade social colaboram para os ODM e a divulgarem o trabalho que fazem, esse Projeto facilita que tais ações encontrem parceiros ou até mesmo sejam replicadas em outras regiões ou países. Tendo em vista que a Internet é um meio global de comunicação e que este Projeto visa auxiliar na divulgação, via web, das ações relacionadas aos ODM, é possível verificar aqui um incentivo para a ampliação das parcerias entre os povos.

Importante destacar ainda que o ODM 8 tem entre suas metas a de tornar acessíveis para todos os benefícios das novas tecnologias em especial das tecnologias de informação e de comunicações. Um dos indicadores sugeridos pela ONU para que os países verifiquem se atingiram essa meta é o número de computadores pessoais por cada 100 habitantes. Se levarmos em conta a parcela da população que realiza trabalhos relacionados aos ODM, mais do que possuir acesso à tecnologia, é interessante que essa saiba se aproveitar dela para comunicar um conteúdo relacionado ao alcance das metas da ONU, multiplicando assim seus conhecimentos e esforços.

No Brasil, pelo que essa pesquisa pôde apurar, há poucos veículos de comunicação que tratam especificamente dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio. Além disso não se localizou iniciativa semelhante ao proposto para o Manual de Comunicação. Quanto à comunicação dos ODM, destacam-se hoje no país algumas iniciativas *on-line*, tais como: Portal ODM (<http://www.portalodm.com.br/>), site do Movimento Nós Podemos (<http://www.nospodemos.org.br/>), seção sobre os ODM no site do Programa das Nações Unidas

para o Desenvolvimento (<http://www.pnud.org.br/odm/>), publicações da Rede Ethos de Jornalismo sobre os ODM (www.ethos.org.br) e o Prêmio ODM Brasil (www.odmbrasil.org.br). O Manual de Comunicação proposto viria, portanto, somar esforços aos desses espaços de mídia.

3 OBJETIVOS

Objetivo Geral:

Desenvolver um Manual de Comunicação com orientações sobre a promoção de projetos que contribuem para os 8 Objetivos de Desenvolvimento Milênio, a fim de que os seus resultados possam servir de incentivo e modelo de ação para outros grupos e instituições por meio de linguagem técnica específica para internet.

Objetivos Específicos:

- Avaliar vídeos e portais relacionados aos ODM, a fim de identificar referências em comunicação e individuar critérios de produção de materiais em texto e vídeo sobre os ODM.
- Elaborar um Manual de Comunicação dos ODM a fim de orientar pessoas e instituições na correta e eficaz comunicação de suas ações, projetos e resultados.
- Através de ações de comunicação, estimular a sociedade para o debate sobre a importância dos ODM e sensibilizar *stakeholders* para que mais pessoas participem desses projetos.
- Demonstrar como a visão ontopsicológica do jornalismo – o jornalista como mediador de realidade e operador de consciência; e a notícia em função do humano – pode contribuir para a eficaz promoção dos ODM.

4 DESCRIÇÃO DO PROJETO

4.1 Revisão bibliográfica e pesquisa de referências

O projeto iniciou com uma revisão bibliográfica sobre ações de comunicação de projetos ligados à sustentabilidade social e ambiental, à responsabilidade social empresarial e aos ODM.

Vídeos e websites foram os tipos de veículo selecionados para o estudo. A pesquisa resultou em informações relacionadas a:

1. conceitos que devem estar presentes em ações de comunicação relacionadas aos ODM
2. critérios de produção de vídeos e textos para internet de divulgação de projetos relacionados aos ODM

Com base nos critérios identificados na pesquisa bibliográfica, elaborou-se um questionário para avaliação de vídeos e websites que promovem os ODM. Os itens de avaliação foram agrupados nos seguintes grupos:

1. Análise dos vídeos:

- quanto ao roteiro
- quanto aos aspectos técnicos audiovisuais
- quanto ao conteúdo relacionado aos ODM

2. Análise dos websites:

- quanto aos conteúdos fixos e noticiosos
- quanto ao layout e estrutura do site
- quanto ao conteúdo relacionado aos ODM

Uma vez determinados os critérios de análise, passou-se a identificação de materiais existentes ligados ao tema.

