

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

ISABELA SERRAGLIO DO NASCIMENTO

**A COMUNICAÇÃO COMO INSTRUMENTO DE MOBILIZAÇÃO SOCIAL: UM
ESTUDO SOBRE A PASTORAL DA CRIANÇA**

CURITIBA

2016

ISABELA SERRAGLIO DO NASCIMENTO

**A COMUNICAÇÃO COMO INSTRUMENTO DE MOBILIZAÇÃO SOCIAL: UM
ESTUDO SOBRE A PASTORAL DA CRIANÇA**

Trabalho apresentado como requisito parcial à obtenção de grau de bacharela em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas no Departamento de Comunicação Social, do Setor de Artes, Comunicação e Design, da Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Profº Dr. Elson Faxina

CURITIBA

2016

“O trabalho social precisa de mobilização das forças. Cada um colabora com aquilo que sabe fazer ou com o que tem para oferecer. Deste modo, fortalece-se o tecido que sustenta a ação, e cada um sente que é uma célula de transformação do país”

Zilda Arns Neumann

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo identificar e analisar o papel da comunicação no processo de mobilização social. Para isto, foi realizada uma análise sobre uma das maiores organizações sociais da atualidade, a Pastoral da Criança. Com mais de 30 anos de existência, a Pastoral da Criança atua em comunidades carentes em prol da saúde, nutrição, cidadania e educação das crianças. O trabalho da organização mobiliza milhares de voluntários em todo o Brasil e impacta a vida de milhões de famílias. A fim de identificar os elementos comunicativos que contribuem para esta mobilização, foram utilizados métodos qualitativos e exploratórios de pesquisa. Assim, foi constatado que para atingir seu propósito, a Pastoral da Criança conta com diversos elementos comunicativos que permeiam todas as suas ações. Dessa forma, a comunicação se desenvolve como instrumento essencial para a mobilização social.

Palavras-chave: Mobilização Social; Cidadania; Pastoral da Criança; Comunicação Popular.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - ORGANOGRAMA DA PASTORAL DA CRIANÇA.....	36
FIGURA 2 - SITUAÇÃO DE ABRANGÊNCIA DA PASTORAL DA CRIANÇA NO BRASIL EM 2014	47

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – GÊNERO DOS VOLUNTÁRIOS – BRASIL	38
GRÁFICO 2 – GÊNERO DOS VOLUNTÁRIOS – SANTA CÂNDIDA	39
GRÁFICO 3 – IDADE – BRASIL	39
GRÁFICO 4 – IDADE – SANTA CÂNDIDA	40
GRÁFICO 5 – ESCOLARIDADE – BRASIL	40
GRÁFICO 6 – ESCOLARIDADE – SANTA CÂNDIDA.....	41

LISTA DE SIGLAS

CEBs - Comunidades Eclesiais de Base

CNBB – Conferência Nacional dos Bispos do Brasil

FABS - Folha de Acompanhamento e Avaliação Mensal das Ações Básicas de Saúde e Educação na Comunidade

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

NOMIC - Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação

ONG – Organização Não Governamental

OSC - Organização Da Sociedade Civil

PC – Pastoral da Criança

PCç – Pastoral da Criança

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 METODOLOGIA	14
3 CIDADANIA E MOBILIZAÇÃO SOCIAL NO BRASIL	17
3.1 CIDADANIA	17
3.2 MOBILIZAÇÃO SOCIAL	20
3.3 TERCEIRO SETOR	22
4 COMUNICAÇÃO NOS MOVIMENTOS SOCIAIS	25
4.1 COMUNICAÇÃO POPULAR	25
4.2 O DESENVOLVIMENTO DA COMUNICAÇÃO POPULAR	26
4.3 RELAÇÕES PÚBLICAS POPULARES	28
5 A PASTORAL DA CRIANÇA	33
5.1 HISTÓRIA	33
5.2 A RELIGIÃO DENTRO DA PASTORAL DA CRIANÇA	35
5.3 A ESTRUTURA ORGANIZACIONAL	35
5.4 PERFIL DOS VOLUNTÁRIOS	37
5.4.1 Gênero	38
5.4.2. Idade	39
5.4.3 Escolaridade	40
5.5 VALORES INSTITUCIONAIS	41
5.6 ATIVIDADES	42
5.6.1 Ações Básicas	43
5.6.2 Ações Complementares	44
5.6.3 Ações Opcionais	44
5.7 RESULTADOS DAS AÇÕES DA PASTORAL DA CRIANÇA	45
5.8 ABRANGÊNCIA E APORTE FINANCEIRO	47
6 ELEMENTOS DE MOBILIZAÇÃO NA PASTORAL DA CRIANÇA	49
6.1 PROPÓSITO	49
6.2 ATORES	51
6.2.1 Produtor Social	51
6.2.2 Reeditor Social	54
6.2.3 Editor	55

6.4 CAMPO DE ATUAÇÃO.....	56
6.5 COLETIVIZAÇÃO	58
6.6 ACOMPANHAMENTO DE RESULTADOS	59
7 COMUNICAÇÃO NA PASTORAL DA CRIANÇA	61
7.1 COMUNICAÇÃO INTERNA E EXTERNA	61
7.2 COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA.....	63
7.3 A COMUNICAÇÃO COMO INSTRUMENTO DE MOBILIZAÇÃO SOCIAL NA PASTORAL DA CRIANÇA	64
7.3.1 Guia do Líder	65
7.3.2 Caderno do Líder e a FABS	67
7.3.3 Camisetas	70
7.3.4 Comunicação Interpessoal	72
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS	75
REFERÊNCIAS	79
APÊNDICE.....	82

1 INTRODUÇÃO

Problemas sociais são constantemente divulgados e facilmente identificados. Eles têm origem em conflitos de interesses entre grupos e classes e afetam rotineiramente a vida de milhões de indivíduos. Os movimentos sociais se originam a partir da reflexão sobre as contradições da sociedade que afligem determinados grupos sociais. Pessoas se mobilizam, individualmente ou em grupos, em prol de causas, lutam por direitos e espaços democráticos de representatividade. “Nesse sentido, os movimentos sociais estruturam-se de acordo com a conjuntura, com interesses de grupos específicos, classes ou extrações de classes e em torno de projetos alternativos de sociedade” (FESTA, 1986, p. 11).

Esse processo faz parte da construção da cidadania de uma sociedade. Um dos principais autores que tratam sobre a definição de cidadania, Marshall (1967) a divide em três partes: civil, política e social.

O elemento civil é composto dos direitos necessários à liberdade individual - liberdade de ir e vir, liberdade de imprensa, pensamento e fé, o direito à propriedade e de concluir contratos válidos e o direito à justiça.[...]. Por elemento político se deve entender o direito de participar no exercício do poder político, como um membro de um organismo investido da autoridade política ou como um eleitor dos membros de tal organismo [...]. O elemento social se refere a tudo o que vai desde o direito a um mínimo de bem estar econômico e segurança ao direito de participar, por completo, na herança social e levar a vida de um ser civilizado de acordo com os padrões que prevalecem na sociedade. (MARSHALL, 1967, p. 63)

A busca pelos elementos civis, políticos e sociais que constituem a cidadania é uma luta constante e plural, a fim de conquistar direitos básicos para toda a população.

Especialmente no Brasil, esse processo é marcado por retrocessos e avanços intercalados, sendo que, ainda hoje, há um grande caminho pela frente para se conquistar a cidadania plena e completamente democrática. A construção do Brasil conta com diversos momentos de conflitos sociais, incluindo a divergência de interesses de classes que tencionam o país. Segundo Festa (1986), na década de 1970 surgem vários movimentos sociais de resistência no Brasil, abrangendo pautas diversificadas.

Festa ainda aponta que nessa mesma época, a Igreja demonstrava preocupação com as causas sociais e também se articulava para contribuir de

alguma forma. Entre o final da década de 60 e o final da década de 70, surgiram milhares de Comunidades Eclesiais de Bases (CEBs) apoiadas pela Igreja católica. As CEBs são núcleos de reflexão que reúnem pessoas de diferentes perfis para pensar os signos da vida e a transformação da sociedade a partir do evangelho. Esses núcleos foram responsáveis pela aproximação entre a Igreja e as classes operárias, além de serem a porta para a participação feminina nos movimentos sociais.

É nesse cenário de contradições sociais e busca por soluções - que perdura até hoje, sem perspectivas de solução em curto prazo -, aliado à aproximação da Igreja Católica com grupos sociais menos favorecidos, além da crescente participação feminina nos movimentos sociais, que surge a Pastoral da Criança (PC). A organização é um organismo de ação social da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil – CNBB, fundado em 1983 e voltado à assistência ao desenvolvimento de crianças carentes por meio de orientações básicas sobre os aspectos de saúde, nutrição, educação e cidadania. A Pastoral acompanha desde a gestação até os 6 anos de idade das crianças acompanhadas. É importante ressaltar que mesmo sendo uma organização ligada à Igreja Católica, a Pastoral tem uma atuação inter-religiosa.

Mais de 30 anos após sua fundação, a Pastoral da Criança hoje está presente em todos os estados brasileiros, além de atuar também em mais 17 países da África, Ásia, América Latina e Caribe. Os resultados do trabalho global da Pastoral da Criança são mensurados permanentemente e mostram a transformação que a organização é capaz de causar em suas comunidades de atuação.

A Pastoral da Criança é umas das maiores organizações de mobilização social hoje no Brasil. Dados levantados no primeiro trimestre de 2013, e disponíveis no *site* da organização¹, apontam o número de 1.247.924 crianças de 0 a 6 anos sendo acompanhadas por 197.945 voluntários treinados, que contam o apoio de mais 88.423 voluntários em suas comunidades. Mais de 90%² dos voluntários da PC são mulheres.

Com sua ação voltada para comunidades e famílias carentes, a PC é um retrato da mobilização social que trabalha em prol dos menos favorecidos. O

¹ *Site* da Pastoral da Criança, Quem Somos, Resultados, acessado em 10/06/2016

² Gráfico 1

trabalho da Pastoral é pautado pela busca de solução para problemas oriundos da desigualdade social, frutos dos conflitos de interesse de classe já citados.

Um fator interessante é que a grande maioria dos voluntários atua em suas próprias comunidades, ou seja, muitas vezes esses agentes lidam com problemas com os quais já estão familiarizados, pois fazem parte de sua própria realidade de vida. Ao trabalhar os conceitos básicos para o desenvolvimento saudável de uma criança, a Pastoral da Criança trabalha paralelamente a cidadania. Começa-se o processo com o empoderamento dos voluntários, para que estes sejam agentes de transformação e também possam empoderar as mães, famílias e crianças acompanhadas pela organização. A dinâmica de troca de experiências e partilha de conhecimento vai muito além dos cuidados com a saúde da gestante e da criança, ela pode também influenciar as relações de poder e autonomia dentro de uma sociedade.

O impacto social que o trabalho da Pastoral da Criança causa conta com uma grande aliada: a comunicação. Durante esta pesquisa, foi possível constatar a importância da comunicação no trabalho de mobilização social. A comunicação está presente em todo o processo e se caracteriza como popular.

Portanto, este trabalho analisa a mobilização social da Pastoral da Criança pela ótica da comunicação, considerando que esta é fundamental para que as ações sociais se concretizem. A partir, principalmente, do levantamento teórico, da pesquisa de campo e da análise de dados secundários, o objetivo da pesquisa foi identificar o uso da comunicação na Pastoral da Criança como agente e ferramenta para a mobilização social.

O primeiro capítulo desta pesquisa trata sobre a construção da cidadania e as formas de mobilização social no Brasil. O histórico dos movimentos sociais, suas motivações, formatos e sua importância para o cenário brasileiro são apresentados

Por meio de obras de autores e autoras consagrados na área da Comunicação Social e das Relações Públicas comunitárias, esta pesquisa também aborda os aspectos fundamentais da comunicação popular e alternativa, que é amplamente utilizada nos movimentos sociais.

No quinto capítulo, é apresentada a organização tema desta pesquisa, a Pastoral da Criança. As ações da PC, que tiveram início em uma cidade do interior do Paraná, foram ampliadas ao longo dos anos e hoje alcançam comunidades carentes em diversas partes do globo, salvando a vida e levando cidadania a milhares de crianças e suas famílias. O trabalho realizado, guiado pelo amor pelas crianças e pelos princípios do evangelho, tem sua estrutura apresentada a partir das informações obtidas através de outras obras sobre a Pastoral, além de dados coletados no próprio *site* da organização e no seu sistema de informações disponível *online*.

Tendo pontuado as principais características da comunicação popular, este trabalho se embasa nas colocações de Bernardo Toro e Nílsia Werneck para identificar dentro da Pastoral da Criança quais são os elementos fundamentais da mobilização social. É interessante apontar que os elementos de mobilização podem frequentemente ser tidos como elementos de comunicação. Tendo isso em mente, o capítulo que aborda a mobilização social na Pastoral da Criança já deixa clara a importância da comunicação popular para a organização.

Por fim, é apresentada a comunicação dentro da Pastoral da Criança. Mais especificamente, são analisados cinco elementos comunicativos importantes para a PC: a camiseta, o Guia do Líder, a Revista Pastoral da Criança, o Caderno do Líder e a comunicação interpessoal.

2 METODOLOGIA

Este trabalho utiliza a metodologia de Estudo de Caso visando alcançar os objetivos estabelecidos. A pesquisa se constitui principalmente a partir de dados qualitativos coletados em fontes primárias e secundárias. Isto foi possível devido à abertura dada pela Pastoral da Criança nas visitas às Celebrações da Vida – pesagens mensais das crianças e também momento de confraternização entre as famílias - e Reuniões de Reflexão e Avaliação – reuniões de voluntários (coleta de dados primários); à colaboração nas respostas de questionários e entrevistas (dados primários); ao empréstimo e doação de materiais gráficos (dados secundários); e também graças ao amplo arquivo de dados disponível no sistema de informações *online* da organização (dados secundários).

Assume-se também o caráter exploratório deste estudo – característica familiar ao estudo de caso. Gil (2002, p. 41) afirma que a pesquisa exploratória “tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses”. O autor também trata sobre a flexibilidade desse tipo de pesquisa, que pode assumir diversas formatações e ter variado embasamento, mas que frequentemente recai sobre as formas de pesquisa bibliográfica e estudo de caso. As duas formas citadas por Gil podem ser identificadas na atual pesquisa.

No que compete às definições de estudo bibliográfico, Gil o caracteriza como aquele que é desenvolvido a partir de materiais já elaborados por outros autores, principalmente livros e artigos científicos. “A principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente” (GIL, 2002, p. 44-45). Neste aspecto, foram utilizados alguns autores e autoras consagrados no presente trabalho. Margarida Kunsch, Cicilia Peruzzo, Regina Festa, Paulo Freire, Bernardo Toro e Nísia Werneck são alguns exemplos de estudiosos referenciados bibliograficamente na presente pesquisa. A utilização de suas obras foi fundamental para compreender os aspectos e história da mobilização social e da comunicação popular.

Quanto ao estudo de caso, Yin (2001, p.32) define que:

Um estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos.

Como citado, esta pesquisa obteve dados qualitativos de fontes primárias e secundárias. Explorando este aspecto, é importante pontuar que os dados primários foram coletados através um roteiro de entrevista respondido pela equipe de comunicação da Pastoral da Criança e pela pesquisa observatória de campo. Em relação aos dados secundários, essas informações foram obtidas pela pesquisa documental e por um breve questionário respondido por voluntárias da organização.

O roteiro de pesquisa foi aplicado a fim de complementar as análises que já estavam sendo feitas a partir de fontes secundárias, como os materiais impressos.

O questionário foi respondido por oito voluntárias que estavam presentes na Reunião de Reflexão e Avaliação do ramo³ Santa Cândida do mês de abril de 2016. As cinco questões eram abertas, porém extraíram dados quantitativos que foram o caminho encontrado para delinear o perfil das voluntárias do ramo estudado, possibilitando também o comparativo com as informações pesquisadas pela Pastoral da Criança.

A pesquisa documental é caracterizada por Gil (2002, p.46) como a pesquisa que conta com fontes secundárias diversificadas e dispersas, incluindo regulamentos, relatórios e tabelas – que muitas vezes já foram analisados previamente. No que tange a esta pesquisa, se enquadram nessa definição o acesso às informações disponibilizadas pela Pastoral da Criança em seu Sistema de Informações *online*, além da análise dos materiais impressos que foram emprestados ou cedidos durante o processo.

Também é importante pontuar aqui a definição de estudo de campo, outra metodologia também utilizada nesta pesquisa, na medida em que foram feitas visitas às Pesagens e Reuniões Mensais. Gil (2002, p. 52) afirma que a pesquisa de campo focaliza uma comunidade e “é desenvolvida por meio da observação direta das atividades do grupo estudado e de entrevistas com informantes para captar suas explicações e interpretações do que ocorre no grupo”.

Com o objetivo de realizar uma análise mais próxima da realidade, e também obter dados primários a partir da observação, foi preciso eleger um ramo para se

³ Conjunto de comunidades, de uma mesma região, que contam com o trabalho da Pastoral da Criança.

aprofundar na pesquisa de campo. O ramo escolhido foi o Santa Cândida, que pertence ao setor norte da cidade de Curitiba, conforme a regionalização feita pela Pastoral da Criança.

Este ramo foi escolhido por diversos motivos. Primeiramente, pela facilidade de acesso. Desde o primeiro contato, as voluntárias se mostraram solícitas, dispostas a colaborar com a participação nos encontros. Em segundo lugar, este ramo conta com o trabalho da Pastoral da Criança há cerca de 20 anos e, neste período, passou por diversas fases da mobilização, incluindo enfraquecimentos eventuais e fortalecimento das atividades. Há também certa variedade de realidades acompanhadas nas comunidades. É fato que todas as regiões atendidas são carentes, mas algumas contam com uma concentração maior de famílias pobres ou em estado mais delicado. Atualmente, o ramo conta com 4 comunidades ativas: Santa Cândida, Jardim Aliança, Jardim Cruzeiro e Roça Grande. Há uma comunidade prestes a retomar as atividades, que é a Ouro Verde. Além dessas, há duas comunidades que estão há alguns anos paradas por falta de voluntários: Vila Guaraci e Jardim Carvalho.

As Celebrações da Vida de todas as comunidades do ramo Santa Cândida acontecem no 4º sábado de cada mês. As visitas domiciliares não tem uma data fixa definida pelas comunidas, elas dependem da disponibilidade das líderes, mas de maneira geral acontecem nos dias de semana que antecedem a Celebração da Vida. As Reuniões de Reflexão e Avaliação acontecem uma vez ao mês no centro catequético da comunidade matriz, que é a Santa Cândida.

3 CIDADANIA E MOBILIZAÇÃO SOCIAL NO BRASIL

Antes de apresentar a comunicação como agente e ferramenta de impacto social, é importante escrever sobre a sua base de atuação nesta direção, conceituando temas como cidadania, mobilização social e o terceiro setor. Para tanto, diversos autores expressam seus conhecimentos em teses que, na maioria das vezes, se complementam, trazendo embasamento teórico para conceituações e apresentando as possibilidades de desdobramento.

3.1 CIDADANIA

Se há a importância de ações focadas em mudança e impacto social, pode-se afirmar que seus focos de atuação objetivam exterminar determinados problemas sociais. Para tanto, é fundamental que sejam observados os aspectos de cidadania que envolvem cada causa. A cidadania é prática norteadora dos direitos humanos, civis e políticos, prezando pelas responsabilidades e pela liberdade de se viver em uma sociedade justa. Kunsch define que:

Em princípio, cidadania refere-se aos direitos e às obrigações nas relações entre Estado e o cidadão. Falar em cidadania implica recorrer a aspectos ligados a justiça, direitos, inclusão social, vida digna para as pessoas, respeito aos outros, coletividade e causa pública no âmbito de Estado-nação. (KUNSCH, 2007, p.63)

Complementando, Peruzzo afirma:

Havendo cidadania, haverá desenvolvimento social. Cidadania quer dizer participação, nos seus múltiplos sentidos e dimensões, incluindo a cidadania cultural, que garante o direito à liberdade de expressão e de acesso aos bens culturais. (PERUZZO, 2007, p. 52)

Assim como as autoras trazem aspectos que constituem a cidadania, o autor Marshall (1988, p. 20 apud DUARTE, 2007, p. 103), um dos principais autores clássicos que iniciaram os estudos sobre o tema, determina, de maneira mais específica, três elementos que compõem a cidadania: o primeiro seria a conquista dos direitos civis, como a liberdade individual, de expressão, de pensamento e de crença; o segundo elemento refere-se aos direitos políticos, tratando do direito ao voto e ao cargo público; por fim, a última parte diz respeito ao social, abrangendo

questões como o direito a segurança, bem-estar econômico e de viver como um ser civilizado, seguindo os padrões estipulados pela sociedade.

