

Aquele outro mundo que é o mundo
o mundo dos media e o mundo do desenvolvimento

**REFERENCIAIS ÉTICOS
PARA AS RELAÇÕES
ENTRE JORNALISTAS
E PROFISSIONAIS DA ÁREA
DA COOPERAÇÃO PARA
O DESENVOLVIMENTO**

*Por um jornalismo mais plural
e uma cidadania mais global*

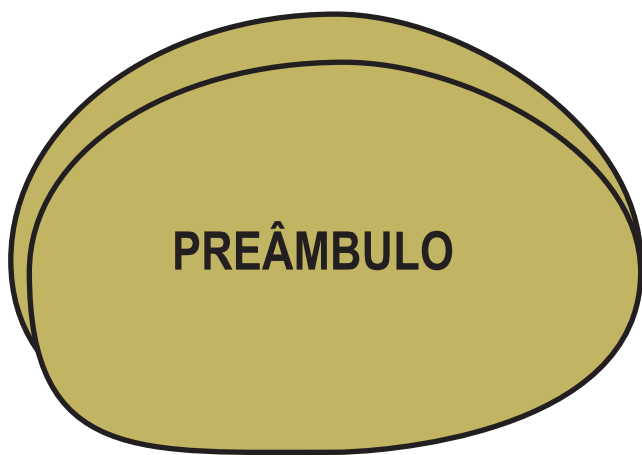
NOTA INTRODUTÓRIA

O jornalismo e os jornalistas em Portugal enfrentam hoje numerosos desafios, resultantes da crise do sector dos Media, com claras consequências na qualidade da informação pública. A crise reflecte-se numa forte pressão sobre os recursos humanos, com repercussões na qualidade, na pluralidade e na diversidade dos temas que são notícia, afectando, particularmente, pelas exigências envolvidas, a cobertura de temas da actualidade internacional. Num contexto de inegável disputa de vozes no acesso ao espaço público, constata-se que **o global é cada vez mais localizado e o local continua sem conseguir globalizar-se**.

Do lado das organizações de Cooperação Internacional e Desenvolvimento, verifica-se que a comunicação do seu trabalho é ainda deficitária. Apesar das melhorias registadas, sobretudo nas organizações de maior dimensão, predomina uma fraca preparação e sensibilidade no contacto com os jornalistas e com a sociedade, em geral. A baixa profissionalização, a pressão – também aqui registada – sobre os recursos humanos e financeiros, o trabalho por ciclo de projectos e a escassa reflexão sobre o trabalho realizado reflecte-se negativamente na parca comunicação e prestação de contas das suas actividades. É ainda de referir que a pressão pela visibilidade leva a distorções na forma e no conteúdo daquilo que é comunicado pelas organizações.

O contexto de acção em ambos os sectores requer um maior entendimento nas formas de relacionamento e de trabalho, visando melhorar a qualidade de informação sobre questões relacionadas com o Desenvolvimento internacional. Este diagnóstico surge do trabalho de investigação realizado no âmbito do projecto *Aquele Outro Mundo que é o Mundo – o Mundo dos Media e o Mundo do Desenvolvimento*, realizado entre 2014 e 2016, e que procurou debater e inventariar preocupações, problemas, especificidades e complementaridades entre os jornalistas e os profissionais da área do Desenvolvimento.

Os Referenciais Éticos dirigidos a Jornalistas e a Profissionais da Área da Cooperação para o Desenvolvimento são uma proposta para consensualizar práticas que facilitem a respectiva actuação no terreno e a prossecução dos objetivos e responsabilidades sociais e que, simultaneamente, influenciem de forma positiva o relacionamento entre ambos os sectores. Deste trabalho, que passou pela consulta de dezenas de profissionais de ambos os lados, resultou a elaboração da **Carta de Princípios** que agora se põe a debate e se propõe enquanto compromissos para o futuro.



Os profissionais da área do Desenvolvimento e os jornalistas desempenham um papel crucial na informação e sensibilização da opinião pública para as questões da Cooperação Internacional para o Desenvolvimento. Apesar dos distintos propósitos, o trabalho de ambos não só alerta para a importância de dar a conhecer processos e iniciativas cujo objectivo é melhorar as condições de bem-estar das pessoas à escala global como também humanizar as questões de Desenvolvimento, percebidas como complexas e, por vezes, demasiado codificadas. Esta dimensão implica uma abordagem das questões do Desenvolvimento que vá além dos assuntos de política externa de conflito e de emergência, que dominam a agenda mediática internacional.

As especificidades inerentes às duas esferas profissionais são, por vezes, fonte de incompreensão mútua, prejudicando a comunicação sobre os temas da Cooperação e do Desenvolvimento junto da sociedade. Nesse sentido, a presente Carta procura reunir princípios, valores e deveres comuns, que facilitem a interação e colaboração profissional.

O presente documento não visa substituir, restringir ou sobrepor-se aos valores profissionais dos jornalistas e dos profissionais da área do Desenvolvimento, mas apenas identificar um espaço de entendimento mútuo que promova a qualidade da informação produzida sobre os temas relacionados com a Cooperação e com Desenvolvimento.



A CARTA

I PRINCÍPIOS GERAIS

As relações entre jornalistas e agentes das ONGD decorrem num contexto de selecção, de tratamento, de produção e de difusão de informação sobre questões da Cooperação e Desenvolvimento e visam contribuir para uma visão tangível e compreensível do mundo. O trabalho de ambos, e a relação entre si, pauta-se pelos princípios profissionais de transparência, verdade e independência.