Tabela 1: Vídeos que tratam de assuntos relacionados aos ODM

Vídeo	Link*
Institucional - Rede de Tecnologias Sociais	http://www.rts.org.br/multimedia/videos/video-institucional-da-rts-3
Campanha Sustentabilidade – Banco do Brasil	http://www.youtube.com/watch?v=xNR6PFuk9ME
Campanha - Philips e a Sustentabilidade	http://www.youtube.com/watch?v=-wBd0_U3jho
Vídeo de abertura do 3º Prêmio ODM	http://www.youtube.com/watch?v=wg9ZIRP

Brasil	BjoQ
Vale – Responsabilidade Social na prática	http://www.vale.com/saladeimprensa/pt/audio_video/pop_multimedia.asp?id=29&video_arq=responsa150.wmv&video_titulo=Responsabilidade%20social%20na%20pr%E1tica&video_tempo=11
Projeto Tamar - Petrobras - Responsabilidade social	http://www.tamar.org.br/video.php?categoria=Filmes%20Institucionais
Vídeo sobre Encontro de Voluntários 2009 - Instituto C&A	http://www.youtube.com/watch?v=dS0pdpG0eT8
Campanha Ericsson - Shaping Ideas	http://www.ericsson.com/campaign/20about2020/index.html
Campanha da WWF sobre a necessidade da preservação ambiental	http://www.youtube.com/watch?v=78-Zj3cuTP8&feature=related
Oito mini-programas que abordam os objetivos do milênio	http://www.youtube.com/watch?v=MZCPgiWuLRE
Vídeo institucional - Syngenta	http://www.youtube.com/watch?v=IthhvVwEHDA
Vídeos Fundação Volkswagen	http://www.vwbr.com.br/fundacaovw/novo/portugues/videos.html
Vídeo Monsanto	http://www.youtube.com/watch?v=JKyo0nRLuLY&NR=1
Institucional Fundação Abrinq	http://www.youtube.com/watch?v=_rxgtCxfVEs&feature=player_embedded#!
Vídeo “Sexualidade na adolescência” – Movimento Nós Podemos	http://www.nospodemos.org.br/
Vídeo “O mundo é feito de gente” – Ação Voluntária - Portal ODM	http://www.portalodm.com.br/biblioteca_multimedia_videos

* Links acessados entre 01 e 08 de maio de 2010.

Além de vídeos institucionais, promocionais e campanhas, foram identificados os seguintes documentários que abordam temas que têm relação com os ODM:

- Documentário *Os objetivos do milênio sem o racismo*

- Documentário de José Padilha, *Garapa*, que retrata a rotina de três famílias cearenses durante 30 dias e a luta delas conta a fome (<http://www.abril.com.br/diversao/videos/trailer-garapa-filme-jose-padilha-473756.shtml>)
- Documentário *Paulo Freire: Contemporâneo* (relato biográfico que apresenta como as ideias do educador transformaram a educação no Brasil)
- Documentário *Pro dia nascer feliz*, de João Jardim, que mostra a realidade da educação brasileiras através da vida de jovens de 3 diferentes regiões brasileiras
- Documentário português *Dar vida sem morrer*, sobre projeto implantado em Guiné Bissau para reduzir a mortalidade materna e neonatal
- Documentário da *Discovery Channel* sobre gravidez (http://www.youtube.com/results?search_query=Discovery+Channel+O+Guia+Completo+da+Gravidez&gl=BR&hl=pt)
- Documentário *Sete Faces de uma Guerra - O Brasil contra a Aids*, de Paulo Markun
- Documentário da MTV *Transit* sobre riscos de se contrair o vírus. Se passa na Rússia, México, Los Angeles e Quênia
- Documentário *Unbreakable Chain: The Effects of HIV on Families*, da brasileira Fernanda Pires
- Documentário sobre Jovem e Sustentabilidade - 4o Dossiê Universo Jovem MTV
- Documentário *À Margem do Lixo*, de Evaldo Mocarzel
- Documentário *Petites Historias das Crianças* que mostra como projetos da Inter de Milão ajuda crianças de vários países (<http://www.imdb.com/title/tt1270672/>)
- Filme-documentário *Recanto Maestro*: de um local abandonado a um Centro Internacional de Arte e Cultura Humanista. Associação Brasileira de Ontopsicologia, 2009.

