

## A COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA NA MOBILIZAÇÃO SOCIAL: A EXPERIÊNCIA DA PASTORAL DA CRIANÇA

DESIRÉE C. RABELO \*

### RESUMO

O sucesso de uma mobilização social depende, em grande parte, das políticas de comunicação dos organismos coordenadores. Este trabalho busca refletir sobre uma experiência na mobilização contra a desnutrição e a mortalidade infantil no Brasil: a Pastoral da Criança. Atuando há 17 anos no país, com mais de 130 mil voluntários que atendem 1,3 milhões de crianças, a Pastoral da Criança converteu-se no maior movimento comunitário de saúde do mundo e, seguramente, um dos mais bem sucedidos. Trata-se ainda de uma mudança bem sucedida na forma tradicional de Divulgação Científica em uma situação específica: a Educação para Saúde materno-infantil. Para garantir seus resultados, a Pastoral implantou uma Política paradigmática em termos de assessoria de comunicação e mobilização. Tal Política se realiza em três níveis: comunicação de massa, macro e micro. Os *Editores* (coordenadores e assessores técnicos) produzem a maioria das mensagens veiculadas *na* ou *pela* Pastoral, enquanto os *Reeditores* (coordenadores, profissionais de saúde, educação e imprensa – entre outros) repercutem e dão sentido às mensagens. Há um permanente esforço para criar e veicular um imaginário comum e garantir a coletivização, além de orientar sobre *as ações* e *o sentido das ações* desenvolvidas. Cerca de 100 profissionais voluntários, a Rede de Comunicadores Solidários à Infância, ajudam a elaborar e implantar tal Política.

---

\* Universidade Federal de Mato Grosso do Sul.

## Introdução

Os recentes avanços científicos e tecnológicos tornaram ainda mais urgente a necessidade da Divulgação Científica, não apenas por fatores educacionais, mas também por razões sócio-econômicas. O interesse pelo tema gerou a reflexão sobre as formas tradicionais em que se realizava tal divulgação – tendo em vista seus parcos resultados – e, a partir daí, novas alternativas. Um dos resultados dessa revisão é a proposta da Comunicação Pública da Ciência (CPC), descrita por Pierre Fayard (1991, 1995), que consistiria em um processo relacional, com nova abordagem de conteúdos e públicos, utilizando como motor a curiosidade e a capacidade dos vários atores envolvidos.

Inspirando-se nos movimentos de guerras, Fayard aponta o uso de estratégias indiretas como o caminho natural para alcançar os objetivos previstos num projeto de CPC. Esse tipo de estratégia exige, por exemplo, que o «ator principal» esteja invisível e que utilize a energia dos demais atores, buscando assim assegurar-se de um resultado final de soma positiva para todos, a partir da colaboração de várias parcerias. Para isso, o uso de vários recursos de comunicação é fundamental. É preciso também buscar a liberdade de ação, propondo alternativas e resultados e não apenas reagindo aos vários acontecimentos. Para se conseguir tal liberdade, é essencial ter informação retrospectiva para transformá-la em informações prospectivas. Busca-se, pois, mecanismos para transformar ruídos ou signos fracos em dados consistentes.

Para desencadear um processo de CPC, exige-se o uso de estratégias diferenciadas, de linguagens e veículos específicos para cada público. É necessário um *mediador profissional*, segundo Fayard: aquele que desempenha um importante papel nas modernas formas de popularização da ciência, que conhece e sabe lidar com as lógicas dos cientistas, das instituições, dos vários segmentos envolvidos e do público em geral.

Como a construção do novo não se faz de forma isolada, em muitos casos é natural pensar na mobilização social e nos caminhos e instrumentos necessários para alcançá-la – considerando-se as características e peculiaridades da sociedade contemporânea. Participar ou não de uma mobilização é uma escolha, uma decisão individual. Segundo Toro (1997), esta decisão depende, essencialmente, do facto de as pessoas se verem ou não como responsáveis e como capazes de produzir e construir mudanças. Depende, ainda, na nossa percepção, da qualidade do trabalho de comunicação desenvolvido para estimular e assegurar a mobilização.

Esse trabalho trata de identificar os elementos da CPC e mobilização social na Pastoral da Criança, um caso particular de Educação para a Saúde, cujo objetivo é divulgar fundamentos básicos da ciência e cidadania que garantam o bem-estar da população materno-infantil. As campanhas

tradicionais, nesse caso, esbarram nas linguagens técnicas, nas resistências culturais ou na simples falta de empatia com a questão. Além disso, nos países menos desenvolvidos, a falta de saúde da população é resultado de fatores complexos e somente as campanhas oficiais não resolvem o problema. Porém, utilizando os princípios da CPC, um processo de mobilização social pode ter resultados mais efetivos que, inclusive, se estendam às políticas públicas. Provavelmente, talvez essa seja uma das explicações para o sucesso da Pastoral da Criança que logrou criar um grande fluxo de informações, com economia de recursos e otimização de resultados. É a história de uma mobilização social no Brasil que já dura há 17 anos e segue um ritmo crescente de adesão de voluntários, número de crianças e mães atendidas, com drástica redução do índice de mortalidade infantil nas áreas onde atua.

Para atingir seus objetivos, a Pastoral da Criança otimizou informações científicas já disponíveis, tornando-as acessíveis aos reeditores que tinham, também, o poder de torná-las efetivas. Fazendo circular essas informações nos distintos níveis de comunicação, gerou conhecimentos, criou novos hábitos. Através de um imaginário comum e da coletivização das ações, envolveu novos atores e estimulou a criatividade, nos projetos relacionados à saúde materno-infantil. O resultado foi um processo de participação e comunicação com mais de 130 mil voluntários e que converge para a construção de políticas públicas de interesse da população.