A definição de Duarte (2009, p. 111-112) para cidadania traz os conceitos de mobilização, cooperação e formação de vínculos de corresponsabilidade para com os interesses coletivos. A autora fala sobre os três elementos definidos por Marshall ao tratar da realidade brasileira em relação à luta pró-cidadania: “as lutas mais recentes por direitos políticos, civis e sociais ajudaram o Brasil a ampliar a noção de cidadania enquanto um direito universal, não restrito a grupos ou classes sociais”.

Trazendo a realidade brasileira para o centro deste estudo, segundo Duarte (2009, p. 95), o problema no Brasil é que nem todos podem exercer plenamente a cidadania. Observando a história do país, incluindo os dias de hoje, é possível perceber que em determinados períodos e regiões, somente algumas parcelas da população puderam exercer sua cidadania, em detrimento de outras, que muitas vezes eram a maioria. Nesse sentido, Kunsch (2007, p. 65) afirma que “no Brasil e em outros países da América Latina, ter direito à educação, propriedade privada e bens de consumo coletivo é uma coisa, ter real acesso a essas coisas é outra”.

No Brasil, o processo de desenvolvimento da cidadania tem ganhado força, ainda que de maneira lenta e não linear, sendo marcado por momentos de retrocessos, além dos avanços. Tal afirmação parte tanto de Duarte (2009), quanto de Peruzzo (2003). Ambas as autoras pontuam algumas fases da formação da cidadania no Brasil. Duarte afirma que na época da Colônia a luta pela cidadania buscava reformar questões nacionalistas, culminando na base para o surgimento de uma identidade nacional. Passando para o período do governo imperial, a cidadania ganha espaço e passa a tratar de conteúdos regionais, dando os primeiros passos rumo a ideais liberais e socialistas. Neste momento, o foco está na reivindicação de questões socioeconômicas, sem necessariamente contestar o regime jurídico vigente.

O período da república trouxe consigo uma suposta nova ordem política, que não consegue superar as raízes elitistas e oligárquicas que ainda excluem determinados grupos da participação social. Passando para o século XX, a luta pela cidadania abraça novas demandas. Principalmente no período do governo Getúlio Vargas, a militância volta seus olhos e forças para a luta pelos direitos trabalhistas. Mais para frente, na década de 1970, a bandeira dos direitos humanos, levantada

internacionalmente, também influencia fortemente o desenvolvimento da cidadania no Brasil.

Festa (1986, p. 12) fala sobre os 10 anos que sucederam o Ato Institucional nº5, promulgado no final de 1968 e grande marco da repressão imposta pelo regime militar que o Brasil vivia. Segundo a autora, o período gerou “extraordinários e heroicos espaços de resistência social”:

De um lado, a repressão direta e a censura aos meios de comunicação de massa tentavam bloquear as manifestações e as reivindicações populares, com o objetivo de impor um isolamento ao movimento de base e à sociedade civil como um todo. De outro lado, as próprias condições de marginalidade social e política, acrescidas à crescente pauperização das classes subalternas, construíam pólos de conflito e resistência (FESTA, 1986, p. 12).

Completando a periodização, Peruzzo define quatro fases da cidadania brasileira a partir da década de 70. Esse período, segundo a autora, é a fase da mobilização. É nessa época que as primeiras grandes manifestações ganham forma e tomam as ruas e praças, como aconteceu na greve dos metalúrgicos do ABCD⁴ paulista. A segunda fase seria a da organização. Nesse momento, os movimentos passam por um processo de fortalecimento interno, caminhando rumo a certa profissionalização das suas atividades, com criação de estatutos, especialização de seus membros, etc.

A próxima fase é a de articulação. No final dos anos 80, amplia-se a nível nacional a abrangência de diversas pequenas organizações, que se unem para ganhar mais forças. A quarta fase é a de parcerias, quando a cidadania se desenvolve visando a busca de soluções concretas para os problemas sociais, dessa vez através de parcerias entre organizações sociais, órgãos públicos e organizações não governamentais.

De certa forma continuando a linha do tempo dos movimentos sociais e da cidadania, Kunsch fala sobre o impacto da globalização na atualidade, que resulta no que ela chama de cidadania planetária. Primeiramente, a autora aponta a dualidade da globalização. Se por um lado há benefícios e avanços indiscutíveis para a sociedade em rede, por outro, ainda existe uma imensa parcela da população sem acesso à tecnologia e até mesmo sem acesso à educação básica. “Tais fatos

⁴ Área industrial que fica localizada na região metropolitana da cidade de São Paulo. O ABCD Paulista é composto por quatro municípios: Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul e Diadema.

têm impulsionado reações e novas formas de luta da sociedade civil organizada em nível local, nacional, regional e global” (KUNSCH, 2007, p. 67)

A organização desses agentes que integram a sociedade civil organizada, como movimentos sociais, ONGs, associações ativistas, grupos de interesse e depressão, redes sociais, comunidades virtuais, etc., possibilita uma mobilização social em torno de objetivos comuns e em defesa dos direitos humanos e da cidadania, que ultrapassem as fronteiras nacionais. Daí assumirem um caráter de cidadania planetária. (KUNSCH, 2007, p. 67)

A definição de Kunsch para a cidadania em tempos de globalização está alinhada com a definição de McGrew (1992 apud HALL, 2006) para o próprio termo globalização:

Como argumenta Anthony McGrew (1992), a "globalização" se refere àqueles processos, atuantes numa escala global, que atravessam fronteiras nacionais, integrando e conectando comunidades e organizações em novas combinações de espaço-tempo, tornando o mundo, em realidade e em experiência, mais interconectado. (HALL, 2006, p. 64)

Neste contexto globalizado, em que as questões sociais tomam formas e proporções diferentes do conhecido há alguns anos, vale atribuir a responsabilidade pela movimentação das pautas sociais às organizações que trabalham em prol de uma sociedade mais organizada, melhor informada e que trilham o caminho da cidadania ativa. Hoje esses agentes precisam se adaptar para conseguir abraçar as problemáticas da globalização, mas a sua atuação já carrega anos de história.

3.2 MOBILIZAÇÃO SOCIAL

Primeiramente, é importante definir a mobilização social, que segundo Toro e Werneck (1996) “ocorre quando um grupo de pessoas, uma comunidade ou uma sociedade decide e age com um objetivo comum, buscando, quotidianamente, resultados decididos e desejados por todos”. Os autores também definem que:

Toda mobilização é mobilização para alguma coisa, para alcançar um objetivo pré-definido, um propósito comum, por isso é um ato de razão. Pressupõe uma convicção coletiva da relevância, um sentido de público, daquilo que convém a todos. Para que ela seja útil a uma sociedade ela tem que estar orientada para a construção de um projeto de futuro. Se o seu propósito é passageiro, converte-se em um evento, uma campanha e não em um processo de mobilização. (TORO e WERNECK, 1996, p.5)

Ainda segundo Toro e Werneck: “como falamos de interpretações e sentidos também compartilhados reconhecemos a mobilização social como um ato de comunicação” (1996, p.5). Esse reconhecimento da mobilização como um ato comunicativo será evidenciado nos próximos capítulos.

Duarte (2009, p. 102) cita como exemplos de organizações que atuam na mobilização social as comunidades eclesiais de base, as pastorais sociais, as entidades culturais de educação e saúde, de assistência material e jurídica, como as universidades e a Ordem dos Advogados do Brasil, “que têm contribuído para o fortalecimento dos movimentos sociais populares e sindicais”. A autora reforça que:

Num contexto de desigualdade como o brasileiro, é absolutamente necessário que se possa assegurar e estimular os indivíduos a exercer os direitos civis e políticos e de conquistar, em definitivo, os direitos sociais. Assim sendo, a participação deixa de ser apenas um ato político e passa a ser também um ato educativo, na medida em que, por meio dela, novos conhecimentos são gerados e conquistas viabilizadas. Conseqüentemente, a ampliação da cidadania confere ao homem o potencial para agir enquanto sujeito e não simples objeto de sua história. (DUARTE, 2009, p. 103)

Duarte ainda discorre sobre os desdobramentos da participação e atuação cidadã:

Em geral, essas organizações têm pautado suas iniciativas por uma filosofia de ação coletiva sobre a gestão de bens comuns da humanidade como o meio ambiente, a educação, a saúde, a água, etc., segundo a qual a participação da sociedade civil, o interesse público, os serviços públicos e a diversidade cultural devem prevalecer sobre os mecanismos de mercado. (DUARTE, 2009, p. 110)

Os movimentos sociais, portanto, são fundamentais para guiar a participação democrática na construção da cidadania, pois são responsáveis por pluralizar essa participação, a fim de alcançar resultados mais compatíveis com a realidade de todos.

Não se trata de ser construída uma ordem social por quem acha que sabe fazê-lo para que os outros se integrem a ela. Trata-se de construir com todos, inclusive com os pobres, uma ordem social onde todos possamos conviver e ser produtivos econômica, política, cultural e socialmente. Uma sociedade é democrática e produtiva quando todos os que dela participam podem fazer competir organizadamente seus interesses e projetar novos futuros. (TORO e WERNECK, 2004, p.13)

Quando se fala em contexto brasileiro, Peruzzo (2003, p. 286-287) aponta as principais dificuldades do processo de mobilização social no país, que seriam a concentração de renda, a precariedade da formação cultural e difícil acesso à educação formal básica, e a limitada participação política na discussão e definição dos temas de interesse coletivo. Complementando, Duarte (2009, p. 111) afirma que “além das dificuldades de formação histórica, social e cultural do país, é preciso enfrentar as questões legais e econômicas que criam barreiras”.

Na contramão das dificuldades, Peruzzo (2004) também ressalta que a partir das contradições advindas da globalização, surge um maior interesse por parte da população em relação aos assuntos divulgados na mídia.

Há uma prontidão na sociedade civil para contribuir para a ampliação dos direitos e deveres de cidadania, refletida no crescente número de ONGs (Organizações não Governamentais), associações e movimentos organizativos de toda espécie; no trabalho voluntário; na continuidade do trabalho social de igrejas; no clima de responsabilidade social que contagia as empresas; na eleição histórica de um Presidente da República que canalizou o interesse por mudança da ampla maioria da sociedade brasileira, e assim por diante. (PERUZZO, 2004, p. 4-5)

Considerando o conceito de cidadania planetária e os impactos da globalização, a tendência é de que as pautas dos movimentos sociais sejam cada vez mais extensas, quebrando barreiras territoriais. A evolução histórica da mobilização social mostra sua capacidade de adequação às transformações da própria sociedade, o que evidencia e justifica a pluralização das mobilizações em prol de causas diversificadas.

3.3 TERCEIRO SETOR

Englobando os movimentos sociais anteriormente citados, que vêm ganhando força e se multiplicando com o passar do tempo no Brasil, define-se o terceiro setor. Considerando o primeiro setor como o poder público e seus órgãos, e o segundo setor como as empresas e organizações que visam o capital, o terceiro setor surge para quebrar essa dicotomia, objetivando combater os problemas sociais históricos de determinados contextos.

No meio acadêmico, o terceiro setor tem ganhado espaço nos últimos anos, em diversas áreas. Segundo Roque (2007), termos como “filantropia”,

“responsabilidade social”, “desigualdade” e “cooperação” estão sendo mais usados no meio acadêmico:

Eles remetem à consciência social que, em um cenário político-econômico mundial marcado por assimetrias, a universidade pode contribuir para a inserção e o fortalecimento de uma nova ordem, mais justa e participativa. Essa consciência legitimou o campo do estudo do terceiro setor, como uma das mais exemplares iniciativas de atuação interdisciplinar. (ROQUE, 2007, p. 237)

Quando o termo “terceiro setor” estava começando a ser usado no Brasil, Fernandes (1997, p. 26) escreveu sobre a origem da expressão, que é oriunda do inglês (*third sector*) e, na época, já contava com certa recorrência de uso na área da sociologia nos Estados Unidos. Segundo o autor, no país norte americano, o termo era frequentemente relacionado com outros dois: organizações sem fins lucrativos e organizações voluntárias. Ambas expressões levam a refletir sobre o afastamento das relações comerciais e de lucro em tais organizações.

Hoje em dia, há considerável discussão no ambiente acadêmico quanto à definição do setor. Os estudos são amplos e, a medida que são aprofundados, várias questões são levantadas e geram debate. Um dos principais fatores que norteiam a discussão sobre o tema é relativo, justamente, aos elementos que compõem o terceiro setor. Muitos autores divergem sobre quais organizações o terceiro setor engloba, tendo em vista a polêmica por trás do verdadeiro objetivo da atuação dessas organizações.

Para Peruzzo (2007, p.155), o terceiro setor é constituído por Organizações da Sociedade Civil (OSCs), abrangendo entidades sem fins lucrativos, privadas, mas de caráter público, que atuam a serviço dos interesses coletivos. A autora reforça que a imprecisão do termo se deve as divergências entre definições dos autores, como citado anteriormente:

Há os que incluem apenas as organizações formais, enquanto outros contam as atividades informais e individuais. Alguns estudiosos excluem as fundações empresariais, sendo que em outros casos os sindicatos, movimentos políticos insurgentes, as seitas e afins ora são considerados pertencentes, ora são excluídos do conceito. (PERUZZO, 2007, p. 156)

Ainda segundo Peruzzo, a discussão sobre o tema cresce ao analisar a função dessas organizações:

Se por um lado coloca-se o terceiro setor como esfera que se destina a enfrentar os grandes problemas nacionais, por outro aponta-se essa proposta como artimanha do capital para abrandar as responsabilidades que cabem ao Estado e às próprias empresas dentro de suas áreas de competência. (PERUZZO, 2007, p.155)

Fernandes (1997, p.28-30) levanta a questão: “Sendo tantos e tão variados os componentes desse ‘terceiro setor’, que sentido há em agrupá-los sob um mesmo nome?”. O mesmo autor responde a essa pergunta baseado em quatro justificativas. O primeiro aspecto em comum dessas organizações é que elas fazem um contraponto às ações do governo, são ações particulares que contribuem para os bens e serviços públicos, que são, teoricamente, responsabilidades do primeiro setor. Ao mesmo tempo, essas organizações também fazem contraponto às ações do mercado, tendo em vista que ele gera demandas que não consegue satisfazer. O terceiro setor trabalha para conscientizar o meio empresarial e recebe investimentos dos mesmos, dessa forma, consegue suprir, ao menos em parte, aquilo que o segundo setor não consegue ou não lhe interessa fazer. Outro fator que unifica as organizações do terceiro setor é que, juntas, elas se fortalecem e dão um sentido maior para seus componentes. A composição variada do setor legitima ações de voluntariado, de solidariedade social, manifestações em prol de um bem comum e a participação cidadã. Por fim, a quarta justificativa trata sobre a visão integradora da vida pública. O terceiro setor existe para cobrar resultados e pressionar o governo em relação à eficácia dos serviços públicos. Também, sem o governo, não existiriam normas que pudessem legitimar e regularizar as ações do terceiro setor. Em relação ao segundo setor, pode-se afirmar que as organizações sem fins lucrativos só existem porque há geração de lucros nesse plano. O autor ainda ressalta que a relação de coexistência entre os três setores não exclui conflitos entre esses. A dinâmica dessa complementaridade envolve diversos fatores de interesse, produtividade e eficácia.

Diante das definições aqui expostas, independente das divergências apontadas, será considerado que o objeto de estudo deste trabalho, a Pastoral da Criança, faz parte dos movimentos sociais e enquadra-se no terceiro setor, tendo a cidadania como um dos seus pilares e livre de influência comercial direta na definição de suas ações.

4 COMUNICAÇÃO NOS MOVIMENTOS SOCIAIS

Em busca de representatividade, abrangência e conquistas, os movimentos sociais contam com um grande aliado: a comunicação. Há diversos profissionais da área da comunicação dispostos a trabalhar em prol de causas sociais, aplicando o conhecimento adquirido com a experiência de mercado e de estudos no terceiro setor. Não obstante, diversos autores pesquisam sobre a influência e as possibilidades da comunicação aliada à mobilização social. As produções acadêmicas sobre o tema contam com grande número de publicações, o que amplia o horizonte do debate e pesquisa sobre o papel da comunicação na sociedade.

4.1 COMUNICAÇÃO POPULAR

Como demonstrado no terceiro capítulo deste trabalho, os movimentos sociais têm como essência a busca e o fomento da cidadania. Nesse cenário, a comunicação frequentemente ganha formas alternativas, dando voz aqueles que não encontram representatividade na mídia tradicional, de massa, ou nem mesmo tem acesso à mesma. Essa é a comunicação para o povo, pelo povo e sobre o povo, em especial se referindo aos grupos mais excluídos da sociedade, e que será tratada neste capítulo. Nessa perspectiva, a comunicação mostra seu poder de mobilização e reflexão sobre questões profundamente ligadas à cidadania:

O direito à comunicação é matéria discutida em fóruns nacionais e internacionais e, diante da multiplicidade de demandas e necessidades em que se expressa a construção da democracia, envolve questões fundamentais para o cidadão, como a concentração da propriedade dos meios de comunicação, monopólios e oligopólios, a propriedade cruzada, a inclusão digital, mídias comunitárias, produção e identidade cultural, acesso e controle da informação, educomunicação, transparência, publicidade das ações do Estado e do Governo, mobilização social, debate de temas de interesse público, etc. (DUARTE, 2009, p.105)

A comunicação alternativa e popular, característica dos movimentos sociais e atrelada à luta pela cidadania, nasceu da necessidade de representação de determinadas organizações, considerando a sua existência dentro de um sistema de comunicação tradicional. É o que retrata Peruzzo ao afirmar que:

Os movimentos sociais e as demais organizações sem fins lucrativos, uma vez percebendo-se ausentes da grande mídia na representação de seu modo de vida e de suas necessidades comunicacionais, passam a forjar uma comunicação própria, que em última instância participa de um processo de mobilização, visando à transformação social. (PERUZZO, 2007, p. 52)

Como desdobramento disso, surgem novos espaços de diálogo e de difusão de informação. Esses espaços ganham força com o passar do tempo e, conseqüentemente, dão cada vez mais voz a mais pessoas.

A crescente demanda pela participação social nos meios de comunicação, especialmente locais e comunitários, permitiu a inclusão de novos atores e novas mídias, que têm promovido a diversificação de programas, de conteúdos e até mesmo de canais midiáticos específicos para as necessidades de diferentes públicos/comunidades. (DUARTE, 2009, p.106)

Como exemplos dos novos espaços de diálogo e difusão de informação, Duarte cita alguns meios e plataformas de comunicação que surgiram a partir de demandas sociais mais recentes:

Como exemplo, podemos citar as rádios e TVs comunitárias, canais de televisão dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, das Universidades, dos jornais comunitários, e dos novos *sites* da Internet, os veículos controlados por grupos de interesse como as Igrejas, os Partidos Políticos, as TVs educativas, etc. [...] São novas visões de mundo colocadas em discussão, temas inéditos ou limitados a áreas muito específicas de atuação.

Para Duarte (2009, p.100), a comunicação teria o papel de promover a mobilização social, empoderando o cidadão e tornando-o apto a tomar decisões em prol da articulação de mudanças sociopolíticas e culturais. A autora define a comunicação como “instrumento indispensável na construção de uma cidadania ativa, que luta para ver concretizadas as práticas democráticas”.

4.2 O DESENVOLVIMENTO DA COMUNICAÇÃO POPULAR

Iniciando uma linha cronológica do desenvolvimento da comunicação popular, Peruzzo (2007, p.49-50) escreve sobre o fortalecimento e a atenção recebida pela área na década de 70, quando surgiu a ideia de uma Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação (Nomic). A Nomic teria papel fundamental na quebra do fluxo de informações mundial, que acontecia prioritariamente partindo dos países

mais ricos para os mais pobres. Além disso, no Brasil, seria importante para a implantação de novas políticas comunicacionais que valorizassem a produção, a identidade e a cultura nacional. A Nova Ordem seria norteadada pelos princípios da comunicação autônoma e democrática, buscando impactar, inclusive, os meios de comunicação massivos de abrangência nacional. Por mais que a preconização não tenha sido concretizada, é possível vislumbrar os pontos de interesse da comunicação popular a partir das melhorias propostas. Outra questão em alta na época era a consciência ambiental, que começava a receber interesse crescente através da mobilização social.