Quanto aos websites, foram elencados os seguintes projetos que promovem os ODM.

Tabela 2: Sites que tratam de assuntos relacionados os ODM

Site	Link*
Portal Vale do Rio Doce	http://www.vale.com/verdeamarelo/
Projeto Escola que Vale	http://www.escolaquevale.org.br/
Portal da Sustentabilidade	http://www.sustentabilidade.org.br/
Instituto Elisabetha Randon	http://www.ierandon.org.br/
Fundação Boticário	http://internet.boticario.com.br/portal/site/fundacao
Portal do Programa Petrobrás	http://www.petrobras.com.br/minisite/ambiental/

Ambiental	projetos/
Projeto Tamar	http://www.tamar.org.br/
Portal Desenvolvimento e Cidadania – Petrobras	http://www.petrobras.com.br/minisite/desenvolvimento-e-cidadania
Projeto Rede de Tecnologia Social	http://www.rts.org.br/
Hotsite Programa de Olho no Ambiente - Petrobras	http://www.hotsitespetrobras.com.br/deolhoonaambiente/
Portal ODM Brasil	http://www.portalodm.com.br/
Prêmio ODM Brasil	http://www.odmbrasil.org.br/
Instituto HSBC Solidarietà	http://www.porummundomaisfeliz.org.br/
Fundação Itaú Cultural	http://www.itaucultural.org.br/
Bosh – Responsabilidade Social	http://www.bosch.com.br/br/responsabilidade_social/index.html
Instituto Robert Bosh	http://www.institutorobertbosch.org.br/
Instituto C&A	http://www.institutocea.org.br/instituto/site/content/home/default.aspx
Natura & Sociedade	http://scf.natura.net/NaturaESociedade
Desenvolvimento Sustentável na BASF	http://www.basf.com.br/default.asp?id=1153
Fundação Espaço Eco (projeto da BASF)	http://www.espacoeco.org/
Fundação Itaú Social	http://www.fundacaoitausocial.org.br/
Fundação Victor Civita	http://revistaescola.abril.com.br/fvc/
Fundação Bradesco	http://www.fb.org.br/institucional
Projetos do IBASE (instituto fundado pelo Betinho)	http://www.ibase.br/modules.php?name=Conteudo&pid=38
GIFE - Grupo de Institutos Fundações e Empresas	http://site.gife.org.br/default.asp
ONG Parceiros Voluntários	www.parceirosvoluntarios.org.br
Programa Bolsa Família	http://www.mds.gov.br/bolsafamilia/
Horta Comunitária	http://www.hortacomunitaria.org.br/
Tribos nas Trilhas da Cidadania	www.tribosparceirosvoluntarios.org.br