Com resultados tão relevantes, obtidos ao custo de 0,80 centavos de real por criança/ano, a Pastoral da Criança consolidou-se como exemplo de mobilização e, também, por sua política de comunicação. De forma reveladora, a Rede Globo de Televisão – principal empresa do maior conglomerado de comunicação do país – tornou-se uma de suas grandes parceiras. Além dela, outros setores da comunicação, como emissoras de rádio e provedores de Internet, renderam-se ao poder convocatório da Pastoral e agilizam ainda mais esse processo. Para compreender as razões de seu sucesso e repercussão, essa pesquisa debruçou-se sobre os materiais produzidos, observou os processos de formação e capacitação em vários níveis e realizou entrevistas com alguns dos seus principais editores. Analisar as características dessa mobilização, e especialmente os elementos de comunicação que garantem seu sucesso, é um desafio acadêmico e uma exigência como cidadã.

## **I. O QUE É A PASTORAL DA CRIANÇA**

A Pastoral da Criança é um Organismo de Ação Social da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) que forma uma rede com mais de 130 mil voluntários, capacitados no combate à desnutrição e mortalidade infantil e na busca da qualidade de vida para as crianças e famílias, e que

atuam nas áreas mais carentes. A Pastoral está presente hoje em 3.105 municípios de todos os estados brasileiros. No primeiro trimestre de 1999, foram acompanhadas 1.387.270 crianças menores de seis anos de idade e 67 mil gestantes.

O trabalho básico da Pastoral da Criança é realizado por 112.375 líderes comunitários que acompanham, em média, 10 famílias cada. A grande maioria destas lideranças, cerca de 90%, é composta por mulheres, da própria comunidade, capacitadas em técnicas acessíveis de ações básicas de saúde, na identificação dos sinais de desnutrição, alimentação enriquecida e noções de educação e cidadania. Através de visitas regulares, estas líderes pesam e medem as crianças, fazendo uma avaliação sobre a sua saúde naquele período. Nesse e noutros encontros organizados na comunidade, as líderes ensinam às mães os cuidados essenciais que devem ser tomados para garantir o desenvolvimento integral da criança, estimulam o aleitamento materno, o controle das doenças respiratórias, o uso do soro caseiro, entre outros.

Após o encontro mensal com as famílias que acompanha, a líder preenche um formulário, a *Folha de Acompanhamento e Avaliação Mensal das Ações Básicas de Saúde e Educação na Comunidade* (FAB), com dados sobre cada criança ou gestante atendida. Os formulários de cada comunidade são reunidos por Estado e, depois, enviados à sede da entidade em Curitiba (Paraná) onde, já somados e analisados, se transformam em uma informação de grande valor – como veremos adiante.

## 1. Alguns números

A mortalidade infantil nas áreas onde atua a Pastoral da Criança é inferior a 21,4 óbitos no primeiro ano de vida para cada mil nascidos, contra uma média nacional superior a 35 mortes por mil nascidos nessa mesma faixa etária (os números da Unicef referentes a 1997 indicam que a mortalidade infantil no Brasil foi de 37 mortes por mil). Essa taxa cai para 13,7 óbitos nas crianças acompanhadas pela Pastoral da Criança desde o seu nascimento, justamente em bolsões de pobreza, onde a mortalidade infantil é quase o dobro da média nacional.

Outras conquistas são: a) redução da desnutrição a 8% entre as 1,3 milhões de crianças acompanhadas em todo o Brasil, contra uma média em torno de 16%; b) das mais de 940 mil famílias acompanhadas, não há nenhuma criança nas ruas.

A verba da Pastoral da Criança, em 1997, foi de R\$ 10.585.767,32, subsídios provenientes do Ministério da Saúde (responsável pela maior parte), do Programa Criança Esperança da Rede Globo/Unicef, Fundação Banco do Brasil e outras entidades nacionais e internacionais. Uma fonte

de apoio que cresce a cada dia é a Associação Nacional dos Amigos da Pastoral da Criança, a Anapac, formada por empresários que colaboram de diversas formas.

## 2. História e funcionamento

A Pastoral da Criança nasceu no Brasil, em 1983, e hoje está presente em diversos países latino-americanos. Em 1997, por indicação da Unicef, foi introduzida em Angola e Guiné-Bissau. Entre os prêmios nacionais e internacionais recebidos, destacam-se o da Unicef que, em 1991, escolheu a Pastoral da Criança como melhor serviço de saúde e nutrição comunitária do mundo. Em 1992, recebeu o Prêmio dos Direitos Humanos da República Francesa, «Liberté-Egalité-Fraternité», de prevenção da violência infantil. Em 1997, recebeu o prêmio Bem Eficiente, concedido pela Fundação Kanitz às entidades sem fins lucrativos que se destacam em suas atividades pela excelência em administração, transparência e pelo impacto social de sua atuação.

Para a coordenação de suas atividades, a Pastoral da Criança mantém uma sede em Curitiba, onde trabalham 39 pessoas, entre funcionários, assessores técnicos e estagiários, e um escritório em Brasília, com 11 pessoas. Uma infra-estrutura totalmente informatizada garante o acompanhamento e o apoio às atividades desenvolvidas.

## II. NOVAS ESTRATÉGIAS PARA OTIMIZAR A INFORMAÇÃO

A ciência já produziu um vasto conhecimento que garante a saúde materno-infantil. As informações sobre esse tema já foram divulgadas a vários níveis: entre os próprios científicos, para o pessoal de saúde e à população em geral. No entanto, os altos índices de mortalidade infantil registrados nas regiões mais pobres demonstram que o problema não foi solucionado. A principal causa, seguramente, é a de que a saúde materno-infantil depende de vários outros fatores. Não existe *per si*, mas é um reflexo da qualidade de vida de uma região ou país, ou seja, depende das condições socio-político-econômicas do entorno. Porém, esperar as mudanças nas condições externas para que ocorra o incremento da qualidade de vida pode ser desastroso.