Peruzzo (2007, p.51) continua a linha do tempo abordando a inclusão das novas tecnologias da comunicação na sociedade, que ocorreu entre o final do século XX e início do XXI. A luta pela universalização do acesso às novas tecnologias entra em pauta, ainda que sem tomar o espaço da mobilização pelo suprimento de carências básicas. “Havendo a decisão de colocar as tecnologias a serviço da população e, por meio delas, dar acesso às informações, às culturas, à educação, etc., elas desempenham papel primordial no desenvolvimento social e cidadania”, afirma a autora. Duarte (2009, p.108) complementa essa questão defendendo o papel essencial das novas tecnologias no desenvolvimento da cidadania, na medida em que estas viabilizam a produção de conteúdo de interesse direto das comunidades.

É certo que as estruturas de participação ainda são difusas e pouco organizadas, e que seu processo de construção é tímido e fragmentário, mas também é fato que a comunicação e as novas tecnologias da informação têm influenciado decisivamente o processo de transformação da sociedade brasileira, em especial o estabelecimento de uma nova cultura política, que propugne pela participação política baseada na conscientização e não simplesmente no dever cívico do voto. (DUARTE, 2009, p.102)

Outra informação que Peruzzo (2007, p. 52) apresenta é que, no Brasil, foi a partir de meados da década de 1990 que a participação cidadã na comunicação começou a crescer. Esse crescimento se deve tanto às participações na mídia alternativa, que tem um ambiente favorável a isso, quanto na grande mídia, que passou a dar maiores espaços para a participação cidadã, porém, prioritariamente com finalidade de entretenimento e atrelado a interesses econômicos.

Kunsch complementa sobre o cenário complexo em que a sociedade – e, conseqüentemente, os movimentos sociais e a comunicação alternativa – se desenvolve:

No âmbito de uma sociedade cada vez mais complexa, reserva-se à comunicação um papel de crescente importância nas organizações que procuram trilhar o caminho da modernidade. Os movimentos sociais e as comunidades têm de orientar-se por uma política que privilegie o estabelecimento de canais efetivos de ligação com os diferentes setores da sociedade, abrindo caminhos para efetiva mobilização e articulação. A comunicação deve constituir-se em uma estratégia de direção, agregando valor, facilitando processos interativos e viabilizando as necessárias mediações. (KUNSCH, 2007, p. 295-296)

Analisando o histórico dos movimentos sociais, fica claro que, com o passar dos anos, novas demandas foram surgindo e as mobilizações foram tomando novos e diversificados formatos. A comunicação popular, ao acompanhar esses movimentos, também acompanhou as mudanças e se adaptou para compreender as necessidades do processo de fortalecimento da cidadania, incluindo novos espaços, tendências e cenários.

Em face da comprovada incapacidade do Estado de atender a todas as demandas sociais, criou-se um espaço para um crescimento enorme de fundações, organizações não governamentais e movimentos da sociedade civil. Além disso, as ações de responsabilidade social desenvolvidas pelas empresas privadas já não são apenas uma tendência, mas uma realidade em curso. (KUNSCH, 2007, p. 296)

4.3 RELAÇÕES PÚBLICAS POPULARES

Diante desse contexto, pode-se afirmar que o surgimento de novas organizações e de novas causas vem para atender novas demandas sociais, além de potencializar os resultados de mobilizações já existentes. Nesse sentido, Henriques destaca a função da comunicação de atrair a atenção dos públicos para as causas sociais:

Na comunicação dos movimentos sociais ou de projetos mobilizadores, uma questão central é que as estratégias são requeridas especialmente para dirigir aos públicos apelos que possam convencê-los de que uma causa existe em função de um problema concreto, de que ele deve interessar a todos e é passível de transformação. Só assim é possível posicionar (e enquadrar) publicamente um problema que poderia estar restrito a âmbitos particulares, com uma questão que potencialmente afeta a coletividade e cuja relevância é de notório reconhecimento. (HENRIQUES, 2007, p.103)

Para Henriques (2007, p.101), “a comunicação dos movimentos pode ser caracterizada como um problema de relações públicas”. Nesse sentido, o autor aponta a aproximação entre a mobilização social e as Relações Públicas, na medida em que as estratégias de comunicação e relacionamento precisam lidar com diversos públicos, sempre buscando estreitar relações.

A necessidade de relacionamento público faz emergir a atividade de relações públicas – estreitamente associada aos grandes interesses do capital privado em busca de legitimação pública, em um cenário de modernização e de emergência de uma opinião pública de massa. Entretanto, em uma visão mais ampla, podemos compreender que a atividade se aplica a qualquer demanda de relacionamento que se apresente entre instituições e seus públicos. (HENRIQUES, 2007, p. 101)

As Relações Públicas aqui apresentadas podem ser chamadas de Relações Públicas Populares ou Comunitárias, sendo que Peruzzo pontua os princípios que as norteiam:

Elas têm a ver com uma concepção de mundo e uma concepção de homem que: a) Acredita no homem, na sua potencialidade de construir uma sociedade justa e livre; b) Que enxerga a desigualdade social, as contradições de classes e quer o bem-estar, a plenitude e os direitos de cidadania assegurados para todos os homens; c) Acredita nas possibilidades de mudança, e na sociedade civil como gestora de mudanças e de nova hegemonia; d) Implica a interdisciplinaridade entre vários campos do conhecimento e da ação político-educativa; e) Que se realizem de modo orgânico ao interesse público, e preferencialmente inseridas em experiências concretas e alicerçadas na metodologia de uma educação popular libertadora; f) Favoreça a ação coletiva, a autonomia, a partilha do poder de decisão, a co-responsabilidade (tanto pelas práticas participativas como pela implementação de políticas públicas em conformidade com as necessidades e interesses da comunidade) e, claro, respeitando a dinâmica própria dos movimentos onde se inserem. (PERUZZO, 1993, p. 128-129)

As Relações Públicas Comunitárias e a Comunicação Popular formam uma relação de apropriação mútua, se mesclam, se complementam e partem dos mesmos princípios. Diante disso, neste trabalho não serão definidas as suas diferenças, considerando que um conceito faz parte do outro, são integrados. O foco será a contribuição para a cidadania que ambos os conceitos têm em comum. Portanto, as definições apresentadas estarão abrangendo todo o processo comunicativo e de relacionamentos na mobilização social.

Uma vez inseridas no processo dos movimentos populares e sindicais as relações públicas se realizam de modo interdisciplinar, ou seja, correlacionadas com outras áreas da comunicação e com outras áreas do conhecimento. No campo do comunitário, do sindical etc. é difícil isolar as atividades de comunicação em relações públicas, em jornalismo, em propaganda etc. Aí se fala e se pratica comunicação. (PERUZZO, 1993, p. 129)

Prova disso é a definição das funções da comunicação apresentadas por Duarte, que cita fatores totalmente alinhados aos princípios das Relações Públicas Comunitárias anteriormente citados. Duarte (2009, p. 112) afirma que a comunicação é fundamental para a dinâmica da vivência da cidadania, considerando que é responsável por “viabilizar acesso à informação, estimular debates das questões públicas, disponibilizar canais de comunicação e facilitar a participação em algumas esferas deliberativas”.

A comunicação deve ser plena a tal ponto que possa oferecer ao cidadão condições de se expressar enquanto personalidade crítica e autônoma, emancipar-se e compreender-se, de modo a fomentar uma capacidade de organização e mobilização dos sujeitos que consistirá, em última instância, na concretização de uma cidadania ativa, fruto do aprendizado, da produção coletiva de saberes, capaz de romper formas de exclusão e opressão e encontrar caminho e modelos próprios de organização da vida coletiva. (DUARTE, 2009, p. 133)

De forma complementar e sintetizadora, Peruzzo afirma:

No âmago da questão, o que está colocado, falado de modo claro e sintético, é a premência do uso dos meios de comunicação em benefício da cidadania e que esta é construída pelos próprios cidadãos, na sua interação com as outras forças constitutivas da sociedade. O desenvolvimento só faz sentido se promover a igualdade no acesso à riqueza e o crescimento integral da pessoa e de todos, ou seja, se tiver como mola-mestra o ser humano. (2007, p. 51)

A comunicação nos movimentos sociais contribui para a promoção dessa integração dos indivíduos com a sociedade ao lhes oferecer voz no espaço público, de forma a amenizar ou extinguir desigualdades. A efetividade desse papel está diretamente relacionada ao planejamento da comunicação. É importante reforçar que, como para qualquer tipo de organização, um planejamento estratégico é importante para a obtenção de resultados efetivos, ainda mais considerando o contexto desafiador da mobilização.

As dimensões aqui consideradas impõem aos movimentos o desafio de estabelecer um relacionamento público, ou seja, de apresentar e defender publicamente seus interesses, lidar com uma variada gama de públicos, em busca da legitimação de sua existência e da adesão às suas causas, e manter os vínculos horizontais entre os atores mobilizados. (HENRIQUES, 2007, p. 100-101)

Entretanto, há certos fatores nos projetos sociais que se diferenciam da realidade empresarial e devem ser levados em conta:

É preciso considerar que, mesmo apoiadas sobre os mesmos fundamentos e justificativas por demandas semelhantes, as ações empreendidas pelos movimentos estão sujeitas a inúmeras especificidades, que não se restringem apenas aos desenhos institucionais distintos (em termos de hierarquias e processos), mas também por uma dinâmica diferente de atuação, o que requer rever a visão tradicional dos públicos como unidades funcionais pouco dinâmicas e compreendê-los como agrupamentos que compõem complexos sistemas de relacionamento. (Henriques, 2002 apud Henriques, 2007, p. 102).

Outra característica do processo comunicativo dentro dos movimentos é a participação dos indivíduos, deixando de assumir apenas o papel de receptor da mensagem, mas passando a ser, também, emissor. Essa participação é o norte da comunicação e ocorre, ainda que em intensidades diferentes, em todos os níveis do processo, “na criação do meio, na discussão sobre seu perfil editorial, na produção, difusão de conteúdos e assim por diante” (PERUZZO, 2007, p. 167).

Considerando a necessidade de planejamento e a participação coletiva anteriormente citados, Murade (2007) apresenta o processo da comunicação popular em um cenário ideal:

Em suma, trata-se de oferecer às comunidades informações e ferramentas de comunicação (assessoria) que possibilitem a leitura de mundo (pesquisa-diagnóstico da realidade), a articulação em torno de pólos e de projetos reivindicativos (planejamento e organização), à ação transformadora da realidade (execução), para, uma vez superada a situação geradora da controvérsia, chegar ao consenso e estimular novas reivindicações – dissenso – com base na releitura do mundo (avaliação). (MURADE, 2007, p.159)

Murade aprofunda seu conceito de comunicação popular apresentando as possibilidades de leitura do mundo que as relações públicas comunitárias podem trazer. Vale notar que as duas opções se enquadram no processo comunicativo defendido pelo mesmo autor:

As relações públicas comunitárias podem possibilitar a leitura de mundo dos grupos populares de duas formas: a primeira, incentivando a expressão das informações e dos valores construídos previamente em função dos outros relacionamentos do sujeito na família, na escola, no trabalho e na sociedade; a segunda, despertando o interesse dos indivíduos por novas informações que possibilitem ampliar o conhecimento buscando-as em livros, jornais, na internet e até mesmo em outras pessoas do grupo ou fora dele. (MURADE, 2007, p. 159-160)

Peruzzo (1993, p. 131) levanta treze possibilidades de contribuição das relações públicas comunitárias para os movimentos populares entre elas: diagnóstico; planejamento; incremento da comunicação e articulação; relacionamento adequado com diversos públicos; produção de materiais comunicativos; organização de eventos; pesquisas de opinião; documentação de fatos e da história do movimento.

De forma conclusiva - considerando a realidade brasileira no início dos anos 90, mas que podem representar parcialmente o cenário atual – Peruzzo afirma que as Relações Públicas comunitárias acreditam no poder da transformação social e são inconformadas com o status quo:

Ou seja, é um olhar inconformado no sentido de não se conformar, não aceitar a realidade de opressão a que está sujeita a maior parte da população brasileira. Opressão essa que está refletida nas condições de miséria, na carência de moradia digna, na subnutrição de um terço da população brasileira, na falta de saúde, no aumento do número de meninos e meninas de rua e tantas outras coisas que afetam a vida. (PERUZZO, 1993, p. 126)

Nesse sentido, as Relações Públicas comunitárias voltam sua atenção para os problemas sociais, buscando soluções a partir de seus preceitos básicos. Assim, tomam forma práticas que assumem tanto o caráter de mobilização, quanto de comunicação.

5 A PASTORAL DA CRIANÇA

5.1 HISTÓRIA

Em seus mais de 30 anos de existência, a Pastoral da Criança tem aperfeiçoado e difundido seu trabalho ao redor do mundo, sendo considerada uma das instituições globais mais importantes atualmente. Fundada em 1983, as primeiras ações da Pastoral da Criança aconteceram em Florestópolis, cidade no interior do Paraná. A organização tomou forma com o trabalho da médica pediátrica e sanitarista Zilda Arns, que recebeu o convite da CNBB (Conferência Nacional dos Bispos do Brasil) para estruturar o projeto através de seu irmão, o então cardeal arcebispo de São Paulo, Dom Paulo Evaristo Arns.

Constatou-se que a PCç teve suas origens numa reunião da ONU, realizada em Genebra no ano de 1982. Nessa reunião, D. Paulo Evaristo Arns aceitou a proposta de fazer com que a Igreja ensinasse as mães a prepararem o soro caseiro para seus filhos vítimas de diarreia e desidratação. Pode-se dizer que a história da PCç inicia-se “nas alturas”; afinal, uma organização, seja eclesial, governamental ou laica, que tem sua origem em semelhante reunião, não deriva somente das bases populares. Mas tal origem possibilita grandes sucessos nos seus intentos, pois supõe o apoio de grandes poderes políticos e econômicos. (BARBOSA, 2008, p.99)

Como organismo de ação social da CNBB, a Pastoral da Criança atua na orientação e acompanhamento de crianças, desde o ventre materno até os seis anos de idade, juntamente às suas famílias, através de ações básicas de saúde, educação, nutrição e cidadania. Com um trabalho baseado na solidariedade e na partilha do saber, a Pastoral cria um vínculo entre ação social, educação e saúde, objetivando o desenvolvimento integral da população infantil.

A Pastoral da Criança alicerça sua atuação na organização da comunidade e na capacitação de líderes voluntários que ali vivem e assumem a tarefa de orientar e acompanhar as famílias vizinhas em ações básicas de saúde, educação, nutrição e cidadania tendo como objetivo o "desenvolvimento integral das crianças, promovendo, em função delas, também suas famílias e comunidades, sem distinção de raça, cor, profissão, nacionalidade, sexo, credo religioso ou político. (PASTORAL DA CRIANÇA, 2016)⁵

⁵ Site da Pastoral da Criança, Quem Somos, acessado em 10/06/2016.

Reimberg (2009, p.29) ressalta que a “Pastoral da Criança fez uma opção pelos pobres. Atua nas comunidades carentes e fomenta discussões que levam a construção da cidadania”.

Ao tomar forma no início da década de 1980, a Pastoral da Criança fortalece a luta dos movimentos sociais, dos partidos de esquerda e da própria CNBB, em prol dos direitos humanos e da democracia. Na época, tais mobilizações estavam ganhando espaço, em plena expansão e atividade, travando grandes embates com o Estado no período derradeiro do regime militar (FAXINA, 2001).

Ainda sobre o contexto em que a PC foi criada, Faxina fala sobre questões políticas que envolveram seu surgimento:

A Pastoral da Criança já nasceu sob o signo da contradição, por estruturar-se de maneira diametralmente oposta ao pensamento presente no campo político⁶ brasileiro e ao novo desenho da presença da Igreja Católica no mundo, e no Brasil. Como não poderia deixar de ser, seu surgimento dividiu na época as opiniões dos responsáveis pelas Pastorais Sociais⁷ da CNBB e de muitas outras lideranças religiosas ligadas aos setores classificados de ‘progressistas’, que viam como uma contradição a parceria entre a Igreja e o Estado na busca da superação dos problemas relativos à criança. (FAXINA, 2001, p. 131)

O autor complementa afirmando que essas questões não se limitaram ao momento de criação da PC, mas permeiam a organização ainda hoje:

Ainda hoje há resquícios desse entendimento. Trata-se, na realidade, de uma contradição surgida a partir da união dos diferentes em torno de um objetivo comum. Contrária à imensa maioria das organizações que compõem o grande espectro do que chamamos de movimentos sociais, a Pastoral da Criança nasceu a partir do desejo de pessoas que sempre tiveram um pé no governo e outro nos movimentos eclesiais, ou que estavam apenas num ou noutro lado. (FAXINA, 2001, p. 131)

Ainda que o nascimento da Pastoral da Criança tenha contado com a importante premissa do suporte da CNBB, é importante destacar que o engajamento dos voluntários foi fundamental para a sua concretização. A força do voluntariado, o apoio da Igreja e também as parcerias com o governo continuam sendo fundamentais para a realização do trabalho da organização.

⁶ Por campo político aqui entende-se o cenário onde acontecem os debates em torno do poder, reunindo políticos, empresários, entidades sociais e eclesiais.

⁷ Núcleo que reúne todas as pastorais ligadas à CNBB – Conferência Nacional dos Bispos do Brasil – que têm como cenário de atuação o campo social.

5.2 A RELIGIÃO DENTRO DA PASTORAL DA CRIANÇA

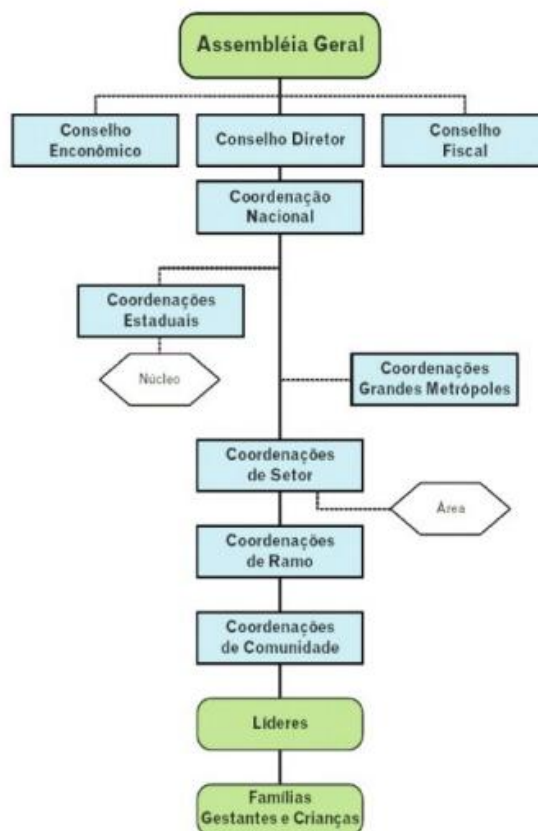
Partindo do princípio de que a Pastoral da Criança é uma organização ligada à Igreja Católica, é importante ressaltar que sua atuação não é limitada à comunidade católica - não há qualquer restrição no atendimento a famílias que seguem outros credos religiosos. De qualquer forma, a fé é tema sempre presente nas atividades da organização, aliada ao engajamento social. A união das duas frentes (fé e engajamento) é visível no incentivo para que os voluntários participem de conselhos e de debates junto ao poder público, indo além de questões religiosas (REIMBERG, 2009, p.36).

Nas reuniões da Pastoral da Criança, os momentos de fé sempre vêm acompanhados de discussões sobre problemas sociais, seja a violência, o não respeito ao direito à saúde, a desnutrição ou a obesidade infantil. De certa forma há a práxis, mas a reflexão não parte da teoria e sim das experiências cotidianas, que impulsionam as ações dos voluntários. São sujeitos agindo na história. (REIMBERG, 2009, p.36)

5.3 A ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

A estrutura organizacional da ONG segue algumas estruturas da Igreja Católica e as diretrizes da CNBB, como a regionalização por comunidades (bairros), paróquias (conjunto de comunidades) e assim por diante, que acabam por nortear o seu organograma, conforme a seguir (FIGURA 1):

FIGURA 1 - ORGANOGRAMA DA PASTORAL DA CRIANÇA.



Fonte: <<https://wiki.pastoraldacrianca.org.br/QuemSomos>>. Acessado em 10 de abril de 2015.

O organograma da Pastoral tem como base as Coordenações Comunitárias, compostas por líderes voluntários que agem localmente em suas comunidades. Em um nível acima, encontram-se as Coordenações de Ramo, que são responsáveis por um conjunto de comunidades e equivale territorialmente a uma paróquia, segundo a estrutura eclesial católica. O próximo nível engloba as Coordenações de Setores, responsáveis pelos ramos das Dioceses (regiões municipais) às quais pertencem. As Coordenações Estaduais são compostas pelas Dioceses dos estados e, por fim, a Coordenação Nacional gere todo o funcionamento da Pastoral da Criança no Brasil.