Blog de educadora com ações práticas para educação infantil	http://meustrabalhospedagogicos.blogspot.com/
ONG Meu Sonho não tem Fim	www.meusonhonaotemfim.org.br
Instituto Ayrton Senna	http://senna.globo.com/institutoayrtonsenna
Fundação Cesgranrio	www.cesgranrio.org.br
Projetos DANA para os 8 ODM	http://www.dana.com.br/social/tags_milenio_dana.asp
Rede Parceria Social	http://www.sjds.rs.gov.br/portal/index.php?menu=redesocial_viz&cod_noticia=188
Semana do Bebê	www.semanadobebe.com.br
Instituto Akatu	www.akatu.org.br
Ecotelhado	www.ecotelhado.com.br
Nós podemos – Movimento Nacional pela Cidadania e Solidariedade	www.nospodemos.org.br
América Latina Logística – ALL	www.all-logistica.com
Copagaz – empresa sul-mato-grossense	http://www.copagaz.com.br/sustentabilidade/
Bayer Cropscience	http://www.bayercropscience.com.br/site/sustentabilidade/revolucaoverde.fss
Gerdau	www.gerdau.com.br/
Senar Nacional	http://www.senar.org.br/novo/#
Syngenta	http://www.syngenta.com/country/br/pt/responsabilidade/Pages/home.aspx
Fundação Aquarela	http://www.fundacaoaquarela.org.br/opencms/opencms/index.jsp
Volkswagen	http://www.vwbr.com.br/fundacaovw/novo/portugues/

* Links acessados entre 01 e 08 de maio de 2010.

4.2 Análise dos vídeos e websites

Dos materiais pesquisados, foram selecionados e analisados através dos critérios estabelecidos 10 vídeos e 10 websites. A seleção dos materiais levou em conta a maior aderência ao tema dos ODM.

Tabela 3: Materiais analisados

Vídeos
Institucional - Rede de Tecnologias Sociais
Campanha Sustentabilidade – Banco do Brasil
Vídeo “O mundo é feito de gente” – Ação Voluntária - Portal ODM
Vídeo de abertura do 3º Prêmio ODM Brasil
Vale – Responsabilidade Social na prática
Projeto Tamar - Petrobras - Responsabilidade social
Vídeo “Sexualidade na adolescência” – Movimento Nós Podemos
Campanha Ericsson - Shaping Ideas
Campanha da WWF sobre a necessidade da preservação ambiental
Oito mini-programas que abordam os objetivos do milênio
Websites
Projeto Escola que Vale
Portal do Programa Petrobrás Ambiental
Portal ODM Brasil
Instituto HSBC Solidarietà
ONG Parceiros Voluntários
Nós podemos – Movimento Nacional pela Cidadania e Solidarietà
Horta Comunitária
Projetos DANA para os 8 ODM
Rede Parceria Social
Prêmio ODM Brasil

Dos materiais analisados, aqueles que melhor preencheram os critérios de avaliação do questionário, foram incluídos como referências no Manual de Comunicação dos ODM.

4.3 Criação do Manual de Comunicação dos ODM

Com base na pesquisa e revisão bibliográfica e nos resultados da análise dos vídeos e websites foi elaborado um Manual de Comunicação dos ODM, dividido da seguinte forma:

1. Entendendo de ODM

- 1.1 O que são os ODM?
- 1.2 Como o Brasil está contribuindo para os ODM?
- 1.3 O seu projeto contribui para os ODM?

2. Como divulgar seu trabalho

- 2.1 O que é notícia no seu projeto?
- 2.2 Colocando a notícia em formato de texto para internet
- 2.3 Colocando a notícia em formato de vídeo para internet
- 2.4 Aspectos técnicos: websites
- 2.5 Aspectos técnicos: vídeos para internet
- 2.6 Divulgando seus textos e vídeos através de ferramentas gratuitas
- 2.7 Divulgando seus projetos na imprensa

5 RESULTADOS/INDICADORES E AÇÕES FUTURAS

5.1 Resultados

A necessidade de comunicar ações que envolvam os 8 Objetivos de Desenvolvimento do Milênio de forma objetiva e dentro de uma linguagem específica para internet fez com que fosse essencial a criação de um Manual de Comunicação prático e destinado ao público em geral. Suas características principais são: fácil consulta e entendimento claro por parte do leitor.