Resta então reverter as formas clássicas de veicular essa informação: as campanhas publicitárias ou as ações técnicas dirigidas para o público em geral. Ainda prevalecem, nesse campo, as estratégias de Divulgação Científica onde, com ênfase no conteúdo, *quem sabe ensina a quem não sabe* (Fayard, 1994, 1996). Porém, em áreas como meio ambiente e saúde, não é

suficiente apenas a difusão dos conhecimentos. Não basta conhecer, é preciso que o conhecimento desperte novas atitudes. É preciso, pois, mudança de estratégias de atuação. Se a pura Divulgação Científica não alcança os resultados, é necessário avançar. Nesse sentido, Pierre Fayard propõe a Comunicação Pública da Ciência cuja estratégia seria estabelecer uma relação entre os diversos atores, sendo o conteúdo definido a partir da identificação das curiosidades e das necessidades dos usuários. Ou seja, é a partir da perspectiva do receptor que se inicia o processo de comunicação. Essa percepção exige um conhecimento profundo do receptor se quisermos garantir o *feedback* desejado.

Para a Comunicação Pública da C&T, ao tornar compreensíveis os fatos e a realidade, possibilita-se a ação e a transformação do mundo. Para alcançar tal objetivo, é fundamental investir nos processos, nas vivências pessoais e comunitárias, na cultura. Exigem-se novas posturas<sup>1</sup>.

Parece-nos que foi esse o caminho escolhido pela Pastoral da Criança. A organização optou por abandonar a explicação de dados especializados, com a atitude pseudo-didática tão cara aos comunicadores ou técnicos da área de saúde, e recorrer, por exemplo, aos conteúdos afetivos, mais comunicativos do que a pura conceituação, buscando equilibrar o mundo das noções sobre saúde com o mundo das vivências (Medina, 1998: 236). Optou pela inserção das informações nas experiências e vivências do cotidiano, do bairro. E logrou a transformação do político em doméstico, e vice versa, e a construção das pequenas utopias (Barbero, 1997 e Mafesoli, 1997).

Para mudar o tratamento da informação sobre saúde, foi preciso inseri-la em um amplo processo de comunicação<sup>2</sup>. Era necessário transfor-

---

<sup>1</sup> As propostas da Comunicação Pública da C&T guardam grandes coincidências com as reflexões teóricas construídas na América Latina, a partir da década de 60, por autores como Juan Díaz Bordenave, Mário Kaplun e Paulo Freire, geralmente conhecidas como Comunicação ou Educação Popular ou Dialógica. Curiosamente, a discussão sobre as transferências de tecnologias dos países desenvolvidos para os subdesenvolvidos, com o objetivo de «levar» o progresso para a América Latina, foi uma das principais razões para o nascimento dessas reflexões e propostas. Além dessa, há outras semelhanças entre a Comunicação Dialógica e a Comunicação Pública da Ciência. Por exemplo, alguns termos e idéias como a distinção entre uma educação/comunicação centrada no conteúdo, com ênfase no emissor, e a educação/comunicação centrada no processo, com ênfase no receptor, nas suas vivências e demandas. Ver, por exemplo, *Comunicação ou Extensão*, de Paulo Freire; *El Comunicador Popular*, de Mário Kaplun, ou mesmo Bordenave, em um texto de 1997, tratando justamente sobre os problemas de comunicação na transferência de tecnologia.

<sup>2</sup> Utilizamos aqui o conceito de comunicação na perspectiva proposta por Alfonso, 1996: 36: «*processo que relaciona comunidades, sociedades intermediárias, goves e cidadãos na participação e tomada de decisões conjuntas ante os estímulos e fatores que, de maneira permanente, apresentam a esses seus ambientes sócio-econômicos (...) mas implica, além disso, uma forma de transversalidade social e interação dinâmica, em uma rede de relações de pessoas e grupos onde medeiam e intervêm outros elementos, espaços, fatores, mecanismos, conteúdos e instituições que concorrem em diversas formas nas manifestações de comunicação.*».

mar informação<sup>3</sup> em conhecimento, o conhecimento em ação e a ação em políticas. Para isso, foi necessário mais do que uma opção retórica, uma política clara e que pode ser comprovada na aplicação dos recursos financeiros da entidade. A maior parte desses recursos dirige-se aos materiais comunicativos/educativos, como veremos adiante. Buscamos, em seguida, refazer e interpretar os passos da construção desse processo de comunicação.

### III. IDENTIFICANDO OS PASSOS DA MOBILIZAÇÃO

Definido o objetivo de garantir a saúde materno-infantil, considerou-se que ela envolve diversas variáveis e atores. A estratégia utilizada pela Pastoral da Criança é a de provocar a mobilização desses diversos atores. Portanto, primeiro, é necessário identificá-los. De uma forma dinâmica, essa identificação e a própria mobilização crescem à medida que se acelera o fluxo de comunicação. Uma política clara garantiu a unidade do trabalho. O anexo 1 reproduz a relação entre os atores envolvidos.

Como são muitas as variáveis que interferem na saúde materno-infantil, é preciso utilizar distintos argumentos para convocar os atores. É necessário, além disso, transformá-los em reeditores. De acordo com Bernardo Toro (1996,1997) em seus estudos sobre mobilização social<sup>4</sup>, os reeditores são pessoas com algum tipo de liderança, nas áreas onde atuam. Um padre, um pastor, uma enfermeira, um político, uma cabeleireira ou um jornalista são exemplos de reeditores. Com suas opiniões e atitudes, eles introduzem novas práticas culturais, mudanças de valores.