Jornalistas e profissionais da área do Desenvolvimento desempenham acções de comunicação com objectivos distintos, pelo que, em contexto colaborativo ou de interacção, devem respeitar as respectivas esferas de actuação e evitar sobrepor-se ou extravasar as competências e papéis próprios.

Ambos os grupos de profissionais, no que diz respeito às suas esferas de actuação, comprometem-se a combater lógicas corporativas e paternalistas que impeçam, condicionem ou perturbem o acesso à informação e à comunicação.

Em prol do interesse público, ambos os grupos profissionais devem promover o conhecimento mútuo e o entendimento acerca das respectivas áreas de actuação e valores profissionais.

II PRINCÍPIOS E VALORES DA COMUNICAÇÃO E DA INFORMAÇÃO SOBRE COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO

A verdade, o rigor, a independência e a transparência são valores de referência da comunicação e da informação.

A contextualização é um procedimento essencial para informar e comunicar sobre temas relacionados com a Cooperação e o Desenvolvimento. Deste modo, a informação deve evidenciar conhecimento sobre os temas e os desafios das ações em curso, dos seus destinatários, dos intervenientes e das fontes, promovendo a pluralidade de perspectivas, de narrativas e de leituras.

A pluralidade é uma preocupação constante dos profissionais que buscam dar voz aos grupos e indivíduos em situação de vulnerabilidade e não apenas àqueles que os representam.

A tentativa de compreensão do outro e da sua situação é uma atitude quer do comunicador quer do jornalista para uma percepção dos problemas humanos e um meio de promover o diálogo intercultural.

O respeito pelos direitos do sujeito da comunicação é um dever e uma responsabilidade, independentemente da geografia, das pessoas, das culturas, do género, da orientação sexual, da ideologia, da nacionalidade, da etnia.

A linguagem desempenha um papel fulcral na dignificação das pessoas, dos contextos e das diversas realidades. A linguagem estereotipada pode revelar e perpetuar preconceitos e suscitar equívocos que devem ser banidos.

Os profissionais da área do Desenvolvimento devem apoiar os jornalistas na descodificação de termos e conceitos da Cooperação Internacional e do Desenvolvimento.

Na sua tarefa de dar a conhecer o mundo, quer jornalistas quer comunicadores, devem ter consciência dos limites entre simplificar e ser simplista.

III OS JORNALISTAS E OS PROFISSIONAIS DO DESENVOLVIMENTO IDENTIFICAM COMO ERROS GRAVES

1. A abordagem superficial e pouco preparada da informação sobre questões relacionadas com a Cooperação e o Desenvolvimento;
2. Todas as formas de censura e de restrição da liberdade de expressão, de imprensa e de acesso às fontes de informação;
3. A promoção da informação com recurso à vedetização, à dramatização, ao sensacionalismo e à simulação de acontecimentos;
4. A estereotipização das narrativas e dos acontecimentos relatados;
5. O etnocentrismo;
6. Todo e qualquer tipo de discriminação.

IV AMBOS OS PROFISSIONAIS RECONHECEM QUE SE DEVE

1. Estar sensibilizado e capacitado para abordar os temas actuais da Cooperação e do Desenvolvimento. Nesse sentido, as organizações de Desenvolvimento devem produzir conhecimento útil e dirigido a jornalistas e promover espaços de encontro e de reflexão conjunta;

2. Encontrar um terreno de entendimento comum, no qual existe uma separação clara entre aquilo que é a comunicação de processos de Desenvolvimento (que podem envolver diversos actores, desde as ONG no terreno, governos e líderes locais, comunidades, outros decisores políticos) e aquilo que é o marketing institucional de projectos ou iniciativas específicas desenvolvidas pelas organizações;
3. Considerar outras fontes de informação, que incluam, por exemplo, actores do dito “sul” como líderes da sociedade civil local, deputados, jornalistas, membros do governo, entre outros, e ONG com conhecimento do terreno e que possam servir de facilitadores no acesso a determinadas fontes;
4. Ter em conta plataformas de difusão da informação complementares e alternativas aos Media mainstream;
5. Não definir o sucesso com base nas referências feitas nos Media. A estratégia de comunicação das organizações deve ir muito para além desse objectivo e centrar-se, sobretudo, na capacidade de colocar na agenda mediática determinadas questões relacionadas com o Desenvolvimento internacional.

Uma iniciativa do projecto **Aquele Outro Mundo que é o Mundo**

“Aquele outro mundo que é o mundo” foi a referência de partida para um processo de aprendizagem mútua, e de discussão sobre as dificuldades de comunicação e as distorções na representação do mundo na sua diversidade étnica, social e cultural. Distorções, muitas vezes, assentes em estereótipos e em simplificações de realidades e de um mundo complexo em mudança.

Esta iniciativa procurou contribuir para melhorar a qualidade da relação media e desenvolvimento, com efeitos positivos tanto na actuação dos profissionais do jornalismo e da comunicação como na dos profissionais do desenvolvimento. Em simultâneo, procurou também promover para uma melhor compreensão da sociedade portuguesa dos desafios do Desenvolvimento internacional.

Mais informação disponível em www.projectomedia.wixsite.com/aqueleoutromundo

Uma iniciativa

Apoio

acep

Coolpolitics^{pt}



CESAA | Centro de Estudos sobre
África, Ásia e América Latina



CEM | Centro de Estudos sobre
o Mundo

CAMÕES
INSTITUTO
DA COOPERAÇÃO
E DA LINGUA
PORTUGAL
MINISTÉRIO DOS NEGÓCIOS ESTRANGEIROS

FUNDAÇÃO
CALOUSTE
GULBENKIAN