Para facilitar a utilização do Manual, os capítulos foram divididos de forma que se compreenda primeiro, o que são os ODM, se o projeto promove os Objetivos e por que é importante sua divulgação com uso de técnicas adequadas. Também foi indispensável que, nos capítulos posteriores, fossem abordadas regras básicas de comunicação no meio virtual, as ferramentas oferecidas gratuitamente e como desenvolver um relacionamento com a mídia tradicional.

O resultado físico deste projeto (Manual de Comunicação dos ODM: guia prático para divulgação de projetos na internet e na mídia) encontra-se anexado no final deste documento.

5.2 Ações futuras

A continuidade deste projeto será realizada através da difusão e divulgação do Manual de Comunicação dos ODM para instituições públicas e privadas em todo o Brasil. Estuda-se também a viabilidade de traduzir o Manual para outros idiomas a fim de que projetos de outros países possam utilizá-lo para a divulgação dos seus resultados.

O Manual de Comunicação dos ODM também servirá de base para a produção de conteúdos (em texto e vídeo) pelos projetos que integrarão um portal de referência internacional em ODM promovido pelo Centro Internacional de Arte e Cultura Humanista Recanto Maestro.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Realizar um projeto que contribua com os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio traçados pela ONU não é tarefa fácil. Por vezes, as pessoas por trás dessas ações não percebem o valor multiplicador que a comunicação poderia imprimir ao trabalho que realizam. Por vezes, não sabem nem mesmo que seu trabalho contribui para os ODM. Notando a existência dessa lacuna e procurando uma forma de contribuir para sua solução, decidiu-se pela elaboração do Manual de Comunicação dos ODM. A decisão por uma linguagem simples, objetiva e didática foi tomada buscando garantir a essa obra o caráter conciso e prático que é comum às obras de referência do campo de comunicação. Pense, por exemplo, na facilidade que se tem ao consultar um dicionário. Foi essa lógica de “encontre rapidamente o que você precisa com qualidade” que permeou o pensamento dos profissionais responsáveis pela redação do Manual, de forma a dar subsídios para que seus leitores - o público em geral sem formação em comunicação - entendam e consigam colocar divulgar seus resultados de forma contextualizada, atrativa e honesta.

Durante a revisão bibliográfica, foram encontrados vários textos relacionados à comunicação digital, porém com pouca especificidade em relação à comunicação dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio. Quase todas as obras utilizadas abordam temas relacionados, como a

comunicação voltada para sustentabilidade e a responsabilidade social, porém não específicos em relação à comunicação dos ODM.

Ainda no que tange a bibliografia pesquisada, procurou-se dar uma profundidade maior ao tema ao trazer para o referencial a busca por preceitos humanistas em relação à comunicação. Humanismo dito aqui no sentido em que se encontra no dicionário Houaiss, como aquilo que sublinha a capacidade humana “para a criação e transformação da realidade natural e social e seu livre-arbítrio diante de pretensos poderes transcendentais, ou de condicionamentos naturais e históricos” (*Dicionário eletrônico Houaiss de língua portuguesa 2.0*). Buscou-se então na Ontopsicologia, escola de pensamento estudada, a identificação do que seria uma comunicação feita do humano para o humano, especificamente no âmbito do jornalismo como técnica profissional que está presente em todo o trabalho deste Manual. Optou-se por essa referência por se acreditar que traz uma reflexão importante ao âmbito da comunicação quando destaca a importância do comunicador utilizar como critério para escolha da notícia que vai transmitir o quanto aquele tema pode gerar um ganho de consciência no público que irá recebê-lo. Em se tratando de ODM e de responsabilidade social, pelos benefícios planetários que acarretam, tem ainda maior valor.

No que se refere à pesquisa de referência de ações de comunicação na Internet relacionadas, verificou-se que a divulgação dos Objetivos do Milênio, principalmente pelas empresas brasileiras, através dos portais e sites corporativos, ainda é restrita e de pouca expressividade quando comparadas as de empresas internacionais.