Cristiane Oliveira Reimberg explica a atuação dos voluntários dentro do organograma citado:

As líderes são pessoas da comunidade em que atuam. Elas discutem seus problemas. Delas saem as coordenadoras da comunidade e do setor. Algumas também são indicadas por coordenadoras para serem capacitadoras ou multiplicadoras, conforme mostram ter facilidade em falar com as pessoas e partilhar conhecimentos. Há encontros entre setores, regiões, estados e o nacional, onde a Coordenação Nacional ouve representantes de todo o país e ao mesmo tempo essas representantes trocam experiências. (REIMBERG, 2009, p.29)

Horizontalmente, acima de todas as coordenações, há três Conselhos: Econômico, Fiscal e Diretor. A Assembleia Geral acontece uma vez por ano, em Curitiba (sede nacional), com a participação de todas as Coordenações Estaduais, a fim de pensar e planejar as ações anuais da organização.

5.4 PERFIL DOS VOLUNTÁRIOS

Entender e identificar qual é o perfil dos voluntários da Pastoral da Criança é uma tarefa essencial para a própria Coordenação Nacional definir suas atividades. Nesse sentido, a organização busca fazer o levantamento de informações sobre todos os seus voluntários e, eventualmente, faz pesquisas a fim de atualizar esses dados. Sobre o perfil dos voluntários, Faxina expõe algumas características do quadro de voluntários na época da sua pesquisa:

89% dos voluntários são líderes comunitários, em sua imensa maioria pobres, que vivem nos próprios bolsões de pobreza e miséria e são responsáveis pela ação direta da entidade junto a mais de um milhão de famílias. Os demais voluntários são donas de casa, religiosas, professores, assistentes sociais, enfermeiras e outros profissionais liberais que ajudam na coordenação das atividades nas instâncias supra-comunidades e compõem equipes de capacitação e reciclagem nas mais diferentes áreas de atuação da entidade. (FAXINA, 2001, p.134)

Na pesquisa de Barbosa (2008) também foram identificados alguns aspectos mais específicos referentes ao perfil dos integrantes da organização:

A maioria dos líderes são mulheres oriundas das próprias comunidades onde atuam. [...] a escolaridade varia bastante de acordo com a cidade. A idade das participantes também varia incluindo-se adolescentes até senhoras com mais de cinquenta anos. Há um aspecto que é comum a todos os integrantes da PCç. Tanto os homens e mulheres, quanto as líderes ou coordenadoras declararam que a motivação para o trabalho voluntário advém dos valores evangélicos. (BARBOSA, 2008, p.106)

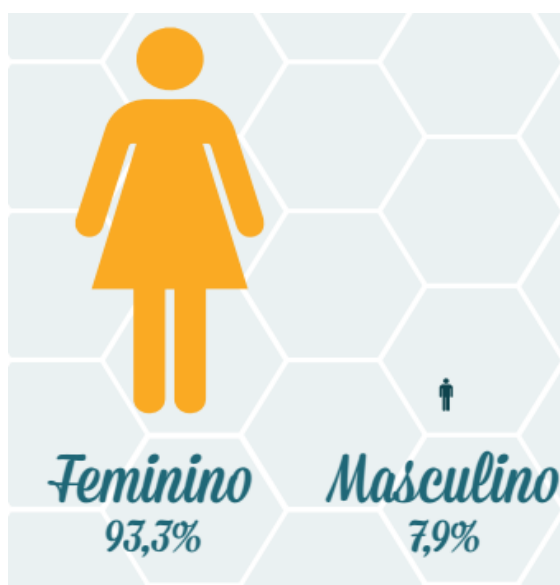
A equipe de comunicação da Coordenação Nacional da Pastoral da Criança disponibilizou para esta pesquisa alguns dados que retratam o perfil dos voluntários a nível nacional. A pesquisa foi realizada entre os meses de abril e maio de 2015, com 178 entrevistados do país inteiro. Esses dados também serviram para a organização fazer um comparativo com os dados mantidos no Sistema de Informação, que conta com os dados registrados no momento em que o voluntário ingressa na PC.

Os gráficos e infográficos a seguir apresentam um comparativo entre o levantamento da coordenação nacional e o levantamento feito para esta pesquisa a fim de identificar o perfil das voluntárias do ramo Santo Cândida, que é o objeto desse estudo. O levantamento desta pesquisa foi feito na reunião de setor realizada no dia 10 de junho de 2016. Na reunião estavam presentes oito voluntárias representantes das quatro comunidades ativas do ramo.

5.4.1 Gênero

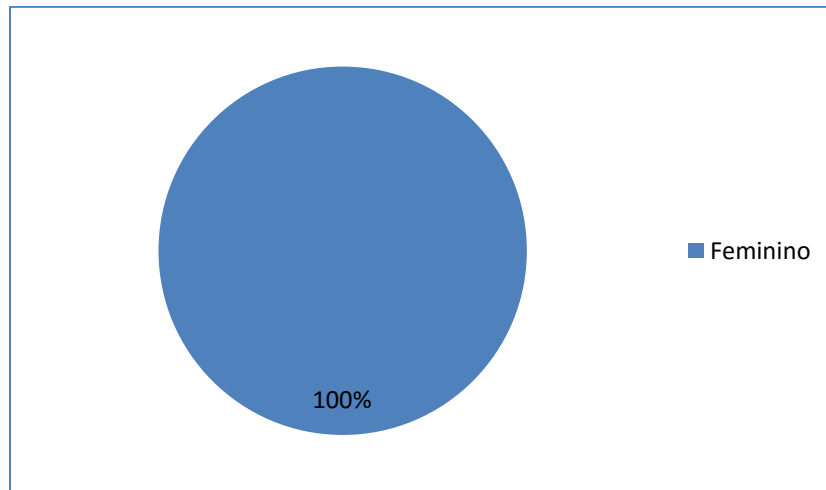
A pesquisa da Pastoral da Criança aponta que a grande maioria dos voluntários da organização são mulheres. No caso do ramo Santa Cândida, todas as voluntárias são mulheres.

GRÁFICO 1 – GÊNERO DOS VOLUNTÁRIOS – BRASIL



FONTE: Pastoral da Criança (2015)

GRÁFICO 2 – GÊNERO DOS VOLUNTÁRIOS – SANTA CÂNDIDA

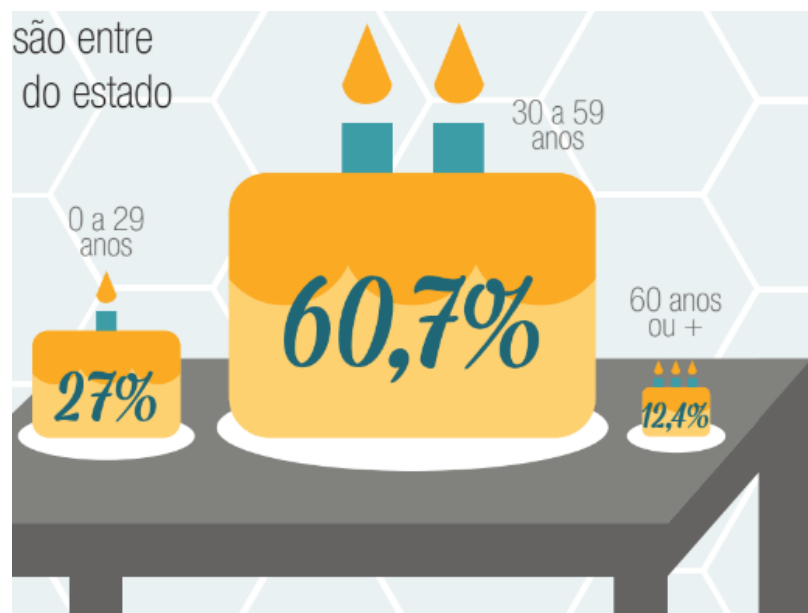


FONTE: A autora (2016)

5.4.2. Idade

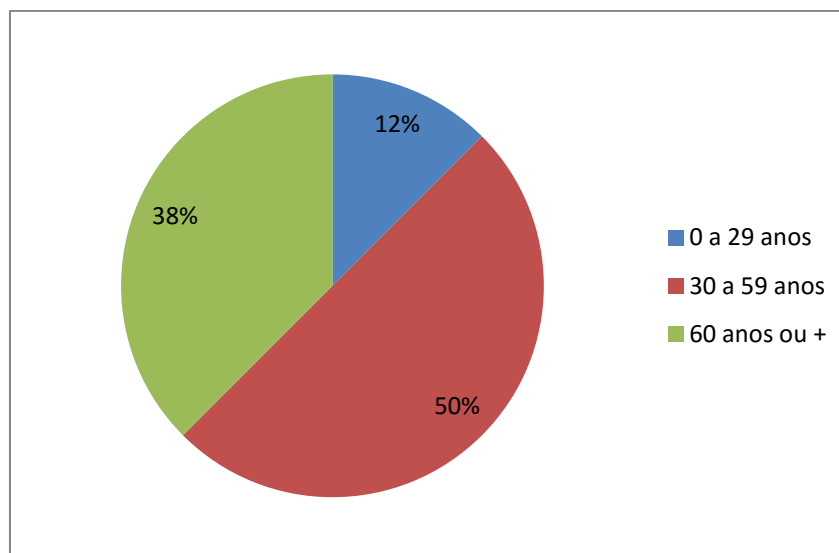
A nível nacional, a faixa etária entre 30 e 59 anos é a que conta com o maior número de voluntários, assim como no ramo Santa Cândida. Entre 0 e 29 anos é a faixa com o segundo maior número de voluntários no Brasil. Se tratando do ramo Santa Cândida, essa faixa é a que menos tem voluntários. Por consequência, os voluntários com mais de 60 anos são minoria a nível nacional, mas no ramo estudado essa faixa etária é a segunda em número de voluntários.

GRÁFICO 3 – IDADE – BRASIL



FONTE: Pastoral da Criança (2015)

GRÁFICO 4 – IDADE – SANTA CÂNDIDA



FONTE: A autora (2016)

5.4.3 Escolaridade

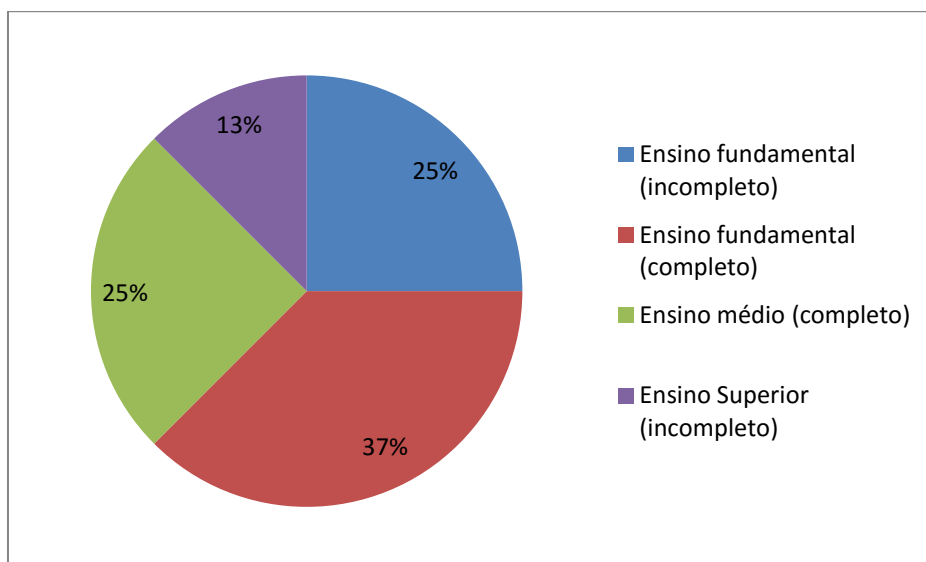
No levantamento referente à escolaridade dos voluntários nota-se uma variedade bem menor de opções citadas no ramo Santa Cândida em relação à pesquisa a nível nacional. Essa diferença é natural devido a amostra ser bem menor no ramo. De qualquer forma, é interessante identificar o perfil de escolaridade dos voluntários tanto na pesquisa nacional, quanto na pesquisa local.

GRÁFICO 5 – ESCOLARIDADE – BRASIL

Sem escolaridade	0,6%
Ensino fundamental (incompleto)	11,8%
Ensino fundamental (completo)	10,1%
Ensino médio (incompleto)	11,2%
Ensino médio (completo)	38,8%
Ensino superior (incompleto)	6,7%
Ensino superior (completo)	19,1%
Pós-Graduação	0,6%
Mestrado	0,6%

FONTE: Pastoral da Criança (2015)

GRÁFICO 6 – ESCOLARIDADE – SANTA CÂNDIDA



FONTE: Pastoral da Criança (2015)

5.5 VALORES INSTITUCIONAIS

Como pilares institucionais, definidos pela própria organização, encontram-se os seguintes conceitos, disponibilizados no site oficial da PC:

- Visão: Trabalhar por um mundo sem mortes materno-infantis evitáveis e onde todas as crianças, mesmo as mais vulneráveis, viverão num ambiente favorável ao seu desenvolvimento.
- Missão: Promover o desenvolvimento das crianças, à luz da evangélica opção preferencial pelos pobres, do ventre materno aos seis anos, contribuindo para que suas famílias e comunidades realizem sua própria transformação, por meio de orientações básicas de saúde, nutrição, educação e cidadania, fundamentadas na mística cristã que une fé e vida.
- Valores: Adesão à missão da Pastoral da Criança; ética (transparência, honestidade, justiça, equidade); simplicidade; não discriminação (raça, cor, profissão, nacionalidade, sexo, credo religioso ou político); compromisso com os resultados; perseverança; valorização das crianças, gestantes e das famílias; alegria em servir; multiplicar o saber; ir ao encontro, buscar proximidade.

- Crenças: Partilha e solidariedade; Deus se revela preferencialmente aos pobres; fé é vida: vivenciar a fé, por meio de ações concretas na comunidade; a glória de Deus é a vida.

A Pastoral da Criança consegue atingir toda a comunidade em que atua ao se preocupar com a formação para a cidadania de seus assistidos. Esta atuação se dá pelo acompanhamento a gestantes, crianças, famílias e comunidades, incentivando mães, pais e responsáveis a acompanhar e cuidar do desenvolvimento dos mais jovens, principalmente daqueles que vivem em situação de vulnerabilidade social.

5.6 ATIVIDADES

As atividades dos líderes voluntários da organização se baseiam em três etapas:

- Visita domiciliar mensal às famílias acompanhadas

Através das visitas mensais, os voluntários conseguem se aproximar da realidade de seus acompanhados, conhecendo sua família, residência e condições. É um momento importante para conseguir entender o universo do outro e gerar empatia. As visitas também têm o objetivo de compartilhar informações e instruções sobre saúde, nutrição, educação e cidadania com todos os membros da família. Desse modo, uma relação mais pessoal e profunda é estabelecida, o que facilita e estende a ação da Pastoral.

- Celebração da Vida - Pesagem mensal das crianças

As pesagens, que acontecem todo mês, são importantes para estabelecer um acompanhamento contínuo da saúde das crianças e gestantes. Com a formação que os voluntários recebem, é possível avaliar o estado de saúde dos acompanhados e fazer recomendações básicas, como o direcionamento para um médico especializado, caso necessário. Além do controle de peso, a Celebração da Vida também é um momento de confraternização entre famílias, crianças e voluntários, envolvendo brincadeiras, conversas e trocas de experiências. Eventualmente, quando a comunidade enxerga a necessidade de tratar de algum tema específico, as líderes também aproveitam o encontro para compartilhar informações e orientações

com as famílias. Esses momentos são norteados pela partilha de conhecimento e experiências.

- Reunião de Reflexão e Avaliação - Reunião mensal de líderes comunitários

Importantes para um processo de melhorias, as reuniões mensais dos voluntários servem para levantar *feedbacks*, compartilhar experiências, avaliar resultados e analisar novas oportunidades. O que é debatido nas reuniões é levado para a rotina de atendimento às crianças e suas famílias.

Dentro dessas etapas, a atuação da PC é norteadada por três tipos de ações: as básicas, as complementares e as opcionais.

5.6.1 Ações Básicas

As ações básicas, como o próprio nome diz, são o alicerce do trabalho da Pastoral. As três atividades citadas no item anterior compõe a categoria das ações básicas: Visita Domiciliar, Celebração da Vida e Reunião de Reflexão e Avaliação.

Além da capacitação que recebem, os voluntários são orientados para essas ações através do Guia do Líder, um livro de informações, orientações e ferramenta de controle destinado aos líderes de comunidade.

As ações básicas começam no atendimento às gestantes. Este público recebe instruções referentes à importância do pré-natal, da qualidade do parto, do aleitamento materno, sobre a nutrição da gestante, seus direitos e deveres, sobre a higiene e a vacinação. Trimestralmente, ocorre o acompanhamento do desenvolvimento da criança no útero da mãe, das queixas e sinais de risco. O apoio psicológico também é muito importante nesta etapa.

Para as crianças de 0 a 6 anos, as questões de desenvolvimento social, direitos e deveres também são orientadas diretamente ou direcionadas para os familiares. A aprendizagem das crianças e sua situação de saúde e nutricional são periodicamente analisadas. Higiene, saúde bucal e imunização também são temas que recebem atenção nas ações básicas.

5.6.2 Ações Complementares

As ações complementares são implementadas após as ações básicas e servem para expandir resultados, na medida em que complementam as ações perante os desafios encontrados no dia a dia do voluntário. Entre ações complementares há três frentes: Brinquedos e Brincadeiras, Articulador de Saúde e Alimentação e Hortas Caseiras.

Na frente Brinquedos e Brincadeiras, são formados brinquedistas por meio do Guia do Líder e de capacitação especializada, que terão um livro específico para seguir: o Brinquedos e Brincadeiras na Comunidade. A partir desta formação, os brinquedistas irão preparar os brincadores e, juntos, irão atuar no Dia da Celebração da Vida e outros momentos. Sua atuação é voltada para o desenvolvimento de brincadeiras em espaços limpos e seguros, oficinas de criação de brinquedos e resgate de brincadeiras locais. Para auxiliar nas atividades, a Pastoral disponibiliza brinquedos, livros e lápis de cor.

Os Articuladores de Saúde fazem a ligação entre os Conselhos Municipais de Saúde, os líderes e as famílias acompanhadas, tendo como missão prevenir a morte infantil e facilitar o acesso aos serviços de saúde para a comunidade. Entre as atividades deste grupo de voluntários está a participação nas reuniões dos Conselhos Municipais de Saúde, visita e fiscalização das Unidades Básicas de Saúde e compartilhamento de informações com líderes e comunidades.

Quanto à frente de Alimentação e Hortas Caseiras, há a formação de líderes que potencializam seus conhecimentos sobre alimentação saudável e o cultivo de hortas em ambientes domésticos e, a partir disto, compartilham seus conhecimentos com as famílias acompanhadas nas comunidades. Um manual de informações sobre o tema é disponibilizado para esses voluntários, contando com dicas, passo a passo e outras instruções. Essa atividade é disseminada através de conversas, práticas de plantio e práticas na cozinha.

5.6.3 Ações Opcionais

Passando das ações complementares para as ações opcionais, é possível defini-las como ações voltadas para necessidades específicas de cada comunidade,

que são percebidas durante a atuação dos voluntários e merecem certa atenção. São quatro frentes que compõem as ações opcionais, descritas nos próximos parágrafos.

A primeira das frentes de ações opcionais é a de Eliminação da Hanseníase. Em comunidades onde há casos de hanseníase é feito um trabalho de capacitação de líderes para que possam disseminar informações sobre a doença entre as famílias da PC. Através de conversas, aconselhamentos e campanhas de conscientização, esse trabalho tem o objetivo de esclarecer dúvidas e combater o preconceito que portadores da doença sofrem.

A segunda frente das ações opcionais é a Saúde Bucal. Novamente, os líderes são capacitados para instruírem todos os integrantes das famílias sobre alimentação adequada para a saúde bucal, correta higienização da boca e maneiras de evitar cáries e doenças de gengiva.

Outra ação opcional é a Mobilização e Tratamento da Água. O Guia do Líder traz algumas informações sobre a utilização da água, mas além desse material também há uma formação para os líderes potencializarem seus conhecimentos e transmitirem às famílias acompanhadas. Essa atuação é importante principalmente em comunidades onde não se encontra fácil acesso à água potável. O líder é capacitado para trabalhar quatro temas fundamentais em relação à mobilização a favor da água, são eles: captação, armazenamento, tratamento e consumo humano e animal.

Há também a frente dos Comunicadores Populares, voluntários capacitados para explorar e difundir os meios de comunicação populares, levando informação até as famílias através de jornais murais, folhetos, teatros, danças, dinâmicas e outras ferramentas. O objetivo desse trabalho é empoderar os seus participantes, tornando-os protagonistas da comunicação. Nesta área, também há um livro específico voltado para seus agentes, o Ação Comunicação Popular.