Para que eles dêem o sentido exato às mensagens, façam boa repercussão e provoquem tais mudanças, esses reeditores precisam estar capacitados e bem informados sobre sua tarefa na mobilização. Para a Pastoral da Criança, é importante, também, que cada reeditor atue dentro de seu papel social – isto é, o enfermeiro participa como enfermeiro, o comunicador participa como comunicador. Isso garante melhores resultados, já que o reeditor não precisa sair de seu universo de atuação nem despender grandes esforços para participar. Como também prevêm as propostas de Fayard

---

<sup>3</sup> Utilizamos o termo informação genericamente, para nos referirmos ao conjunto de conhecimentos relacionados com a saúde materno-infantil. Esses conhecimentos vão desde os níveis básicos, como importância do aleitamento materno, até níveis complexos, como gestão de políticas de saúde.

<sup>4</sup> Segundo Bernardo Toro, «*mobilizar é convocar vontades para atuar na busca de um propósito comum, sob uma interpretação e um sentido também compartilhado*» (1997:11). Participar ou não de uma mobilização, ainda segundo Toro, é uma escolha, uma decisão individual. Essa decisão depende, essencialmente, das pessoas se verem ou não como capazes de produzir e construir mudanças.

para comunicação estratégica, busca-se aqui atuar em vários terrenos de argumentação, pois são distintas as motivações dos vários atores. Alguns desses terrenos:

- *peçoal/auto-estima*: atinge principalmente as líderes, pessoas de baixa formação que, estimuladas a desempenhar um papel na comunidade, passam por um processo de capacitação e, frequentemente, ampliam seu poder de atuação em outros campos;
- *comunitário/cultural*: resgata valores tradicionais da comunidade, como o a solidariedade e o folclore;
- *místico*: embora tenha sido criada a partir de um organismo religioso, a Pastoral da Criança insiste, de forma explícita, em sua «dimensão mística» – o que sem dúvida lhe confere um caráter ecumênico e com menos possibilidades de enfrentamentos anti-religiosos. A mística da Pastoral é expressa em seu lema, *Para que todas as crianças tenham vida*, e sempre é renovada nas reuniões, treinamentos como uma inspiração para o trabalho.
- *socio-econômico*: atinge principalmente os líderes e famílias atendidas que, a partir das aplicações dos cuidados básicos, se envolvem em outros projetos, como alfabetização e geração de renda – que se revertem em uma melhor qualidade de vida;
- *profissional*: identificando atores/reeditores em potencial nos campos específicos, como meios de comunicação, área de saúde ou educação, a Pastoral lhes oferece material de apoio e oportunidades de capacitação;
- *político*: em um sentido geral, alcança a todos os atores/editores, estimulando-os e orientando-os sobre como participar de uma forma mais comprometida na sociedade; num sentido mais estrito, oferece elementos concretos para a formulação de projetos na área de saúde aos políticos em geral.

É preciso, portanto, atingir um público amplo e diversificado de atores: líderes civis, políticos e religiosos; organizações como o Ministério da Saúde, Congresso e Câmaras Municipais; entidades ligadas à saúde infantil como a Unicef e profissionais de imprensa. Porém, como nos alerta Toro, uma primeira dificuldade da mobilização social hoje é que os novos sentidos de identidade se fazem muito mais por interesses que por territórios. Trata-se, pois, de mobilizar pessoas desterritorializadas. Para uni-las, é preciso buscar um imaginário comum, que é a explicitação do propósito. O imaginário não é um slogan ou uma campanha publicitária, ainda que esses sejam importantes para sua divulgação. A diferença é que o imaginário constitui-se numa referência, um objetivo que se quer alcançar, um horizonte, um sonho que faz pessoas de diferentes partes compartilharem o mesmo projeto.



Assim, o imaginário deve ser algo que nos remete à utopia, mas ao mesmo tempo deve ser concreto o suficiente para indicar um caminho.

Outro ponto fundamental, ainda segundo Toro, é provocar a coletivização. Isto é, todos os que participam da mobilização devem saber o que fazer e ter certeza de que a mesma ação está sendo realizada também por outras pessoas, pelas mesmas razões. E que cada ação individual, aparentemente pequena, carregue um sentido muito maior. São esses, segundo Toro, os principais desafios dos comunicadores profissionais empenhados em um processo de mobilização social: identificar e instrumentalizar reeditores, construir e divulgar imaginários e gerar processos de coletivização.

#### IV. COMUNICAÇÃO NA MOBILIZAÇÃO: O CONTEÚDO E O SENTIDO DO CONTEÚDO

Para a Pastoral da Criança, todos os atores envolvidos na mobilização *fazem comunicação*, embora não trabalhem necessariamente na produção. O mais importante é que a informação chegue corretamente aos reeditores que, de fato, fazem a mobilização acontecer. Isso exige investimento nos três níveis de Comunicação, de massa, macro e micro, com veículos distintos, conteúdos e sentidos específicos<sup>5</sup>. A saber:

##### 1. Comunicação de Massa

*Conteúdo*: notícias das ações e resultados da Pastoral da Criança. Há uma orientação muito clara de que os depoimentos e informações sejam dados, tanto quanto possível, por líderes da base (e não por coordenadores ou técnicos especializados).

*Sentido do Conteúdo*: dar legitimidade social, visibilidade à Pastoral da Criança, não apenas para a sociedade, mas para os seus próprios membros. Ela tem, ainda, o sentido de sensibilizar e mobilizar a população para as questões da infância e adolescência, propor uma agenda social. Nesse nível, portanto, o importante é seduzir. Por isso, o conteúdo não é prioritário (não precisa ser exato, exaustivo). O importante é que as mensagens da Pastoral

---

<sup>5</sup> A diferenciação entre o conteúdo e o sentido do conteúdo, ou entre a ação e o sentido da ação é permanente na Pastoral da Criança. Podemos encontrar referências a essa diferenciação em Toro, mas também em Mafesoli que, ao apontar a «trágica eflorescência da forma» em nossos dias, lembra que quando as agências de comunicação conseguem fazer visível a força invisível de qualquer produto, idéia, empresa ou campanha, elas conseguem ser aceitas. É preciso, diz o autor, «epifanizar as aparências» (1997, p. 147).

passem a povoar o imaginário coletivo. No caso da Pastoral, o imaginário está explícito em seu lema: *Para que todas as crianças tenham vida*. Principais instrumentos da comunicação de massa:

1.1. A imprensa em geral. Para isso, além de uma assessoria de imprensa permanente na coordenação, a Pastoral da Criança conta com o apoio da Rede de Comunicadores Solidários à Criança, formada por mais de 200 jornalistas e radialistas em todo o País. Eles atuam voluntariamente como assessores de imprensa, produtores dos programas de rádio e capacitadores na área. Pelo seu grande alcance, o rádio é tratado de forma particular.