Pode-se também notar que várias empresas, instituições e organizações sociais fazem seu papel na realização dos ODM, mas sem ter consciência disso. Nesse contexto, o Manual de Comunicação estimula que estas entidades identifiquem como contribuem para os ODM e, com isso, a sua comunicação passa a assumir um papel replicador dos resultados a fim de levar a outros grupos os modelos funcionais elaborados por esses agentes.

Todas as pessoas engajadas em projetos que promovem os ODM devem estar cientes que a comunicação e a criação de meios de difundir seus resultados são ferramentas estratégicas para o sucesso do projeto, a garantia de sua sustentabilidade e o alcance das metas estabelecidas pelas Nações Unidas até 2015.



Fotografia: Equipe do projeto em ação!

REFERÊNCIAS

AYALA, Luciana; NADAI, Mariana (Orgs.). **Rede Ethos de jornalismo – empresas e responsabilidade social: objetivos de desenvolvimento do milênio.** Disponível em: http://www.internethos.org.br/Internethos/Documents/publicacao_ODM.pdf. Acesso em: 2 de maio 2010.

BIN, Marcos. Entrevista: Bruno Rodrigues desvenda o webwriting. **Newwws: sua fonte de notícia web.** Disponível em: http://www.newwws.com.br/noticias.php?noticia_id=97. Acesso em: 3 de maio 2010.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial: teoria e pesquisa.** São Paulo: Editora Manole, 2003.

CIPRIANI, Fábio. **Blog corporativo.** 2.ed. São Paulo: Novatec Editora, 2008.

DIAS, Vera. **Como virar notícia e não se arrepender no dia seguinte.** Rio de Janeiro, Editora Objetiva, 1994.

DUARTE, Jorge (Org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica.** 2.ed. São Paulo: Editora Atlas, 2003.

FERRARI, Pollyana; **Jornalismo digital.** 3.ed. São Paulo: Editora Contexto, 2006

FUNDAÇÃO BUNGE. Página oficial. Disponível em: <http://www.fundacaobunge.org.br/biblioteca-bunge/glossario/>. Acesso em: 3 de maio 2010.

LILIAN, Dreyer; JOHANNPETER, Maria Elena Pereira. **O quinto poder: consciência social de uma nação.** Porto Alegre: L&PM, 2008.

MANUAL de comunicação da Reuters para redação de roteiros de TV. Disponível em: http://handbook.reuters.com/index.php/Television_Scripts?rpc=21. Acesso em: 3 de maio 2010.

MENEGHETTI, A. **Sistema e Personalidade**. 3.ed. Recanto Maestro: Ontopsicologica Editrice, 2004.

NÓS PODEMOS. Site oficial. Disponível em: <http://www.nospodemos.org.br/>. Acesso em: 2 de maio 2010.

OBJETIVOS do Milênio (ODM) 1ª edição. Disponível em: <http://www.ethos.org.br/rsenamidia/>. Acesso em: 5 de maio 2010.

ONU. Site oficial. Disponível em: <http://www.un.org/millenniumgoals/>. Acesso em: 2 de maio 2010.

PAGLIANI, Paola. **The MDGs as a communication tool for development**. Disponível em: <http://www.undp.org/oslocentre/docs08/fellowship/MDGs%20and%20CfD%20PP%20Final.pdf>. Acesso em: 2 de maio 2010.

PATERNOSSO, Vera Íris. **O texto na TV**. 2.ed. Rio de Janeiro: Editora Campus Elsevier, 2006.

PERFORMANCE LÍDER. São Paulo: Associação OntoArte, n. 5, jun. 2010.

PORTAL ODM. Disponível em: <http://www.portalodm.com.br>. Acesso em: 2 de maio 2010.

QUARTO relatório nacional de acompanhamento dos ODM. Disponível em: http://agencia.ipea.gov.br/images/stories/PDFs/100408_relatoriodm.pdf. Acesso em: 2 de maio 2010.