5.7 RESULTADOS DAS AÇÕES DA PASTORAL DA CRIANÇA

Um ponto importante que Barbosa (2008) ressalta é que os resultados das ações da Pastoral da Criança variam em cada comunidade do Brasil, pois existem

fatores diferentes em cada contexto, que influenciam no impacto das atividades desenvolvidas:

Em outras palavras, a PCç tem a fisionomia político-cultural do contexto social onde está inserida. A participação política, quer seja na comunidade paroquial ou do bairro, quer seja no município; depende do nível da consciência e da prática política de seus integrantes. É a consciência das líderes, das coordenadoras, dos integrantes do clero, e dos religiosos que fará com que a PCç, em sua prática sócio-educativa, transforme em maior ou menor profundidade a realidade de pobreza onde atua. (BARBOSA, 2008, p. 102-103)

Quando a Pastoral da Criança surgiu, um dos principais problemas sociais no Brasil era a mortalidade infantil. Na época, início da década de 1980, de cada 1000 crianças nascidas, 83 faleciam por causas evitáveis, fundamentalmente a desnutrição. Tal estatística era resultado da falta de informação, instrução e condições que grande parte da população vivia. Não só no Brasil, mas em muitas outras regiões pobres do mundo, este dado era parecido e foi a motivação principal para o início da atuação da ONG.

Com um trabalho bem estruturado, a PC conseguiu expandir suas atividades e influenciou diretamente na mudança de certas estatísticas que atingiam o país. Segundo Faxina (2001, p. 12), até a época em que sua pesquisa foi elaborada, haviam registros de um permanente crescimento, ano a ano, da organização. Esse fator seria algo incomum para a realidade das demais entidades pertencentes aos movimentos sociais, que contam com surtos pontuais de participação. Considerando esse período de crescimento ininterrupto e a abrangência de atuação que proporcionou, é possível notar o impacto da PC em certos índices brasileiros, que vêm melhorando ao longo dos últimos anos. Segundo dados do IBGE, em 2015 a taxa de mortalidade infantil está em 13,82 mortes para cada 1000 nascidos. Segundo o Relatório dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio de 2013, a proporção de pessoas desnutridas na população mundial diminuiu de 15%, em 1990-1992, para 8%, em 2010-2012. Mais uma vez, pode-se considerar que a Pastoral da Criança, com sua atuação global direcionada para as regiões mais carentes, influenciou na melhoria dos índices.

Além das questões nutricionais, a PC tem expandido constantemente sua atuação, tanto em termos territoriais, quanto em termos de variedade de atividades.

Isso influencia em diversas outras melhorias sociais, como o acesso à alfabetização, educação, recursos e cidadania. Segundo Reimberg:

Observando as ações da Pastoral da Criança, podemos afirmar que há uma conscientização para que as voluntárias e as mães das crianças atendidas conheçam seus direitos, podendo exigir que esses existam de fato, mas não se chega a pensar em uma mudança do sistema capitalista. (REIMBERG, 2009, p.34)

5.8 ABRANGÊNCIA E APORTE FINANCEIRO

Atualmente, o trabalho da Pastoral da Criança está presente em todos os estados brasileiros e em outros 17 países da África, Ásia, América Latina e Caribe.

No quadro a seguir, disponível no Sistema de Informação da Pastoral da Criança, é possível visualizar a abrangência nacional da organização.

FIGURA 2 - Situação de Abrangência da Pastoral da Criança no Brasil em 2014

Pastoral da Criança – CNBB Situação de Abrangência Brasil – ano 2014

Total de Crianças < 6 anos pobres no Brasil (Censo 2010)	9.461.523
Crianças menores de 6 anos acompanhadas pela Pastoral da Criança	1.188.335
% de crianças pobres acompanhados pela Pastoral da Criança	13%
Dioceses com Pastoral da Criança	267 (99%)
Paroquias com Pastoral da Criança	6.246 (55%)
Municípios com Pastoral da Criança	3.795 (68%)
Comunidades acompanhadas	34.850
Líderes Comunitários atuantes	106.532
Outros voluntários na comunidade	87.063
Total de voluntários	193.595
Média mensal de Famílias acompanhadas	975.933
Média mensal de Gestantes acompanhadas	68.066
Emissoras de Rádio com Programa Semanal 'Viva a Vida'	1.156

FONTE: Pastoral da Criança. Disponível em <<https://www.pastoraldacrianca.org.br/>>

Para mobilizar um número tão grande de voluntários e famílias, a Pastoral da Criança tem seu aporte financeiro proveniente de convênios, parcerias e doações. Dentro do site da PC, há uma plataforma chamada Wiki, onde é possível encontrar milhares de dados e informações sobre a sua atuação, além do Sistema de Informação da Pastoral da Criança, que também é um meio oficial de prestação de

contas da abrangência da organização. Dentro do próprio site também há uma página com os relatórios financeiros. O último relatório disponível corresponde ao período de 01 de Outubro de 2014 a 30 de Setembro de 2015. Assim como no site, este período será referenciado aqui como “2015”.

As fontes de recursos nacionais em 2015 são provenientes de alguns convênios firmados com instituições parceiras, que investiram milhões de reais em determinados projetos. São listados os seguintes parceiros do primeiro e segundo setor: Ministério da Saúde, Governo do Estado do Paraná, Associação de Amigos da Pastoral da Criança, Instituto e Banco HSBC, Fundação VALE, UNILEVER Brasil, Associação Evangelizar, GERDAU Aços.

Além desses convênios pontuais, a PC tem estabelecida uma parceria com as companhias de energia elétrica dos seguintes estados: Paraná, Bahia, Espírito Santo, Mato Grosso, Goiás, Pará, São Paulo, Santa Catarina, Tocantins, Alagoas, Rio de Janeiro, Ceará e Pernambuco. Esta parceria consiste em conquistar o apoio dos consumidores que, uma vez apoiadores, realizam a doação de um valor de sua preferência – sendo que as opções sugeridas são de R\$ 3,00, R\$ 7,00, R\$ 15,00 -, mensalmente, através da adição do valor escolhido em suas contas de luz. Este valor foi definido pela facilidade de captação e pela média histórica de gasto mensal com uma criança acompanhada. A verba arrecada é dividida da seguinte maneira: 80% do valor é utilizado na Comunidade/Ramo de onde originou-se a doação; 5% é encaminhado para a Coordenação de Setor; 5% é encaminhado para a Coordenação Estadual; 10% é destinado a um Fundo de Campanha Nacional. A meta é que gradativamente este sistema de captação de recursos se expanda para todos os estados brasileiros.

Dados do relatório financeiro gerado em 2015 estipulam o gasto mensal por criança acompanhada. Este valor é de R\$2,19 e inclui todas as atividades desenvolvidas na Pastoral da Criança voltadas para a criança, sua família e comunidade.

Algo interessante de se ressaltar é que a composição do valor total conta com doações pela conta de luz, doações diversas, parcerias pontuais, convênios e, como o maior valor, o capital humano voluntário. Esse último valor é estipulado com base no salário mínimo da época, a partir de um cálculo proporcional às horas mensais que um voluntário dedica à PC.

6 ELEMENTOS DE MOBILIZAÇÃO NA PASTORAL DA CRIANÇA

Como já foi abordado nos capítulos anteriores deste trabalho, a mobilização social é um processo construído coletivamente a fim de extinguir, ou pelo menos amenizar, desigualdades sociais que afligem determinados grupos. Esse processo de lutas por direitos é constituído por diversos fatores, tais quais as suas motivações, contexto e agentes envolvidos. Nesta dinâmica, é comum identificar projetos de mobilização mais desenvolvidos que outros, em diferentes pontos de maturação, com diferentes objetivos e variados formatos. Entretanto, alguns autores pontuam características comuns a todos os movimentos sociais – não como regra, mas sim como maneira de delinear e nortear as mobilizações.

Em sua obra, Paulo Freire (1987) trata sobre a relação entre os sujeitos ou grupos opressores e os oprimidos. É dessa relação que surgem os anseios por mudança, questionamentos sobre as divergências sociais e a mobilização social posta em prática. “Somente quando os oprimidos descobrem, nitidamente, o opressor, e se engajam na luta organizada por libertação, começam a crer em si mesmos” (FREIRE, 1987, p.52). Nesse sentido, o autor destaca a importância da ação por parte do oprimido, que deve ser sempre acompanhada de profunda reflexão para ser efetiva e, assim, culminar em uma libertação conjunta entre os homens. Freire (1987, p.31) também aponta que a luta deve ser um ato de amor. Todas essas características de mobilização citadas pelo autor, um dos principais estudiosos sobre as divergências de classes, estão claramente presentes no trabalho da Pastoral da Criança.

Neste capítulo serão apontados os elementos da mobilização social na Pastoral da Criança, considerando as definições de Toro e Werneck (1996) quanto às cinco dimensões básicas para estruturar um projeto de mobilização: propósito, atores, campo de atuação, coletivização e o acompanhamento de resultados.

6.1 PROPÓSITO

Para Toro e Werneck, a explicitação dos propósitos da mobilização deve ser o primeiro passo do processo.

Esse propósito deverá estar expresso sob a forma de um horizonte atrativo, um imaginário “convocante” que sintetize de uma forma atraente e válida os grandes objetivos que se busca alcançar. Ele deve expressar o sentido e a finalidade da mobilização. Ele deve tocar a emoção das pessoas. Não deve ser só racional, mas ser capaz de despertar a paixão. (TORO e WERNECK, 1996, p. 20)

Os autores também destacam que o propósito deve ser pautado por um consenso coletivo, onde as diferenças entre as pessoas devem ser respeitadas e a convivência deve ser democrática. O propósito, portanto, deve despertar a empatia das pessoas, ser democrático e ser o norte das ações da mobilização.

Buscando o propósito da Pastoral da Criança em seu *site* e outros materiais de comunicação, é possível afirmar que o que a organização define como “missão” se aplica às definições de propósito:

A missão da Pastoral da Criança é promover o desenvolvimento das crianças, à luz da evangélica opção preferencial pelos pobres, do ventre materno aos seis anos, por meio de orientações básicas de saúde, nutrição, educação e cidadania, fundamentadas na mística cristã que une fé e vida, contribuindo para que suas famílias e comunidades realizem sua própria transformação. (PASTORAL DA CRIANÇA, 2016)⁸

A PC ainda complementa a descrição da sua missão com uma frase bíblica: “Para que todas as crianças tenham vida em abundância” (Cf. Jo 10, 10)⁹.

A missão da Pastoral da Criança é primordialmente zelar pela vida das crianças nos aspectos saúde, nutrição, educação e cidadania. Essa motivação já poderia ser suficiente para mobilizar pessoas em prol da causa infantil, porém, ainda há o grande apelo emocional advindo dos princípios religiosos. Como já foi citado neste trabalho:

Há um aspecto que é comum a todos os integrantes da PCç. Tanto os homens e mulheres, quanto as líderes ou coordenadoras declararam que a motivação para o trabalho voluntário advém dos valores evangélicos. (BARBOSA, 2008, p.106)

A religião exerce um papel fundamental dentro da Pastoral da Criança, pois além de ter sido fundada no ambiente católico, os valores cristãos guiam as atividades da organização. Fazer o bem, ajudar os mais necessitados e a preocupação com o próximo são exemplos de ideais prezados pelos voluntários e

⁸ *Site* da Pastoral da Criança, Quem Somos, acessado em 10/06/2016.

⁹ Referência ao evangelho de João, capítulo 10, versículo 10, presente na bíblia católica.

demais públicos da PC. Todos esses princípios, quando explicitados pela Pastoral, exercem muito bem o papel de “imaginário ‘convocante’” citado por Toro e Werneck.

O zelo pela vida das crianças, norteado pelos valores evangélicos, é um propósito atrativo, que sintetiza o sentido e a finalidade das ações da organização, e tem mobilizado milhares de pessoas ao redor do mundo em toda a história da Pastoral da Criança.

6.2 ATORES

A partir dos valores tidos como o propósito da mobilização social, é preciso ter agentes que iniciem e levem a mobilização adiante. Toro e Werneck (1996, p. 22-25) indicam três categorias de atores desse processo, considerando que esses atores podem ser pessoas agindo individualmente ou em grupo.

Algumas pessoas ou instituições podem estar juntas desempenhando um destes papéis, outras vezes uma mesma pessoa ou instituição desempenha mais de um ao mesmo tempo. O que importa é que alguém esteja fazendo isto, com as preocupações, os critérios e os valores aqui discutidos. (TORO e WERNECK, 1996, p. 22)

6.2.1 Produtor Social

Pela definição de Toro e Werneck, o produtor social é a pessoa ou organização que oferece condições econômicas, institucionais, técnicas e profissionais para a concretização de uma mobilização social. O produtor social, em primeiro lugar, deve estar alinhado com o propósito do movimento, pois ele precisará apresentar e explicar a mobilização, a partir de seu propósito, para diversos públicos. Esse ator será responsável por gerir a construção da mobilização, por isso é importante que tenha certa legitimidade desde o início do processo, a fim de fortalecê-lo.

Os autores apontam algumas características necessárias aos produtores sociais, cuja classificação é feita a seguir:

- a. Respeito e confiança na capacidade das pessoas decidirem coletivamente sobre suas escolhas e o estímulo do desenvolvimento destes comportamentos;

- b. Crença na importância de se liberar a energia, a criatividade e o espírito empreendedor das pessoas e das coletividades;
- c. Capacidade de interpretar a realidade social;
- d. Capacidade de orientar um editor;
- e. Conceitos claros de democracia, cidadania, público e participação;
- f. Sensibilidade e tolerância.

Fazendo um paralelo desta definição com a estrutura da Pastoral da Criança, é possível afirmar que os produtores sociais da organização são a CNBB, o Conselho - por meio das Assembleias Gerais anuais - e a Coordenação Nacional da PC.

Ao fazer o convite para a fundação da PC, a CNBB oferece as primeiras condições institucionais para a construção de sua mobilização social. Vale ressaltar a legitimidade da conferência, a principal organização da Igreja Católica no Brasil. A CNBB também se enquadra claramente nas características (a) e (b) anteriormente citadas, considerando que o organismo não centralizou as atividades, pelo contrário, deixou a cargo da equipe da Pastoral da Criança a prática das ações sociais.

Os conselhos diretor, econômico e fiscal se reúnem na Assembleia Geral uma vez por ano e em reuniões trimestrais para definir e planejar as ações anuais da PC. Ao relacionar essa formação com as características definidas por Toro e Werneck, é possível dizer que os conselhos se enquadram em todas as características. Da mesma forma, é possível afirmar que a Coordenação Nacional também se enquadra em todas as seis características fundamentais dos produtores sociais.

As características (a) e (b) podem ser notadas ao constatar que a Coordenação Nacional e os conselhos são o topo de uma cadeia de diversos níveis hierárquicos, sendo que os níveis inferiores também contam com certa liberdade de expressão, organização e tomada de decisões. Ao incentivar o empoderamento das voluntárias, das crianças, das mães, das famílias e das comunidades, a PC mostra novamente que sua gestão preza pelo respeito e confiança em todos os seus públicos.

A característica (c), a capacidade de interpretar a realidade social, se revela em uma das ações básicas da PC: o contato direto com as famílias. É verdade que esse contato acontece por meio das líderes e demais voluntárias, mas os dados são

registrados e passados para a Coordenação Nacional, que os centraliza, analisa, faz o levantamento das informações sobre a sociedade e, a partir disso, na Assembleia Geral e no dia a dia, são traçadas medidas e ações pensadas na realidade das comunidades.

A característica (d) será mais bem explicada nos próximos subitens de “Atores”.

Por fim, as características (e) e (f) ficam visíveis já na definição dos propósitos da PC. Considerando a função estratégica e de gestão da Coordenação Nacional e dos conselhos, é possível afirmar que esse papel é norteado por princípios de democracia, cidadania, público, participação, sensibilidade e tolerância. A essência da PC é ser uma organização sensível à pobreza, tolerante com as diferenças e alinhada com a democracia. Além disso, um dos princípios e objetivos da organização é justamente o desenvolvimento da cidadania. É importante se aprofundar um pouco no conceito de público que Toro e Werneck (1996, p. 16) explicam em sua obra, para poder pontuar como as diretrizes da PC mostram o domínio sobre esse conceito:

A escola pública é a escola de todos e não a escola do governo, os espaços públicos são espaços de todos e não espaços do governo e assim por diante. O resultado da confusão que fazemos é ficarmos, muitas vezes, esperando que o governo cuide do que nós, coletivamente, deveríamos cuidar. Encaramos coisas e atitudes como dádivas e favores do governo, não como coisas públicas, conquistas e direito da sociedade. (TORO e WERNECK, 1996, p. 16)

Portanto, a atuação da Pastoral da Criança, na medida em que busca impactar a sociedade independente de ações governamentais, indica que suas diretrizes foram pautadas pelo conceito de público que Toro e Werneck defendem. Assim como a própria PC carrega o papel de agente responsável pelo desenvolvimento da sociedade, ela também estimula seus públicos a fazerem o mesmo em todos os âmbitos sociais.

Da mesma maneira que as diretrizes da Pastoral incentivam a ação e conscientização sobre o que é público, elas também incentivam a participação de seus agentes e impactados. A PC é construída a partir de informações levantadas por seus voluntários, de relatos e constatações de seus acompanhados, interpretadas em diferentes estágios de seu organograma, em um processo repleto de contribuições pessoais de todas as partes. Essa participação é importante na

mobilização social, pois é democrática e fundamental para o desenvolvimento social.

6.2.2 Reeditor Social

O reeditor social é a pessoa que “tem a capacidade de readequar mensagens, segundo circunstâncias e propósitos” (TORO e WERNECK, 1996, p. 24). Sendo assim, o papel desse ator é adaptar uma mensagem para que esta esteja alinhada com a sua realidade local.

Ele não reproduz um conteúdo o mais próximo possível da forma como o recebeu, mas o interpreta e amplia para adequá-lo naturalmente ao seu público. A qualidade de seu trabalho não é medida pela fidelidade ao conteúdo original, mas pelo enriquecimento da mensagem, pela sua adequação, através do uso de códigos, valores e experiências próprios daquele grupo, pelo correto entendimento dos propósitos e sentidos e pela participação que gerou. (TORO e WERNECK, 1996, p. 24)

Portanto, o reeditor deve estar intimamente ligado ao cotidiano do grupo com o qual pretende se comunicar.

Fazendo um paralelo com a Pastoral da Criança, quanto mais regionalizada for a atuação de um ator, mais oportunidade e necessidade de reedição esse indivíduo terá. Os membros da PC que mais se enquadram no quesito da regionalização e, conseqüentemente, na função de reeditores, são os atores das coordenações de setor e de ramo.

Os coordenadores de ramo são voluntários que, além de assumir este cargo, também continuam trabalhando em suas comunidades de origem. Essa dupla função os caracteriza como atores ainda mais próximos da realidade. O coordenador de ramo também visita frequentemente as Celebrações da Vida das demais comunidades do ramo. O contato direto com as comunidades o faz entender melhor o funcionamento da sua região, suas especificidades, as características das líderes e das famílias acompanhadas. É ele quem vai gerir as reuniões mensais, ouvir os relatos das líderes e repassar as informações e possíveis dúvidas e sugestões para o nível superior: a coordenação de setor. É também responsabilidade do coordenador de ramo levar as recomendações do setor para as líderes. Vale ressaltar que o coordenador de ramo é alguém próximo às líderes, que conhece o cotidiano, suas condições, limitações e possibilidades. Por isso, esse processo de troca de mensagens deixa de ser algo burocrático, formal ou puramente institucional

e passa a ser intimista e readequado a realidade local. A quebra da comunicação formal, aliada ao estímulo de relações interpessoais o mais próximas possível, é um aspecto fundamental da mobilização dentro da Pastoral da Criança, em todos os seus níveis.

A coordenação de setor não tem contato direto tão amplo e tão frequente com as famílias, tendo em vista que suas atribuições abrangem um número grande de comunidades. Entretanto, o coordenador de setor recebe as informações dos coordenadores de ramo, faz visitas às reuniões e celebrações da vida eventualmente, e também conhece o contexto de cada ramo. Esse conhecimento faz com que este coordenador busque a melhor maneira para repassar as informações necessárias ao seu público direto: coordenadores de ramo e líderes comunitários.

6.2.3 Editor

Segundo Toro e Werneck (1996, p. 25), o editor é o ator encarregado de pensar a estrutura da mensagem, seus códigos e formas. O editor deve considerar que esse conteúdo precisa chegar aos reeditores de uma maneira flexível, passível de adaptações que garantam seu melhor entendimento pelo público final.