1.2. O programa radiofônico semanal *Viva a Vida*, produzido pela Pastoral, é gravado em duas versões: uma com o sotaque do Sul e outra com linguagem mais apropriada para as regiões Norte e Nordeste. Distribuído às coordenações estaduais e locais através de fitas cassetes, o programa é transmitido gratuitamente em 1.010 emissoras brasileiras, integralmente ou apenas trechos que são incluídos no programa local de Pastoral da Criança, ou produções próprias da emissora. O programa *Viva a Vida* atinge a massa, funciona também como uma mídia institucional que divulga a instituição e reforça sua identidade no cenário da sociedade civil. No nível macro, atinge as líderes e as famílias com orientações.

## 2. Macro comunicação

*Conteúdo*: específicos, já que se dirigem a públicos homogêneos, são veiculados principalmente nas reuniões com lideranças internas ou externas, nos encontros com os parceiros, nos treinamentos e nas manifestações.

*Sentido da mensagem*: promover a mobilização, a parceria, o compromisso. Nesse nível, há um ênfase maior no conteúdo, mas não chega ser exaustivo já que, assumidos os compromissos, os contatos pessoais e um amplo material educativo providenciarão as informações exatas. Aqui acontece uma comunicação dirigida para reeditores que atuam dentro e fora da Pastoral. Principais instrumentos da macro comunicação:

2.1. Relatório *Situação de Abrangência*. As informações sobre a saúde de cada criança, colhidas durante a visita da líder, são anotadas na *Folha de Acompanhamento e Avaliação mensal das Ações Básicas de Saúde e Educação na Comunidade* (FAB). Essas Folhas, contendo dados sobre peso, diarreia, vacinação, aleitamento materno, entre outros, são reunidas pelas coordenações setoriais e encaminhadas para Curitiba. Ali, os dados são sistematizados em um relatório final, de dimensão nacional, denominado *Situação de Abrangência*, divulgado a cada trimestre. Graças à sua confiabilidade,

abrangência e atualidade, esse relatório constitui-se, hoje, no mais ágil retrato da saúde-materno infantil do Brasil. Constitui-se, ainda, na mais poderosa mídia institucional da Pastoral da Criança, pois inclui não apenas dados sobre a organização (números de comunidades, gestantes e crianças acompanhadas, alunos freqüentando os cursos de alfabetização, etc.), mas os resultados efetivos de seu trabalho.

2.2. Todas as informações produzidas pela Pastoral da Criança (e outros dados ligados à questão da infância e adolescência, como legislações e entidades de interesse) estão disponíveis na *Rede Brasileira de Informação e Documentação sobre a Infância e Adolescência, Rebidia*. Ela é uma rede especializada na capacitação para o uso da informação como instrumento da melhoria da qualidade de vida da infância e adolescência. Um de seus principais canais de acesso é a Internet no endereço [www.rebidia.org.br](http://www.rebidia.org.br).

2.3. Para esse nível, a Assessoria de Comunicação, além do programa radiofônico, publica o *Jornal da Pastoral da Criança*, bimestral e com tiragem de 160 mil exemplares, dirigido às lideranças, coordenações e amigos da Pastoral. O objetivo do jornal é socializar as experiências das comunidades (o que garante os sentidos de coletivização do trabalho e de sua dimensão, orientações e notícias de interesse). Uma sondagem recente revelou que a parte mais lida do jornal é a das notas enviadas pelas comunidades. Desperta também grande interesse a coluna *Falando com você*, assinada pela Dr.<sup>a</sup> Zilda Arns Neumann, coordenadora nacional da entidade. A coluna, escrita na primeira pessoa em uma linguagem afetiva, traz uma mensagem de estímulo para as líderes.

2.4. Além disso, a Assessoria elabora e/ou coordena a produção dos materiais institucionais, educativos e didáticos utilizados pelos assessores, coordenadores e líderes comunitários. Os vídeos produzidos pela Pastoral da Criança desempenham um papel motivador nas reuniões regulares e também nos processos de capacitação. Alguns de seus temas: violência doméstica, Aids, ações básicas de saúde, cuidados essenciais, etc.

### **3. Micro comunicação ou comunicação pessoal**

Conteúdo: orientações específicas sobre cuidados básicos, sobre realização ou coordenação de um trabalho e na definição de alguma estratégia de trabalho. Acontece no encontro entre a líder e a mãe de família, a líder e sua coordenadora, o assessor da Pastoral e alguma autoridade civil ou política, ou ainda nas pequenas reuniões.

Sentido do conteúdo: Nesse nível, o sentido da mensagem é a própria ação, a orientação da líder, os cuidados básicos tomados pela mãe. Aqui, os

conteúdos das mensagens precisam ser exatos, para garantir que a ação tenha os resultados esperados.

Quase não há veículos intermediando os pólos dessa comunicação. Por isso, busca-se preparar e acompanhar as líderes, coordenadores e assessores, para que realizem bem o seu trabalho. Essa capacitação é feita nas reuniões, treinamentos e reciclagem, em áreas tão distintas como Ações Básicas de Saúde, Alimentação Enriquecida e Projetos de Geração de Renda. Para que esses momentos sejam otimizados, são oferecidos cursos de Comunicação Grupal e Pessoal, Técnicas de Oratória, Recursos Audiovisuais, entre outros. Cursos como Produção Radiofônica e Atendimento à Imprensa também são ministrados aos coordenadores e assessores.

Embora todos os níveis sejam considerados igualmente importantes, a Pastoral da Criança compreende que a essência do trabalho é o contato pessoal, que ocorre quando a líder visita a família – um momento de Comunicação Pessoal. Para garantir os resultados esperados desse encontro, são desenvolvidas as demais ações e projetos. A idéia básica é que as informações, quando bem utilizadas, representam uma importante ferramenta de mudança pessoal e mobilização social. É nesse sentido que todos os esforços são feitos. O anexo 2 propõe um modelo para o fluxo de informações que acontecem na Pastoral da Criança. Acaba sendo difícil analisar o processo de comunicação de forma separada, já que ele se estabelece com o objetivo de garantir a mobilização que só se realiza, como vimos, pela circulação, apropriação, otimização da informação.

## **V. CARACTERÍSTICAS DO PROCESSO DE MOBILIZAÇÃO/COMUNICAÇÃO**

### **1. Orientação concreta/coletivização**

Ao promover a mobilização, a Comunicação estimula um compromisso pessoal com ações concretas. Cada novo membro (seja líder comunitário, comunicador ou empresário) sabe exatamente o papel que deve desempenhar na mobilização e conhece o sentido desse papel. Assim, ele sente-se amparado e estimulado a desenvolver seu trabalho. Compreende que sua pequena tarefa é importante. É a «epifanização das aparências», da qual nos fala Mafesoli: para estar permanentemente mobilizado, o líder deve compreender que ele não está pesando apenas 10 crianças, mas 1,3 milhão de crianças do Brasil. Deve acreditar que sua ação, de fato, está ajudando a diminuir a mortalidade infantil no País. Embora o gesto seja aparentemente pequeno, o sentido do gesto é grande. Essa «epifanização» também é incentivada entre os outros atores.

## 2. Participação e autonomia

A prática é incentivar a participação com autonomia: seja nos programas de rádio, no jornal, na Rede de Comunicadores, nos conselhos de saúde ou da criança e adolescente dos municípios ou estados – sempre com o mínimo de centralização, burocratização ou desgaste. Com seu objetivo claro, a Pastoral estimula a liberdade de ação e a criatividade de todos os integrados na mobilização. O trabalho básico é a visita às famílias, mas as experiências e necessidades das pessoas envolvidas desencadeiam novas propostas. Um exemplo foram os cursos de alfabetização – criados inicialmente para que as líderes pudessem ler o *Guia da Líder* e logo fazer suas anotações – hoje um projeto estruturado. A *Folha de Acompanhamento Básico* também foi criada a partir das sugestões das líderes que precisavam de um suporte físico para anotar as informações recolhidas. Vale recorrer aos fantoches, aos festivais de música, murais, feiras, festas típicas e parcerias com os governos e instituições, na busca de melhores resultados. O importante é que mais famílias tenham acesso aos cuidados essenciais, às práticas que garantam a saúde das crianças. Como consequência dessa autonomia e criatividade, a Pastoral da Criança sempre «tem a cara» da comunidade onde está inserida, mas ao mesmo tempo compartilha os mesmos objetivos e uma metodologia básica de trabalho.

## 3. Capacitação e acompanhamento

Para veicular as informações e integrar e capacitar voluntários nessa grande mobilização, recorre-se ao efeito cascata, para atingir todos os âmbitos e níveis. Nos diversos temas – comunicação, cuidados básicos, alimentação ou políticas públicas – assessores nacionais especializados capacitam os estaduais, que capacitam os diocesanos, que capacitam os paroquiais que capacitam as comunidades<sup>6</sup>. Por ano são realizados mais de 40 mil cursos em todo o Brasil. Mais da metade da verba da Pastoral da Criança é revertida para capacitação e acompanhamento das líderes.

## 4. Profissionalismo

Mesmo quando se trata de ações voluntárias, elas caracterizam-se pelo profissionalismo. Para alcançar esse profissionalismo, recorre-se aos itens citados anteriormente, como capacitação, acompanhamento e *feedback*.

---

<sup>6</sup> A Pastoral utiliza a estrutura da Igreja Católica (diocese, paróquia, comunidade) para sua organização.

Além disso, como a convocação estimula o reeditor a atuar em seu campo de ação, a participação voluntária de profissionais das áreas relacionadas com a saúde materno-infantil amplia o terreno dos argumentos: no posto de saúde, o médico ou enfermeira reforçam as orientações da líder, assim como a professora ou padre, em suas atuações respectivas. Além disso, ganha-se apoio técnico, além de maior legitimidade social (os «profissionais» também apoiam o trabalho).

## 5. Gerenciamento e transparência das informações

Uma dificuldade dos movimentos sociais é estabelecer relações claras de custos/benefícios. Nesse sentido, a Pastoral da Criança reconhece que o gerenciamento constante de suas ações, dos investimentos e resultados obtidos é uma grande alavanca para legitimar seu trabalho e garantir melhores políticas públicas. Para isso, as informações sobre as ações desenvolvidas, seus custos/benefícios, estão sempre organizadas e disponibilizadas. Esse tipo de gerenciamento garantiu, por exemplo, a parceria com a Rede Globo no projeto Criança Esperança e o prêmio Bem Eficiente, em 1997. Além disso, provoca uma grande empatia para a mobilização, que se reflete na audiência dos programas de rádio, no jornal, nas reuniões. O relatório *Situação de Abrangência* também é instrumento de pressão de grande impacto junto à imprensa e ao meio político.