Neste sentido, a equipe de comunicação da Coordenação Nacional da Pastoral da Criança pode ser considerada o grupo editor da organização. A coordenação nacional agrega as informações importantes, dados, pesquisas e orientações que devem ser repassados para os demais níveis da PC. É a equipe de comunicação que se encarrega de estruturar manuais, livros, informativos, *site* e demais materiais de comunicação que contêm as mensagens e orientações que embasam todo o trabalho da Pastoral.

Eventualmente, as coordenações setoriais também exercem o papel de editores, considerando que situações e cenários diversos podem impactar regiões específicas, influenciando o trabalho da Pastoral da Criança.

É importante considerar que, na estrutura organizacional da PC, praticamente todos os níveis são tanto receptores quanto emissores de mensagem. Nessa dinâmica, é muito recorrente uma pessoa ou grupo executar mais de uma função de ator dentro da organização. Também é preciso considerar que a atuação da PC atinge regiões muito distintas no mundo todo, o que culmina em diversas variáveis

muito relativas, como a personalidade de cada envolvido e as realidades locais. A diversidade de cenários onde a Pastoral atua torna fundamental a liberdade criativa e de expressão dos atores em todo o processo.

6.4 CAMPO DE ATUAÇÃO

O campo de atuação dos atores de um processo de mobilização, muitas vezes, pode ser uma incógnita para os mesmos. Não necessariamente por dificuldade em identificar o espaço, mas sim porque nem sempre as possibilidades de atuação são nítidas. É o que Toro e Werneck (1996, p.26) explicam ao sinalizar que: “Pode ser que no primeiro momento, os reeditores, grupos ou pessoas precisem de apoio para identificar possíveis formas de atuação. É o problema do campo de atuação”.

Por isso, segundo os autores, é fundamental que os produtores sociais da organização se preocupem em oferecer condições para que os demais atores identifiquem as possibilidades de atuação e, a partir disso, as façam com clareza e segurança.

Nesse sentido, para garantir a eficácia da atuação, o projeto de mobilização deve oferecer:

Compreensões adequadas ao campo de atuação de cada participante: explicações sólidas sobre os problemas a resolver, situações a criar ou modificar, sentido e finalidade das decisões a tomar e das ações a seguir em seu campo diários de trabalho; Indicações das decisões e ações que estão ao alcance das pessoas dentro de seu campo de atuação e trabalho e a explicação de como e porquê contribuem ao propósito buscado. (TORO e WERNECK, 1996, p. 26)

Ao fazer um paralelo dessas definições com a atuação da Pastoral da Criança, vale ressaltar um ponto muito importante: a grande maioria dos voluntários atua em regiões próximas as suas casas, nos seus próprios bairros ou comunidades. Essa realidade faz com que o campo de atuação dos voluntários seja um espaço familiar, do qual se tem conhecimento. Como as regiões que a pastoral atende geralmente são carentes, os atores se identifiquem ainda mais com o propósito da Pastoral da Criança. Afinal, na maioria das vezes, eles não são apenas expectadores ou analistas da realidade, eles são pessoas que vivem a realidade local, conhecem os problemas a partir de suas próprias experiências. A vivência no

campo de atuação traz um olhar diferenciado para a mobilização. Essa sensibilidade é muito importante para o desenvolvimento das ações da PC, pois quanto maior for a proximidade com o local e as pessoas acompanhadas, maiores as chances de solucionar problemas e atingir objetivos.

Outra questão relevante na Pastoral da Criança são os cursos, treinamentos e materiais educacionais. No momento em que as voluntárias são instruídas por essas ferramentas - principalmente as líderes comunitárias na capacitação inicial -, são feitas as explanações que Toro e Werneck apontam como necessidades básicas para o processo de mobilização. O Caderno do Líder, as campanhas pontuais, os materiais de divulgação, as reuniões mensais e toda a estrutura que a Coordenação Nacional oferece para a atuação da PC são instrumentos de conhecimento. Esses instrumentos orientam as voluntárias, explicam os problemas, apontam possíveis soluções, ajudam a identificar o campo de atuação, reforçam o propósito da organização, buscam situar os atores em seus campos e mostrar as possibilidades de atuação.

Toro e Werneck (1996, p. 26) apontam que “o repertório de sugestões deve ser suficientemente claro, aberto e estimulante”. O estímulo precisa ser maior do que a imposição, a fim de que as pessoas busquem maneiras diferenciadas e mais adequadas a cada contexto para concretizar a mobilização.

Referente ao estímulo à busca de ações criativas, considerando o que foi observado nesta pesquisa, é preciso reconhecer que, de maneira geral, essa abertura é concretizada no máximo até o nível da Coordenação de Ramo. Nos níveis de atuação mais próximos ao público final, o que é o caso dos líderes comunitários e apoio, é possível notar certa passividade no que tange o repasse de informações. Nesses níveis, as voluntárias passam a ser mais “multiplicadoras” das informações. Toro e Werneck (1996, p.24) citam brevemente sobre a atuação dos multiplicadores, afirmando que esses reproduzem o conteúdo da maneira mais fiel à mensagem recebida, o que não necessariamente é sinônimo de perda de qualidade da atuação.

Entretanto, mais uma vez, vale ressaltar os diferentes perfis de atores e dentro da PC. É claro que, dependendo do voluntário, ações criativas podem surgir em qualquer nível ou campo de atuação. Como afirmam Toro e Werneck (1996, p. 27): “A esse campo concorrem fatores, conceitos e decisões; alguns que são

modificados por outros atores”. Sempre haverá variedades específicas, naturais do comportamento social humano.

6.5 COLETIVIZAÇÃO

A coletivização é o processo de tornar a mobilização social algo compartilhado. O sentimento de coletividade garante estabilidade para uma mobilização, além de ser um incentivo para seus agentes.

Neste item, Toro e Werneck (1996, p. 30) mostram quão importante é o papel da comunicação em um processo de mobilização social, pois é a partir do compartilhamento de informações e conhecimento que se conquista a coletivização. Espera-se que as pessoas impactadas pelas informações não as vejam como algo meramente promocional, mas que sejam engajadas por aquela mensagem, a ponto de também se tornarem multiplicadores da informação. “Para o sucesso de uma mobilização é preciso que todos que dela participam tenham um comportamento comunicativo, tenham interesse e disposição para consumir e fornecer informação” (TORO e WERNECK, 1996, p. 30).

Em seu texto, os autores dão como exemplo de coletivização justamente o processo que ocorre na Pastoral da Criança:

Podemos citar como exemplo a experiência de atendimento à saúde infantil, da Pastoral da Criança. O sistema se baseia na atuação de líderes comunitárias, que realizam o acompanhamento das crianças de sua comunidade. Ao final do curso preparatório, elas recebem um diploma, uma agenda de acompanhamento (o “Caderno da Líder Comunitária”) e uma camiseta silkada com o símbolo da Pastoral. Esta camiseta é uma das formas de coletivizar a ação das líderes. Ao vestirem esta camiseta elas se sentem e são percebidas pela comunidade como participantes de um grupo muito maior, que transcende a comunidade, que legitima a sua ação e lhe confere um reconhecimento social. Elas se sentem conectadas, “coletivizadas”, desenvolvem um sentimento de pertinência (TORO e WERNECK, 1996, p. 30).

Além das ações citadas, que levam o sentimento de pertinência às líderes comunitárias, vale citar outros processos dentro da Pastoral que trazem o mesmo sentimento. Como exemplo, as visitas às casas das famílias, que são caracterizadas pela troca de informações. A líder comunitária vai até a casa, abre um diálogo direto e interpessoal com a família (geralmente a mãe da família conversa com a líder), através do qual consegue captar diversas informações, não apenas pelo que ouve,

mas também pela observação do ambiente e da rotina na casa. Além de captar as informações, a líder também exerce o papel de repassar orientações, sugestões e outras mensagens. Esse processo acontece em uma vizinhança, o que acarreta em um fluxo de diálogo que não se restringe a líder comunitária e família, mas também passa ser entre famílias vizinhas, entre os membros de uma família, amigos etc. O trajeto de visita que a líder faz é um trajeto de compartilhamento de informações, sugestões e novidades, além de representar o convite para a próxima celebração da vida que acontecerá na comunidade.

Outro exemplo de coletivização aplicada na Pastoral da Criança é a campanha “Dormir de barriga para cima é mais seguro”. A organização liderou essa campanha em 2009 e segue até hoje difundindo a informação, que contraria uma recorrente e incorreta crença popular: a de que os bebês devem dormir de lado. A campanha já contou com diversos meios de divulgação, como mobiliários urbanos, folder, cartazes e até mesmo VT veiculado em rede nacional. O compartilhamento dessa informação foi amplo e dados sugerem que grande parte da população mudou seus hábitos. Segundo uma pesquisa realizada por Rubia Maestri, enfermeira e doutoranda da PUCRS, antes da campanha, apenas 23,1% dos médicos pediatras indicavam para seus pacientes a posição de barriga para cima para o bebê dormir. Após a campanha, esse dado passou para 76,2%.¹⁰

Os materiais de divulgação utilizados pela Pastoral da Criança, aliados à prática do diálogo e ao acompanhamento de ações levam a organização a um patamar profundo de coletivização.

6.6 ACOMPANHAMENTO DE RESULTADOS

O processo de mobilização é constituído de diversas partes, como visto nos subcapítulos anteriores. Propósito, atores, campo de atuação e coletivização devem ser construídos e conquistados democraticamente, através de uma comunicação sincera e estimulante. Porém, o estímulo e o objetivo tendem a perder forças quando os resultados da mobilização não são mensurados e divulgados.

¹⁰ Informações sobre a pesquisa foram retiradas de matéria pública no portal G1 < <http://goo.gl/IURW3q>>, acessado em 13/06/2016

Um processo de mobilização requer ainda que sejam identificados critérios e indicadores que permitam a cada pessoa saber se seu entorno e se todo o campo de ação do movimento estão mudando na direção desejada. (TORO e WERNECK, 1996, p. 30).

Na Pastoral da Criança, a mensuração e acompanhamento de resultados estão presentes muito claramente em uma das três ações bases da organização: a Celebração da Vida. É nesse momento que acontece a pesagem das crianças, as mães e gestantes respondem diversas perguntas sobre o desenvolvimento da criança no mês em questão e todos os dados são registrados no Caderno do Líder. Os dados coletados são repassados para um documento de controle mensal, a FABS, que são preenchidas em outro momento em que também fica nítida a mensuração dos resultados: a Reunião de Reflexão e Avaliação. As FABS são enviadas à Coordenação Nacional, organismo que centraliza essas informações advindas de todas as partes do país. Esse processo é um dos pilares da atuação da Pastoral da Criança porque é a partir desses dados que a organização mapeia a saúde infantil no Brasil, identifica problemas e consegue sugerir soluções e outras orientações. As informações e estatísticas são disponibilizadas no *site* da Pastoral da Criança, além de serem compartilhadas com os coordenadores em todos os níveis, até chegar novamente à comunidade através de novas ações, recomendações e ideias.

7 COMUNICAÇÃO NA PASTORAL DA CRIANÇA

Como uma organização de grande porte, estrutura bem definida, com diferentes públicos, que apresenta números expressivos e conta com diversas atividades, a Pastoral da Criança tem há 23 anos um setor de comunicação que dá suporte para a sua divulgação, crescimento, abrangência e resultados. Desde a comunicação interpessoal - presente na visita familiar, Celebração da vida e reuniões - até a comunicação institucional - por meio de assessoria de comunicação e outras ferramentas -, a PC tem uma ampla estrutura comunicacional que acompanha todo o processo de mobilização social da organização.

7.1 O SETOR DE COMUNICAÇÃO

Aline Lima (2007) destaca a importância que tem a preparação da equipe de comunicadores. É preciso que esses profissionais compreendam que a comunicação a ser desenvolvida em uma entidade social requer planejamento a ações diferenciadas. Lima aponta que a área de comunicação da Pastoral da Criança era dividida em dois pilares na época de sua pesquisa: o Setor de Relações Institucionais e o Setor de Comunicação Interna.

Atualmente, não existe mais essa divisão dentro do setor e a comunicação é pensada como um todo, de maneira integrada. Entretanto, as atividades citadas por Lima continuam sendo basicamente as mesmas. Essas atividades serão apresentadas aqui conforme a divisão apontada pela autora, com a ressalva de que as ações descritas continuam sendo praticadas mesmo com um setor de comunicação integrado.

Segundo a autora, o Setor de Relações Institucionais era responsável pelo relacionamento da PC com os meios de comunicação e com a sociedade em geral. Quanto ao Setor de Comunicação Interna, Lima afirma que ele:

Responde pela elaboração e produção organização dos materiais educativos impressos e audiovisuais utilizados para promover a difusão de informações e a capacitação continuada das bases da Pastoral (coordenações, lideranças e comunidades). Esses materiais de comunicação, por tratarem de temas atuais e de interesse público, configuram-se como importantes colaboradores na ação social e suportes no trabalho de mobilização social. (LIMA, 2007, p. 104-105)

Pelo pilar das Relações Institucionais, os comunicadores eram responsáveis pela assessoria de imprensa, pela manutenção do site da organização e por outras atividades de relacionamento com diversos públicos, tais quais:

[...] organização de eventos, articulação com empresas, entidades sociais e instituições de governo; intermediação de contatos com personalidades, autoridades de governos e da sociedade civil; e organiza a secretaria e assessoria da coordenadora nacional da Pastoral da Criança, Dra. Zilda Arns Neumann¹¹. O setor responde também pela ação complementar de envolvimento da Pastoral da Criança com o controle social das Políticas Públicas, a atualização e manutenção da Rede Brasileira de Informação e Documentação sobre a Infância e Adolescência – REBIDIA. (SETOR DE RELAÇÕES INSTITUCIONAIS, 2006, p.1 apud LIMA, 2007, p. 104)

Ainda segundo Lima (2007, p. 105-106), outra ação desenvolvida diz respeito ao desenvolvimento de técnicas e capacitação dos líderes para que desempenhem uma das principais, e mais frequentes, atividades comunicacionais da PC: a comunicação pessoal e grupal. O setor também conta com o desenvolvimento gráfico de materiais educativos, que engloba tanto materiais de divulgação de assuntos específicos, como questões de saúde, bíblicas e dicas para a organização de encontros, quanto os materiais básicos, como o Caderno do Líder da Pastoral da Criança e o Guia do Líder.

O Jornal Pastoral da Criança foi uma importante ferramenta de comunicação da organização. Por mais de vinte anos o jornal foi distribuído em todas as comunidades do Brasil, informando sobre os acontecimentos e conquistas da Pastoral. No ano de 2015, o jornal, que era produzido mensalmente, foi substituído por uma revista. A partir do segundo semestre desse ano, a nova ferramenta passou a ser produzida trimestralmente e conta com um conteúdo mais completo.

Além da revista, outro meio de comunicação utilizado pela PC é o programa de rádio Viva a Vida. O programa é semanal, gratuito, com duração de 15 minutos, e é distribuído para quase 1500 emissoras presentes nas comunidades mais carentes do Brasil. O objetivo é levar informações sobre saúde, nutrição, educação, direitos, organização comunitária e outros de interesse desse público, através de um meio de comunicação popular, barato e direto: o rádio. Há dois polos de produções de conteúdo do programa radiofônico: um em Curitiba, que atinge as regiões Sul,

¹¹ É preciso considerar que esse texto foi escrito antes da morte da Dra. Zilda Arns, que faleceu durante um terremoto no Haiti em 2010. As demais atividades dessa citação continuam existindo, ainda que, como já citado, não há mais a divisão interna entre comunicação interna e externa.

Sudeste e Centro-oeste; e outro em Teresina, Piauí, que produz material para as regiões Norte e Nordeste do país. Os programas também constituem um meio de formação contínua dos voluntários, que recebem informações e atualizações através desse canal.

Eventualmente, o setor de comunicação também é encarregado de produzir vídeos que têm o objetivo de atingir, através de uma linguagem visual e acessível, os voluntários e famílias acompanhadas pela PC.

Como já explicado neste trabalho, a comunicação em um projeto de mobilização social é caracterizada, principalmente, como popular e alternativa. Porém, no caso da PC, devido a sua proporção e relacionamentos institucionais, também são utilizados meios de comunicação de massa. Reimberg resume a comunicação na Pastoral e suas duas frentes, a comunicação de massa e a popular:

Está na mídia, por meio de sua assessoria de imprensa, que distribui releases, articula entrevistas para reportagens em TVs e trabalha para que as ideias e ações da Pastoral da Criança cheguem à sociedade. [...] Por outro, no seu trabalho de comunicação interna, produz o jornal e programas de rádio que primam em promover a cidadania e levar informações educativas sobre saúde, com espaços e estímulos para que sua leitora e seu leitor – voluntários – também sejam produtores. (REIMBERG, 2009, p. 85)

A mesma autora destaca a comunicação popular como a principal vertente da comunicação na Pastoral da Criança. Tal conclusão foi obtida através da análise de todos os meios de diálogo da PC, onde sempre há espaço para dar voz aos seus públicos e defender a cidadania:

Já a Pastoral da Criança faz uma clara opção em defesa da comunicação popular, executando o direito das líderes em comunicar, ao enviarem notícias para o jornal, e ouvindo os representantes eleitos das regiões para pautar os assuntos que aparecerão em relação à saúde, educação e cidadania. Podemos dizer o mesmo do programa de rádio Viva a vida, que traz informações que giram em torno dessas temáticas como entrevistas com especialistas ao mesmo tempo em que se incentiva que cada emissora de rádio ou cada voluntário reconstrua o programa a partir da realidade de sua região. (REIMBERG, 2009, p. 94-95)

7.2 COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

É possível afirmar que a estrutura do setor de comunicação da PC e suas atividades estão alinhadas com um planejamento estratégico, pois, como define

Peruzzo, as organizações de cunho social também se relacionam com diversos públicos de interesses. Os exemplos de público que a autora dá são condizentes com os públicos da Pastoral da Criança:

Essas organizações também se relacionam com diversos públicos, tais como moradores de uma localidade, grupos organizados, meios de comunicação, fornecedores, parceiros, apoiadores, doadores (efetivos e potenciais), lideranças, poder público, instituições educacionais, fóruns de entidades, equipe interna (diretoria, funcionários), voluntários, conselhos, população em geral. (PERUZZO, 2009, p. 168)

Para muitos, em um primeiro momento, a elaboração de um planejamento estratégico está muito mais associada às organizações do segundo setor, que têm interesses mercadológicos visando o lucro, do que com uma entidade do terceiro setor, como é o caso da Pastoral da Criança. A questão é esclarecida por Kunsch (2007, p. 295), que cita ONGs que conquistaram visibilidade devido a uma comunicação planejada, que é o caso de organizações ambientais, como o Green Peace, movimentos sociais pautados pelos direitos das mulheres, dos negros, dos portadores de necessidades especiais, entre outros. A autora defende que as organizações populares não só podem como devem fazer uso dos princípios e técnicas de planejamento. Afinal, se suas pautas seguirem um planejamento estratégico adequado e participativo, suas ações terão maior efetividade e visibilidade.

Assim como o objetivo de visibilidade é útil para empresas gerarem mais lucro, o mesmo fator favorece os movimentos sociais à medida que esses, uma vez que ganham exposição, também ganham maior adesão e difusão. No caso da PC, ter um setor de comunicação estruturado contribui muito para o desenvolvimento e maior impacto de suas ações, considerando que a instituição é conhecida e tem espaço na mídia nacional.

7.3 A COMUNICAÇÃO COMO INSTRUMENTO DE MOBILIZAÇÃO SOCIAL NA PASTORAL DA CRIANÇA

Analisando a estrutura da PC e as ações apresentadas até aqui, é possível afirmar que a comunicação tem papel fundamental dentro da organização e, a partir disso, é valorizada e ganha espaço de desenvolvimento.

As ações comunicativas da Pastoral da Criança são fundamentais para a reflexão da líder e para promover um constante aprendizado. O jornal, os guias e os programas de rádio têm um caráter educativo. Trazem informações sobre saúde e cidadania, muitas vezes, de forma didática. (REIMBERG, 2009, p.69)

Durante o desenvolvimento desta pesquisa, foi possível notar que as ações comunicativas estão presentes em todas as etapas do processo de mobilização na Pastoral. Ao analisar elementos como os materiais impressos, o site da organização, o sistema de informações e o portal da transparência *online*, a relação interpessoal dada, principalmente, nos momentos de visita, pesagens e reuniões mensais, as campanhas de conscientização, entre outras ações, foi constatado que a comunicação popular toma forma clara dentro da organização.

Para analisar melhor a importância das ações comunicativas dentro da PC, foram eleitos quatro elementos que serão apresentados nos próximos itens. Essa análise não trará a comunicação como instrumento de divulgação puramente. Ela será centrada no compromisso da comunicação com a mobilização social.