## 6. Feedback

Esse tipo de gerenciamento possibilita um feedback constante para os participantes, as coordenações, líderes, agências financiadoras e para a própria sociedade. Ele ocorre de várias formas. Para as líderes e coordenadoras, existem cartas e também os relatórios periódicos. A partir de 1999, cada uma das 17 mil comunidades recebe, anualmente, uma carta nos mesmos moldes. Para os agentes financiadores, entidades e lideranças que dão apoio, também existem relatórios com os resultados obtidos.

Ao final de cada trimestre, as coordenações locais recebem, da coordenação nacional, uma carta com os resultados do trabalho feito, naquele período, pela equipe da paróquia (que reúne, em média, seis comunidades). A carta traz orientações (tipo: *preste atenção, há um aumento de diarreia em sua comunidade*) ou reforço (*parabéns, você atingiu sua meta!*) e gera um vínculo direto entre cada paróquia e a coordenação nacional. Esse *feedback* constante e praticamente pessoal estimula, dá reconhecimento e sentido ao trabalho desenvolvido. Somado ao incentivo da participação criativa, é um

mecanismo fundamental para a continuidade do trabalho. Eleva a auto-estima das pessoas, ajudando na transformação do indivíduo anônimo e impotente em um sujeito participante, que exercita sua cidadania de uma forma crítica e conseqüente. Por isso, os membros da Pastoral da Criança freqüentemente crescem em termos socioculturais e mesmo econômicos. Esse processo atinge também as famílias atendidas, ampliando, dessa forma, os resultados do trabalho desenvolvido.

Outros instrumentos de feedback são as reuniões, o jornal e relatórios com os resultados dos diferentes projetos. Uma nova forma de *feedback*, num sentido mais amplo, são os treinamentos de capacitação, além de outros projetos complementares, como Alfabetização e Geração de Renda, que têm nas líderes e coordenadores seus principais públicos.

## VI. COMENTÁRIOS

A forma de organização e atuação da Pastoral da Criança parece coincidir na maioria de seus aspectos com as propostas para mobilização social feitas por Bernardo Toro. Resta-nos, porém, comentar que outros princípios da Comunicação Pública da Ciência estariam presentes nesse ativo programa de Comunicação para a Saúde e justificar as razões de seu sucesso. Algumas pistas nesse sentido foram dadas ao longo do texto, porém recorreremos aqui, de forma breve, a alguns dos elementos propostos por Fayard para a CPC e que, segundo nosso estudo, podem ser detectados na Pastoral da Criança. Parece claro o uso da estratégia indireta, com a utilização da potencialidade de vários atores, sendo o ator principal (a coordenação, nesse caso) praticamente invisível. Nesse caso, trata-se de uma relação de cooperação, um jogo cuja soma é positiva – pelas razões expostas anteriormente.

Nas várias dimensões de atuação, prevalece uma grande liberdade de ação – tão fundamental ao pensamento estratégico: por dispor de dados recentes sobre a situação da saúde materno-infantil, justamente nas áreas mais críticas do País, a Pastoral, freqüentemente antecipa-se ao próprio governo, denunciando e fazendo propostas. Prova disso é que os meios políticos e de saúde consideram o relatório *Situação de Abrangência* como um sistema de alerta. Em outro sentido, a liberdade de ação dos vários atores permite uma maior inserção cultural da Pastoral, em distintos campos de atuação, trabalhando, a partir das práticas cotidianas, curiosidades e necessidades das diversas comunidades – exatamente como propõe a CPC. É lícito pensar que, também nas famílias atendidas pela Pastoral, cresce a

liberdade de ação. Com novas informações e conhecimentos, essas famílias rompem o ciclo vicioso de esperar que o «destino» e «as autoridades» decidam seu futuro e tornam-se cada vez mais sujeitos de sua própria história.

Se a inclusão de um pensamento estratégico inclui uma melhor utilização da informação, cremos que está claro que isso ocorre na Pastoral. Há um esforço constante em passar dos ruídos ou signos fracos à informação. Mais que isso, trata-se de potencializar a informação, transformando-a em capacidades, em ação. Essa «potencialização» ocorre basicamente através de capacitação. E, recorrendo aos vários tipos de argumentação, essas informações podem ser de caráter bastante prático (como amamentar o filho, como evitar a desidratação), ou mais complexas, como as de compreender as legislações de interesse, para propor políticas públicas<sup>7</sup>.

A partir de seu amplo repertório de informações «retrospectivas», a Pastoral elabora informações «prospectivas» e propõe pautas e projetos nos níveis micro, médio e macro. Ainda que múltiplas, essas informações circulam dentro de um fluxo bastante coerente, com grande economia de esforços e de recursos. São 50 pessoas apenas, para assessorar 130 mil voluntários. Para mover e apoiar esse processo, recursos audiovisuais são produzidos, treinamentos e viagens são organizadas e o custo final é irrisório, comparado com outras iniciativas do gênero.

Mesmo renunciando à estratégia direta de Divulgação/Educação para a Saúde, que se apoia basicamente nos grandes veículos de comunicação, sempre à custa de muitos recursos, parece-nos que a Pastoral da Criança conseguiu integrar diversos meios em seu trabalho, sem perder sua opção estratégica. Os bons resultados, nesse caso, devem-se não apenas à multiplicidade e criatividade no uso dos meios (de reuniões à Internet), mas sobretudo a uma visão clara de que papel cada um desempenha nesse processo de Mobilização/Educação para a Saúde.

Em uma sociedade marcada por um grande desenvolvimento técnico-científico que, paradoxalmente, convive com a ignorância e o empobrecimento da maioria, a Pastoral da Criança deve ser analisada e seus elementos positivos podem, com certeza, ser adaptados a outras situações. Se o conhecimento científico ou racional possibilita-nos avançar mais sobre os caminhos da democracia, essa experiência de mobilização pode dar-nos pistas sobre como realizar tal processo. Principalmente, quando se trata de transmitir conhecimentos que gerem novos comportamentos individuais e coletivos.

---

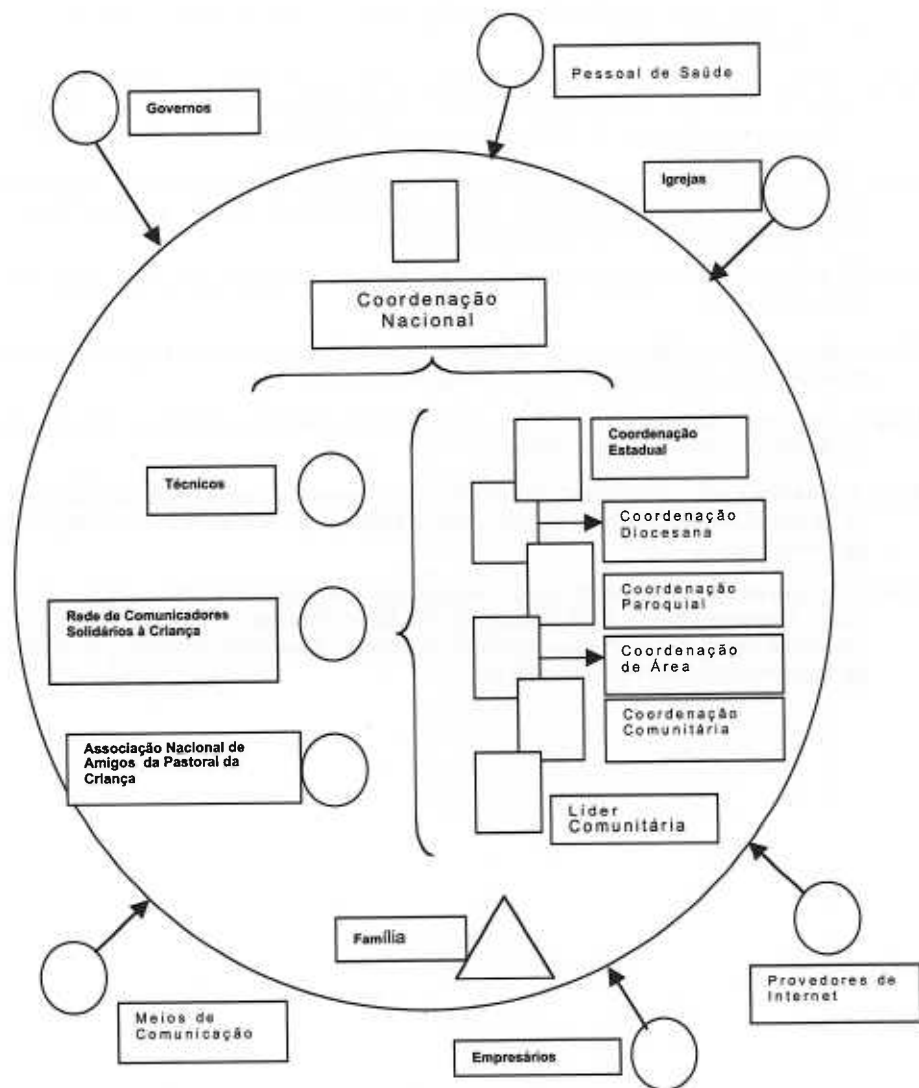
<sup>7</sup> Em praticamente todas as comunidades e estados onde atua a Pastoral, seus líderes participam dos conselhos locais ou estaduais de saúde. Uma das formas de capacitação para essa atividade é justamente através da já citada Rebidia.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- FAYARD, Pierre – *Divulgación y Pensamiento Estratégico*. In: Arbor CXL, 551-552 (nov.-dic. 1991), pp. 27-36.
- FAYARD, Pierre – *El proyecto histórico, político y estratégico de la comunicación pública de la ciencia y de la tecnología*. In: Quark, ciencia, medicina, comunicación y cultura. Barcelona, Pompeo Fabra, 1995.
- FAYARD, Pierre – *Towards the sharing of intelligence – historical dynamic & current trends of public communication of science of technology in Europe*. In: Intercom, Revista Brasileira de Comunicação Social, vol. XIX, n.º 2, São Paulo, Intercom. jan.-jun. 1996, pp. 69-79.
- FAYARD, Pierre – *Making science go, round the public*. In: SCHIELE, Bernar: When Science becomes culture – World survey of scientific culture (proceedings 1) (s/l), University of Ottawa Press, Editions Multimondes (s/d), pp. 357-379.
- MAFESOLI, Michel – *A contemplação do mundo*. Trad. de Francisco F. Settineri. POA: Artes e Ofícios, 1995. 168 p.
- MARTÍN-BARBERO, Jesus – *Dos meios às mediações – Comunicação, Cultura e Hegemonia*. Trad. Ronaldo Polito e Sergio Alcides, Rio, UFRJ, 1997, 360 p.
- MEDINA, Cremilda – *Símbolos e narrativas – rodízio 97 na cobertura jornalística*, São Paulo, Secretaria do Meio Ambiente, 245 p.
- TORO, A. José Bernardo – *Mobilização Social: uma teoria para a universalização da cidadania*. In: MONTEIRO, Tânia Siqueira, Comunicação e Mobilização Social, Brasília, UNB, 1996, pp. 26-40 e 68-73.
- TORO, A. José Bernardo & WERNECK, Nízia – *Mobilização Social: um modo de construir a democracia e a participação*, BSB, Ministério do Meio Ambiente, Recursos Humanos e Amazônia Legal, Secretaria dos Recursos Humanos, Associação Brasileira de Ensino Agrícola Superior, Unicef, 1997, 104 p.

## ANEXO I



## ANEXO II