7.3.1 Guia do Líder

O Guia do Líder é um dos principais elementos da mobilização da Pastoral da Criança. O Guia consiste em um livro de 304 páginas que traz diversas informações sobre o trabalho da PC, o papel do líder comunitário e sobre as fases do desenvolvimento da gestante e da criança desde o nascimento até 6 anos de idade.

Este material é primordialmente estudado na capacitação dos líderes - o treinamento inicial, de aproximadamente 50 horas, que prepara os voluntários para a atuação social na organização. A capacitação é facilitada pela atuação de voluntários chamados "capacitadores", que já atuam na Pastoral e foram treinados para essa atividade. Neste processo, os futuros líderes são instruídos detalhadamente sobre o trabalho que irão executar.

Além dos capítulos iniciais - que introduzem os valores e as atividades da Pastoral da Criança - e o capítulo final - que aborda a missão da organização -, o Guia do Líder é dividido em 16 capítulos, cada um trazendo informações sobre uma fase do desenvolvimento da criança, desde a gestação, passando pelo nascimento, até a fase entre quatro e seis anos.

Entre as informações que são abordadas no Guia do Líder estão diversas orientações sobre saúde e higiene: conhecimentos básicos, explicações sobre doenças, sugestões de tratamento etc. A equipe de comunicação é responsável por formatar e revisar os materiais, a partir do trabalho de uma equipe técnica multidisciplinar que elabora o conteúdo. Essa equipe é composta por profissionais de áreas como enfermagem, nutrição, educação, entre outros. A definição dos conteúdos abordados também advém do conhecimento empírico que os voluntários da PC adquirem ao longo de suas atuações – o que fica claro ao constatar sessões como “Queixas mais comuns” no Guia.

Apesar do conteúdo especializado e técnico, a maneira como a mensagem é exposta é de muito fácil acesso. As palavras são comuns, os textos de fácil compreensão, a linguagem é simplificada, muitas vezes até coloquial. Há também o grande uso de imagens, ilustrações, tabelas e boxes que dão destaque à informação. Esse uso da linguagem democratiza o acesso às informações do Guia, o que é muito importante para atingir todos os variados perfis de voluntários.

Além dessas características, aparecem com certa frequência no material alguns trechos bíblicos. Essas passagens reforçam o caráter religioso que norteia as ações da PC e também são um meio de sensibilizar e comprometer os líderes. No capítulo anterior foi citada a importância do propósito em uma mobilização social. No caso da Pastoral da Criança, esse propósito é a causa da saúde e desenvolvimento infantil, aliada aos valores do evangelho. Sendo assim, a presença de trechos bíblicos no Guia do Líder reforça o papel do evangelho na sensibilização dos voluntários da Pastoral da Criança.

O Guia também apresenta o passo a passo da atuação do voluntário. Essa explicação aborda as três ações principais da organização: a Visita Domiciliar, a Celebração da Vida e a Reunião para Reflexão e Avaliação. As instruções para o preenchimento do Caderno do Líder (item que será melhor apresentado mais a frente) também são abordadas no Guia. Essas instruções não são apresentadas em um capítulo único, mas aparecem conforme surgem brechas para relacionar as orientações relativas à saúde, nutrição, educação e cidadania e a mensuração dos resultados feita no Caderno do Líder.

É importante ressaltar a atenção que a Coordenação Nacional dá para o Guia do Líder, que é a base para a atuação do voluntário. Há todo um cuidado na construção desse material educativo:

Constantemente, ele passa por atualizações e melhorias, que consideram tanto os avanços de legislação, das áreas da saúde, da nutrição e do desenvolvimento infantil, quanto sugestões dos líderes, em especial dos voluntários que atuam também como capacitadores e multiplicadores do Guia do Líder em suas regiões (PASTORAL DA CRIANÇA, 2016).¹²

A importância desse material também é exposta no seu próprio conteúdo. Os líderes são instruídos a recorrer ao Guia – considerando que cada líder tem o seu exemplar, recebido na capacitação - sempre que necessário, nos momentos de dúvidas, diante de situações novas, etc.

Durante a participação como observadora em uma reunião mensal, foi questionado a Coordenadora do Ramo Santa Cândida como era feita a utilização do Guia do Líder. Pelo depoimento, constatou-se que o Guia poderia ser mais bem aproveitado no dia a dia das voluntárias. A utilização e a importância do material durante a capacitação é valorizada e inquestionável, mas após o treinamento, ao longo do tempo, perde-se o hábito de recorrer ao material diante de dúvidas e questionamentos. Por um lado, o conhecimento é absorvido com a prática e o trabalho voluntário ganha um certo caráter instintivo, porém, de qualquer forma, a própria voluntária afirma que se o Guia do Líder fosse sempre usado conforme as instruções da capacitação, o trabalho poderia ter resultados potencializados.

7.3.2 Caderno do Líder e FABS

Aliado ao Guia do Líder, o Caderno do Líder também constitui a base do trabalho voluntário da Pastoral da Criança. No Caderno, a líder registra mensalmente os indicadores de cada gestante e criança acompanhada na comunidade. São 29 questões - algumas destinadas ao acompanhamento da criança, outras da gestante - que devem ser respondidas com base na Visita Domiciliar e na Celebração da Vida. Entre as questões estão perguntas sobre o peso, acompanhamento médico e vacinas.

¹² Anexo 1.

As 29 questões citadas estão presentes na primeira parte do Caderno. A segunda parte objetiva o registro do não atendimento de criança ou gestante pelo serviço de saúde. Na terceira parte, devem ser registrados os óbitos, se acontecer algum entre as gestantes ou crianças acompanhadas. Por fim, a quarta parte é um compilado dos acompanhamentos mensais. Como na primeira parte as questões são respondidas em referência a cada gestante ou criança atendida, a quarta parte é um resumo do mês considerando todas as pessoas acompanhadas na comunidade. Nesta última parte, são 30 questões que contabilizam alguns dados como o número de crianças pesadas, de gestantes que realizaram consulta pré-natal, de vacinados, etc.

Também constam no Caderno do Líder dois quadros de informações básicas que auxiliam as voluntárias em suas atividades: um calendário de vacinas nacionais para as crianças; e uma relação de sinais de perigos no desenvolvimento da gestação e da criança.

Vale ressaltar que, assim como o Guia do Líder e todos os outros materiais educativos da Pastoral da Criança, o Caderno do Líder e a FABS são compostos por textos simples, planejados para serem de fácil assimilação.

Com o Caderno do Líder preenchido, as informações são repassadas pelas líderes para outro material mensal, as Folhas de Acompanhamento das Ações Básicas de Saúde (FABS). O preenchimento correto desses materiais é essencial para o acompanhamento dos resultados das ações de mobilização. A Pastoral da Criança conta com um processo de repasse dessas informações que, ao chegarem na Coordenação Nacional, alimentam um banco de dados e contribuem para análise das atividades e resultados desenvolvidos em todo Brasil. Dessa maneira, é possível identificar os destaques de cada região, os pontos fortes, os pontos a melhorar, pensar em novas ações, etc. Esse levantamento de dados é fundamental para o planejamento estratégico da Pastoral da Criança.

O preenchimento correto do Caderno do Líder e da FABS não é importante apenas para a Coordenação Nacional, ele também tem impacto direto nas comunidades. A cada três meses, a Coordenação Nacional encaminha às comunidades um retorno sobre as atividades realizadas no período. Nem sempre esse retorno é positivo ou consiste exclusivamente em elogios. Muitas vezes, o retorno é um meio de chamar a atenção para os pontos que precisam ser

melhorados ou receber uma atenção especial. Ou seja, por meio da dinâmica de retornos trimestrais, os voluntários conseguem analisar com mais clareza os resultados das suas atividades e, a partir disso, planejar suas futuras ações.

Tal dinâmica também é muito importante para fortalecer o sentimento de pertencimento a um projeto grandioso, como é a Pastoral da Criança. “Esse intercâmbio de informações faz com que o trabalho comunitário, local, pequeno em sua dimensão geográfica e até em seu ‘fazer diário’, ganhe sentido mais amplo, adquira maior importância” (FAXINA, 2001, p. 204).

Saber que a Pastoral da Criança acompanha e está atenta as atividades desenvolvidas nas comunidades, independentemente de seu tamanho ou localização, desperta nos voluntários a noção de coletivização da mobilização. O retorno da Coordenação Nacional gera uma valorização do trabalho local em relação ao cenário global. Assim, os voluntários percebem que não estão sozinhos, mas que suas ações fazem parte de um todo maior que está impactando o cenário da saúde infantil a nível nacional.

Esse cenário da Pastoral da Criança está alinhado com o que Toro e Werneck (1996) abordam sobre a coletivização da mobilização social, a sua importância no objetivo de alcançar um propósito e o sentimento que gera ao trazer o sentido de globalização a ações locais:

Saber que outras pessoas estão também atuando, em outros lugares e setores, mas com o mesmo objetivo e sentido, contribui para desenvolver o sentimento de poder e autonomia das pessoas que estão participando da mobilização. É esse sentimento que chamamos de coletivização, que vai dar segurança de que será possível alcançar o objetivo proposto. Cada um sabe que o que pode fazer sozinho é pouco e, provavelmente, insuficiente para mudar a realidade, mas acredita na força da ação de todos. Por isso tem que estar seguro das razões de sua ação e de que os outros vão agir com o mesmo propósito. (TORO E WERNECK, 1996, p.37)

Outra importância no processo de comunicação Coordenação Nacional – Coordenação Local, estabelecido pelo repasse da FABS, é que o recebimento desses documentos caracteriza uma maneira de identificar quais são as comunidades ativas. Pressupõe-se que uma comunidade que não encaminha FABS há meses parou suas atividades. Diante desse cenário, a comunidade que parou de encaminhar FABS também para de receber as verbas de ajuda de custo. Portanto, o controle desses materiais é muito valorizado na Pastoral da Criança.

No ramo Santa Cândida, foi constatado que algumas líderes não enviaram as FABS em alguns meses e outras enviaram com informações incompletas ou com erros. Segundo a Coordenadora do Setor, este problema não é exclusivo do ramo pesquisado. Diante desse cenário, a Coordenadora do Setor propôs uma oficina de preenchimento de FABS para as líderes. A ideia é reunir as voluntárias em uma tarde, quando serão explicados novamente todos os procedimentos que envolvem o preenchimento do documento até o seu envio para a Coordenação Nacional. Parte-se do pressuposto de que todas as líderes já passaram por esse treinamento, mas podem ter esquecido ou confundido alguns procedimentos ao longo do tempo.

7.3.3 Camisetas

A Coordenação Nacional não considera a camiseta um item obrigatório e não faz sua produção ou distribuição. As vestimentas são produzidas por iniciativas independentes de cada coordenação local, considerando a possibilidade de parcerias, doações ou investimento das próprias voluntárias. Entretanto, seu uso é comum e constitui um importante elemento visual na mobilização social da PC. Como foi citado no capítulo anterior, a utilização de camisetas *silkadas* gera dois importantes elementos de mobilização social: sentido de coletivização e de pertença à Pastoral da Criança.

Ao questionar sobre a importância da camiseta aos entrevistados de sua pesquisa, Faxina (2001) também constatou que os voluntários se sentem valorizados e realizados ao utilizá-la. A camiseta acaba se tornando um instrumento de materialização do que o trabalho na Pastoral da Criança representa para cada voluntário:

Honra, orgulho, gratificação, luxo são algumas palavras que eles mais usam para definir o que sentem ao vestir a camiseta da Pastoral da Criança. Fica claro que a Pastoral é a sua forma de reconhecimento na comunidade, de sair de seu anonimato e se tornar pessoa de referência. E isto pode ser considerado uma forma de pagamento, pois é a contrapartida que ganham por realizar um trabalho voluntário. (FAXINA, 2001, p.240)

Como não há um padrão de estampa estipulado, as camisetas variam. Algumas usam a identidade visual de campanhas específicas promovidas pela PC, outras contam com a personalização do nome das comunidades ou região, muitas

utilizam o logo da organização como elemento principal na estampa da roupa. Mesmo com essas possíveis variações, o sentimento de coletivização e de pertença se fazem presentes. Ao utilizar a camiseta, principalmente em eventos e em conjunto com colegas de atuação, os voluntários se identificam como parte de um movimento único, se reconhecem como membros de um grandioso projeto, divulgam e fortalecem a imagem da Pastoral da Criança e são reconhecidos pelos demais.

A Coordenação Nacional cita alguns exemplos de situações onde o uso da camiseta ganha finalidades específicas e muito importantes:

Várias equipes já apontaram que também serve como elemento de segurança, principalmente nas comunidades de mais difícil acesso ou com contexto de violência. Há voluntárias que atuam em morros do Rio de Janeiro, por exemplo, que contam que só podem “subir o morro” porque são da Pastoral da Criança, porque as pessoas já conhecem o trabalho realizado. Os voluntários estarem com camiseta ajuda a identificá-los, passa mais confiança para as famílias abrirem a porta de suas casas e, muitas vezes, faz diferença quando o líder acompanha a família no serviço de saúde para reivindicar um direito, por exemplo. (PASTORAL DA CRIANÇA, 2016)¹³

Outras duas situações específicas do uso da camiseta foram citadas em uma reunião mensal do ramo Santa Cândida. A coordenadora de setor, que estava presente nesta reunião, convocou as voluntárias do ramo para participar da missa em homenagem ao aniversário de nascimento da Dra. Zilda Arns. Após a missa, que acontecerá em Curitiba, será feita uma caminhada pela região central da cidade, um momento de reforço da coletivização e divulgação da Pastoral da Criança. Para este evento, a coordenadora solicitou que as voluntárias estejam presentes com a camiseta da Pastoral, podendo estas serem de qualquer cor. Esta solicitação, e a aceitação por parte das voluntárias, demonstram como o uso da camiseta não só é importante pelos fatores já citados, como também é um meio de externar o orgulho em fazer parte da organização.

Na mesma reunião, a coordenadora de setor também divulgou um segundo evento em homenagem a Dra. Zilda Arns: uma peregrinação à cidade de Aparecida do Norte, São Paulo, em memória do aniversário de morte da fundadora da Pastoral da Criança. Para este evento, também foi solicitado o uso da camiseta, porém, nessa vez, as voluntárias devem ir todas com a camiseta da mesma cor. A

¹³ Anexo 1

uniformização do grupo pela cor da camiseta da Pastoral representa uma coletivização regionalizada. Como se trata de um evento nacional, em outra cidade, o intuito do grupo é demonstrar sua união e manter uma identidade própria no encontro, considerando que outros grupos de diferentes partes do país também estarão presentes.

7.3.4 Comunicação Interpessoal

As relações interpessoais e a comunicação estabelecida entre os indivíduos da Pastoral da Criança são muito importantes para a concretização da mobilização social na PC. As três ações básicas da organização, a Visita Domiciliar, a Celebração da Vida e a Reunião para Reflexão e Avaliação, são construídas fundamentalmente por meio da criação de vínculos de amizade.

O Guia do Líder incentiva uma abordagem aproximativa por parte das voluntárias em relação às famílias, estimula-se a troca de informações por meio de conversas, perguntas abertas, de maneira respeitosa e educativa. A relação entre um voluntário e uma família atendida precisa ser saudável para que todas as ações da PC ocorram da melhor maneira possível. Como o voluntário, na maioria das vezes, mora na comunidade em que atua, esse processo é facilitado. Conforme a própria Coordenação Nacional (2016)¹⁴ pontua, é interessante que “eles sejam pessoas que já conheçam a realidade do lugar e que, também, possam estreitar laços de confiança e amizade com as famílias acompanhadas, tornando-se pessoas de referência na comunidade”.

As Visitas Domiciliares e as Celebrações da Vida aproximam família e voluntário, criando com frequência laços de amizade e carinho. As crianças, principalmente, gostam desses encontros mensais porque recebem carinho, brincam com outras crianças, fazem lanche e se divertem. O momento é praticamente uma festa para eles. Durante esta pesquisa, notou-se que, com certa frequência, as famílias continuam participando das Celebrações da Vida mesmo que todas as suas crianças já tenham passado da idade limite para atendimento. Não raro, irmãos mais velhos, que em algum momento já foram atendidos na Pastoral, continuam indo nas

¹⁴ Anexo 1

pesagens acompanhar os irmãos mais novos. Esses fatos mostram que os vínculos criados com a Pastoral da Criança são fortes.

As reuniões para Reflexão e Avaliação são outro momento onde as relações interpessoais, entre os líderes, prevalecem e se fortalecem. A PC trabalha com o método Ver, Julgar, Agir, Celebrar e Avaliar. No primeiro passo, o Ver, os voluntários são instigados a observar e identificar quais foram as ações realizadas e seus resultados, sempre compartilhando com os demais líderes. No passo Julgar, é preciso identificar quais foram os pontos positivos e os pontos de atenção em relação às ações realizadas e entender quais foram os elementos que causaram esses resultados. O terceiro passo diz respeito ao planejamento de ações que devem ser tomadas para melhorar ou potencializar os resultados da PC. No quarto passo, os voluntários são convidados a compartilhar as conquistas e celebrar os acontecimentos positivos. Por fim, a reunião deve ser encerrada com uma avaliação sobre os aprendizados desse momento.

Nesse processo, é fundamental que os líderes se sintam confortáveis para compartilhar com os demais todas as suas constatações. Para isso, a criação de relações de respeito e companheirismo mostra mais uma vez a sua importância. As reuniões são momentos de partilha de conhecimento, troca de informações, ajuda mútua e quanto melhor for a comunicação interpessoal entre os membros, melhores serão os aprendizados e resultados.

Por se tratar de um movimento social, a divulgação e ampliação das atividades é sempre um objetivo. Nesse sentido, as relações interpessoais são grandes aliadas na criação de oportunidades de divulgação, disseminação do propósito, envolvimento de novos voluntários, conquista de novas parcerias e fortalecimento da credibilidade da organização. A Coordenação Nacional pontua que a comunicação interpessoal se mostra essencial para:

Compartilhar conhecimentos com as famílias e estreitar amizades; na busca por novos voluntários, bem como para manter a motivação daqueles que já participam, para compartilhar histórias, experiências, sucessos e dificuldades; na defesa de direitos das gestantes e crianças junto às autoridades locais e outras instâncias responsáveis; na busca de parceiros locais; no fortalecimento da espiritualidade; na divulgação local da Pastoral da Criança nas paróquias e outros espaços disponíveis, entre outros. (PASTORAL DA CRIANÇA, 2016)¹⁵

¹⁵ Anexo 1

A amplitude e a profundidade das ações de uma mobilização social estão intimamente ligadas com o uso da comunicação social no processo. Pelos fatores aqui já apresentados, é possível concluir que a transformação social que um grupo busca deve contar com a comunicação como grande aliada para atingir melhores resultados. Esse cuidado na construção dos elementos comunicativos deve ser aplicado também às relações interpessoais. É claro que se tratando de relações humanas, cotidianas e corriqueiras, há uma certa dificuldade em estabelecer padrões e regras de comportamento. Podem haver orientações e tentativas de normatização, mas esse processo sempre será influenciado por fatores subjetivos e imprevisíveis, como a personalidade de cada emissor ou receptor da mensagem. É justamente isso que torna a comunicação pessoal um instrumento essencial para a mobilização, pois ela se constrói de maneira natural e progressiva, sendo capaz de flexibilizações e adaptações quando necessário.

Na Pastoral da Criança esse processo fica muito claro. Durante a capacitação, nas reuniões e através do Guia do Líder, são indicadas as melhores maneiras de construir o diálogo entre as partes envolvidas na mobilização. Mesmo com essas orientações, os relacionamentos interpessoais não se tornam mecânicos. As relações desenvolvidas na Pastoral da Criança - seja das coordenações com as líderes, das líderes entre si, das líderes com as famílias, das famílias com as crianças, etc – são construídas com o tempo e, na medida em que os laços são estreitados e a confiança entre as partes é conquistada, o trabalho é melhor executado. Esse processo é essencial para a concretização do propósito da PC, pois garante o compromisso pessoal dos indivíduos envolvidos na mobilização social.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A construção de uma sociedade mais igualitária, justa e democrática é objetivada por diversos grupos que se unem para lutar por direitos básicos. Esse processo constitui a mobilização social, um caminho muito importante na busca por cidadania plena e representatividade para toda a população, principalmente aos que são oprimidos diante das divergências de classes. A mobilização surge em meio a dualidade da relação privado *versus* público. De um lado, um sistema mercadológico que avança, muitas vezes, em detrimento à qualidade de vida de determinados grupos. Do outro lado, ações públicas e governamentais que não dão conta de garantir os direitos básicos de toda a população.

Durante o desenvolvimento deste trabalho ficou claro que os movimentos sociais se desenvolvem em um processo contínuo de ações em prol de uma causa, partindo de um contexto de conflitos de interesses entre grupos. Pelo histórico das mobilizações sociais, é possível notar que esse processo é demorado e seus atores precisam ser pacientes e resilientes - afinal, muitas vezes a sociedade se depara com momentos de retrocessos na luta por direitos.

De qualquer maneira, quando há um propósito mobilizador capaz de gerar empatia, as ações contam com o apoio da sociedade civil, dos órgãos públicos e até mesmo do setor privado. Os ideais e valores envolvidos em uma causa são elementos chaves para o seu sucesso e capacidade de mobilização. Entretanto, apenas os ideais não são suficientes. Além de tê-los bem definidos, é fundamental também divulgá-los. A divulgação dessa informação, quando bem estruturada, pode ser a grande responsável por angariar recursos humanos e financeiros que garantem a concretização das ações mobilizadoras. Nesse sentido, já fica clara a importância da comunicação no processo de mobilização.

A comunicação praticada nos movimentos sociais é caracterizada como popular. Os meios de comunicação de massa nem sempre são as melhores opções para atingir os objetivos da mobilização. Assim, surgem orientações, formatações e plataformas específicas de comunicação que são mais adequadas para levar as mensagens àqueles que vivem contextos de maior instabilidade e desigualdade. A comunicação social precisa ser flexível, clara e democrática para cumprir seu papel como ferramenta de transformação. É importante ressaltar que a comunicação de

massa e convencional também pode ter espaço e relevância nesse processo, considerando a capacidade de abrangência desta.

Para estudar o fenômeno da comunicação popular e seu papel diante da mobilização, esta pesquisa tomou como referência a Pastoral da Criança, uma das instituições globais mais importantes da atualidade. Com atuação em todo território nacional e presença em aproximadamente outros 20 países, a Pastoral da Criança, com sua história, propósito, estrutura e trabalho, constituiu o objeto de estudo desta pesquisa. A atuação da PC é muito bem fundamentada e gera grande empatia, o que pode ser notado pelo expressivo número de voluntários que fazem parte da organização. A organização atende milhares de crianças e famílias, impactando comunidades carentes, gerando reflexões e incentivando práticas de atenção ao desenvolvimento de gestantes e crianças.

O trabalho da Pastoral é guiado pelo evangelho cristão, afinal, a organização faz parte da Igreja Católica – o que não impede que pessoas que seguem outras religiões se envolvam nas ações. Amor pelas crianças e vontade de ajudar são motivações frequentemente citadas nos encontros da PC. O trabalho desenvolvido com paixão gera vínculos fortes com a organização, entre seus funcionários, voluntários e famílias acompanhadas. No decorrer da pesquisa, ficou nítido que o propósito de salvar vidas e contribuir com o desenvolvimento das crianças é o principal combustível para o desenvolvimento das ações da Pastoral da Criança.

A comunicação é muito presente e muito importante para a concretização das ações da Pastoral. Informativos, mensagem, relacionamentos interpessoais, etc. são estruturados para facilitar e potencializar a atuação dos voluntários. Os materiais são desenvolvidos com a preocupação de serem construídos por mensagens e textos claros, ricos em conteúdo e que chegam a carregar uma carga emocional de demonstração de zelo pelas famílias acompanhadas.

O Guia do Líder, por exemplo, é um material muito completo, com informações fundamentais sobre o desenvolvimento de uma criança, que guia a atuação dos voluntários da organização. A identidade visual da PC, representada principalmente pelo uso da camiseta *silkada*, representa a coletivização da atuação dos voluntários em todo o país, gera um sentimento de união e representatividade. Outro item fundamental na mobilização social da Pastoral é o Caderno do Líder, uma ferramenta que gera mensuração de resultados e, com isso, garante avanços e

constatações valiosas para a organização. As campanhas, que contam com grandes parcerias e, assim, conseguem gerar grande impactos; a Revista Pastoral da Criança que informa e fortalece os vínculos entre voluntários e organização; a comunicação interpessoal, que é considerada a mais importante no processo de mobilização; e todos os demais elementos comunicativos utilizados pela PC deixam em evidência o bom uso da comunicação e suas possibilidades de impacto e transformação social.

Ainda que a comunicação seja muito bem planejada dentro da organização, as ações da Pastoral, muitas vezes, enfrentam uma grande barreira: as crenças populares que divergem das orientações difundidas pela PC. Esse empecilho fica muito claro quando se analisa a campanha “Dormir de Barriga Para Cima é Mais Seguro”. A partir de uma constatação científica, a Pastoral da Criança passou a divulgar esta campanha, que defende que bebês durmam sempre de barriga para cima, pois esta posição é mais segura e pode evitar mortes. Entretanto, a crença popular brasileira defende que a posição ideal para um recém-nascido dormir é de lado. Mesmo que a maior parte dos médicos pediatras já tenha adotado a nova orientação, o costume de colocar as crianças para dormir de lado ainda é defendido principalmente pelas pessoas de mais idade. Nas Reuniões de Reflexão e Avaliação presenciadas durante esta pesquisa este assunto entrou em pauta e as voluntárias mostraram resistência em aceitar a orientação da campanha. Algumas foram enfáticas em afirmar que se sentem totalmente inseguras, sem coragem de colocar uma criança para dormir com a barriga para cima. Ressalta-se aqui o perfil das voluntárias do ramo estudado, que é formado majoritariamente por mulheres a cima dos 40 anos. Nesse sentido, a Pastoral da Criança precisa ser muito atenta ao perfil de seus voluntários e analisar quais são as variáveis, resistências e facilidades que esse público pode gerar.

Tomando o ramo Santa Cândida como referência, nota-se um perfil de voluntárias com mais idade, aposentadas e movidas principalmente pela emoção. De modo geral, este público em específico tem pouca familiaridade com a internet e tem forte ligação com costumes tradicionais da sociedade. Diante deste contexto, é possível concluir que a comunicação praticada em plataformas *online* não surtirá grandes efeitos entre as voluntárias e seus valores culturais podem divergir de certas orientações defendidas pela Pastoral, como no caso da campanha “Dormir de

Barriga Para Cima é Mais Seguro”. Sendo assim, constata-se a importância da organização considerar os diferentes perfis de voluntários que cada comunidade tem; ainda valorizar a comunicação fora dos digitais; e ser persistente na divulgação dos dados técnicos que embasam suas orientações quanto às questões de saúde, nutrição, educação e cidadania. Mesmo que o acesso à internet seja cada vez maior no Brasil e que as novas gerações sigam novos hábitos, é importante entender as diferenças entre as realidades de cada comunidade e de cada ator do processo de mobilização da Pastoral e, dessa maneira, pensar em ações comunicativas dirigidas e pontuais que considerem essas variáveis. Dessa maneira, a comunicação se constrói com maior chance de assertividade, ainda que certos hábitos e tradições sejam complexos e pouco suscetíveis a mudanças.

A Pastoral da Criança demonstra o seu cuidado na construção da comunicação à medida que se aprofunda na identificação de seus públicos, pensa na linguagem utilizada em seus materiais, busca manter esses materiais atualizados e valoriza seus voluntários. Os empecilhos encontrados na construção dessa comunicação - que é nitidamente prática de mobilização - tendem a ser mais facilmente contornados ao seguir o preceito básico da comunicação popular: ouvir e dar voz aos maiores interessados nas mensagens.

A constatação da importância da comunicação na mobilização da Pastoral da Criança superou as expectativas iniciais deste projeto. Foi muito interessante – e até surpreendente – identificar que elementos comunicativos estão em todas as etapas do processo, assumindo características próprias da identidade organizacional. Sendo assim, é possível concluir que a comunicação é fundamental na construção de uma sociedade mais democrática, com menos divergências de classes e, pelo exemplo da Pastoral da Criança, com vida em abundância.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Sueli Aparecida Bertol. **Pastoral da Criança: Uma Prática Político-educativa Não-formal**. Ponta Grossa: Dissertação (Mestrado na Área de Comunicação) – Universidade Estadual de Ponta Grossa, 2008.

BECKER, Howard S. **Métodos de Pesquisa em Ciências Sociais**. São Paulo: Hucitec, 1993.

DUARTE, Marcia Yukiko Matsuuchi. **Comunicação e Cidadania**. In: DUARTE, Jorge. Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. São Paulo: Atlas, 2009.

FAXINA, Élson. **Participação e Subjetividade em Movimentos Sociais: um estudo de caso sobre as práticas culturais contemporâneas como espaço de construção e legitimação do ser individual e ator social**. São Paulo: Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, 2001.

FESTA, Regina. **Movimentos sociais, comunicação popular e alternativa**. In: FESTA, Regina; SILVA, Carlos Eduardo Lins da. Comunicação popular e alternativa no Brasil. São Paulo: Paulinas, 1986.

FERNANDES, Rubem César. **O que é o terceiro setor?** Revista do legislativo, Belo Horizonte: Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais, n. 18, p. 26-30, abr./jun. 1997.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HENRIQUES, Márcio Simeone. **Ativismo, movimentos sociais e relações públicas**. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz. Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora. São Paulo: Summus, 2007.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Sociedade civil, multicitadania e comunicação social**. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz. Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora. São Paulo: Summus, 2007.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002

LIMA, Aline Fernanda. **O Jornal Pastoral da Criança como Instrumento de Promoção da Cidadania**. São Bernardo do Campo: Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, 2007.

MARSHALL, Thomas Humphrey. **Cidadania, classe social e status**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

MURADE, José Felício Goussain. **Relações públicas na construção da cidadania dos grupos populares**. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz. *Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora*. São Paulo: Summus, 2007.

PASTORAL DA CRIANÇA. **Guia do Líder da Pastoral da Criança**. Curitiba: 2007.

_____. **Caderno do Líder da Pastoral da Criança**. Curitiba: 2013.

_____. **Quem Somos**. Curitiba: 2016. Disponível em: <<https://www.pastoraldacrianca.org.br/materiais-educativos>>. Acesso em 16/06/2016.

_____. **Sistema de Informações**. Curitiba: 2016. Disponível em: <<https://si.pastoraldacrianca.org.br/pastcri-prg/>>. Acesso em 16/06/2016.

PERUZZO, Círcia Maria Krohling. **Cidadania, comunicação e desenvolvimento social**. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz. *Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora*. São Paulo: Summus, 2007.

_____. **Comunicação e terceiro setor**. In: DUARTE, Jorge. *Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público*. São Paulo: Atlas, 2009.

_____. **Mídia comunitária, liberdade de comunicação e desenvolvimento**. In: PERUZZO, Círcia Maria Krohling; ALMEIDA, Fernando Ferreira de. *Comunicação para a Cidadania*. São Paulo: Intercom; Salvador: UNEB, 2003.

_____. **Relações Públicas, movimentos populares e transformação social**. In.: *Intercom - Revista Brasileira de Comunicação*, São Paulo, Vol. XVI, nº 2, pp. 124-133, jul/dez., 1993.

_____. **Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania**. In: OLI VEIRA, Maria José da C. (Org.). *Comunicação pública*. Campinas: Alínea, 2004.

REIMBERG, Cristiane Oliveira. **Comunicação, Educação e Saúde: a Ação da Pastoral da Criança para a Cidadania na Arquidiocese de São Paulo**. São Paulo: Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, 2009.

SODERI, Adriana. **Qual a posição segura para o bebê dormir?** G1. São Paulo 2015. Seção 1000 dias. Disponível em: <<http://g1.globo.com/bemestar/blog/1000-dias/post/qual-posicao-segura-para-o-bebe-dormir.html>>. Acesso em 13/06/2016

TORO, José Bernardo; WERNECK, Nísia Maria Duarte. **Mobilização social: um modo de construir a democracia e a participação.** Brasília: Unicef, 1996.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** Tradução de Daniel Grassi. Porto Alegre: Bookman, 2001.

APÊNDICE 1 - ENTREVISTA COM EQUIPE DA PASTORAL DA CRIANÇA

1. Sabendo que a Pastoral da Criança atua em todo o Brasil e a Coordenação Nacional fica em Curitiba, como acontece a preocupação em relação às realidades de diferentes regiões? Por exemplo, se uma região específica passa por um surto de microcefalia, dengue, H1N1, passa por uma enchente ou outra ação da natureza/surto de doença, as coordenações de setor e de ramo, tem liberdade para propor soluções, diálogos e ações, ou deve existir sempre uma consulta à Nacional antes de qualquer orientação específica?

A metodologia da Pastoral da Criança propõe que os líderes tenham em mente a seguinte sequência: Ver – Julgar – Agir. Por meio das visitas que realizam e da própria vivência na comunidade, primeiro eles observam a realidade. Quando há algum problema ou desafio a ser enfrentado, a Reunião para Reflexão e Avaliação é uma oportunidade para que, junto com os demais líderes, o voluntário possa apresentar a questão, ver se os demais também perceberam isso, analisarem a situação e definirem o que fazer. Dependendo do caso, as ações são dos próprios voluntários ou podem exigir a busca por autoridades, apoio da Igreja, etc.

Caso a dificuldade persista ou a equipe não saiba como lidar com o assunto, ela pode entrar em contato com a coordenação nacional em Curitiba, para pedir orientação e apoio na resolução da questão. Situações muito graves também costumam ser comunicadas.

Quando a coordenação nacional observa que há um mesmo problema ocorrendo em diferentes regiões ou que há um tema grave (como zika e microcefalia), costuma tratar do assunto por meio de um de seus meios de comunicação, seja por correio eletrônico para as coordenações, pelo site, em matéria na revista, etc. Assim, informa qual é o posicionamento da entidade e quais são as orientações a seguir.

2. Ainda sobre a autonomia dos agentes da Pastoral, como vocês veem e dão autonomia para as coordenações de setor, ramo e líderes comunitárias? Há algum nível em que vocês percebem que a comunicação deixa de ser pensada estrategicamente e os agentes passam a ser “multiplicadores” das informações?

Para a Pastoral da Criança, o mais importante é que a informação chegue na “base” e que contribua de alguma maneira para a vida plena das crianças. Essa comunicação direta com as famílias é a mais valiosa que pode existir. Os voluntários são capacitados para que, fundamentados nos materiais educativos, compartilhem com as famílias conteúdos sobre saúde, nutrição, educação e cidadania. Neste sentido, eles multiplicam as informações, para que a missão da entidade se cumpra na prática (da mesma maneira que a metodologia descentralizada da Pastoral da Criança, segundo a fundadora Dra. Zilda Arns Neumann, foi inspirada no Evangelho da multiplicação dos pães e peixes).

O papel dos coordenadores é garantir as condições para que os líderes possam atuar, seguindo o plano de ação traçado para cada setor, ramo e comunidade. E, também, de acordo com o que a coordenação nacional orienta em seus meios.

3. Qual o perfil dos agentes da pastoral? A partir de qual nível o trabalho é voluntário? Vocês têm dados sobre a escolaridade dos membros da pastoral, principalmente os voluntários? E em relação ao campo de atuação, é possível afirmar que, de maneira geral, os voluntários atuam nas regiões onde moram, certo?

A Pastoral da Criança possui uma sede administrativa em Curitiba, onde está localizada sua coordenação nacional, com cerca de 130 funcionários. Neste local, está a coordenadora nacional, Ir. Veneranda Alencar, religiosa cedida por sua congregação para esta missão.

Há ainda outros representantes que atuam em outros estados, dando suporte às ações desenvolvidas. Somando estes grupos, ao todo, chega-se à marca de aproximadamente 200 funcionários.

O voluntariado está presente em todos os níveis de coordenação da Pastoral da Criança. Em alguns casos, pode haver pessoas contratadas, conforme o Artigo 70 do Regimento Interno da Pastoral da Criança:

<https://www.pastoraldacrianca.org.br/quem-somos/69-regimento-interno-2013?highlight=WyJyZWdpbWVudG8iXQ>

Dados sobre escolaridade e demais informações sobre o perfil já foram enviados por e-mail.

Na maioria dos casos, os líderes da Pastoral da Criança (como são chamados os voluntários que atuam diretamente com as famílias, fazendo visitas, Celebração da Vida e reuniões para reflexão e avaliação) moram na mesma comunidade onde exercem o voluntariado ou muito próximo. A proposta é que eles sejam pessoas que já conheçam a realidade do lugar e que, também, possam estreitar laços de confiança e amizade com as famílias acompanhadas, tornando-se pessoas de referência na comunidade.

4. As capacitações e os materiais como FABS e Guia do Líder são formatados pela equipe de comunicação? Ou há um setor com conhecimento mais técnico que fica responsável pela formatação dessas ferramentas? Ou seria uma combinação dos dois?

Os materiais educativos da Pastoral da Criança são elaborados (e constantemente atualizados) pelos profissionais do departamento técnico da coordenação nacional (que inclui uma equipe multidisciplinar, com enfermeira, nutricionistas, educadores, entre outros). Os processos de diagramação e revisão ficam a cargo do Núcleo de Comunicação. Há um designer responsável pela atualização constante dos materiais, como Guia do Líder, Caderno do Líder, conjunto de cartelas dos Laços de Amor, fichas de capacitação, FABS, etc. Nos casos que envolvem produção de texto mais elaborado, as jornalistas fazem a revisão de conteúdo e, eventualmente, podem ser acionadas para colaborar na elaboração.

5. Estou analisando alguns elementos de comunicação que guiam a mobilização social na Pastoral da Criança. Elegi 6 elementos e gostaria de saber a visão da equipe de comunicação/coordenação nacional sobre a importância deles. Vocês podem me passar uma opinião, mesmo que breve, sobre esses instrumentos? Se

tiverem informações mais “técnicas”, além das que estão no wiki, será de grande valia. Os elementos são:

a) Camiseta e bolsa

A confecção de camisetas e outros materiais são iniciativas locais dos voluntários, que buscam parcerias/apoiadores (às vezes, até mesmo recursos próprios) para elaboração destes materiais. Nos estados que contam com a parceria com as companhias de energia, para doações via conta de luz, é mais comum as equipes terem condições de elaborá-los.

A coordenação nacional não solicita que as equipes tenham estes materiais (exceto quando é definido como material específico para alguma data comemorativa, evento ou campanha – mas faz tempo que isso não acontece, por redução de custos), mas as equipes locais da Pastoral da Criança são livres para elaborar camisetas próprias, com o nome de sua cidade, paróquia, etc. Eventualmente, alguns voluntários aproveitam o material elaborado pela coordenação nacional para campanhas, por exemplo, e fazem a aplicação em camisetas, bolsas ou outros materiais

Em relação à comunicação, percebe-se que a camiseta é um elemento muito importante. Além de auxiliar na divulgação da Pastoral da Criança, visto que o logo é conhecido e a entidade tem credibilidade, várias equipes já apontaram que também serve como elemento de segurança, principalmente nas comunidades de mais difícil acesso ou com contexto de violência. Há voluntárias que atuam em morros do Rio de Janeiro, por exemplo, que contam que só podem “subir o morro” porque são da Pastoral da Criança, porque as pessoas já conhecem o trabalho realizado. Os voluntários estarem com camiseta ajuda a identificá-los, passa mais confiança para as famílias abrirem a porta de suas casas e, muitas vezes, faz diferença quando o líder acompanha a família no serviço de saúde para reivindicar um direito, por exemplo.

b) Caderno do Líder e FABS

Junto com o Guia do Líder, o Caderno do Líder forma o material base do voluntário que atua na comunidade. No Caderno, mensalmente, ele registra os indicadores de

cada gestante ou criança que acompanha, a partir das informações observadas na visita domiciliar. E, também, o peso das crianças durante a Celebração da Vida.

Essas informações coletadas por cada líder é que fundamentam o preenchimento da FABS, que reúne os dados da comunidade e é preenchida durante a Reunião para Reflexão e Avaliação.

O comprometimento dos líderes no preenchimento destes materiais e, posteriormente, o envio para a coordenação nacional, em Curitiba, são essenciais para alimentar o sistema de informação da Pastoral da Criança, disponível no site. Os relatórios de indicadores gerados pelo sistema ajudam a avaliar o trabalho em cada local, os pontos de destaque e os que merecem mais atenção, bem como são resultados importantes para demonstrar a parceiros e apoiadores que contribuem com as ações da entidade.

c) Guia do Líder

<https://www.pastoraldacrianca.org.br/materiais-educativos-0/3010-guia-do-lider>

O Guia do Líder é a base do voluntariado e está sempre presente em suas atividades. Tem como grande ponto forte a linguagem simples, capaz de transformar conteúdos técnicos sobre a gestação e a infância em informações de fácil assimilação, de acordo com a realidade das famílias e dos próprios voluntários. Constantemente, ele passa por atualizações e melhorias, que consideram tanto os avanços de legislação, das áreas da saúde, da nutrição e do desenvolvimento infantil, quanto sugestões dos líderes, em especial dos voluntários que atuam também como capacitadores e multiplicadores do Guia do Líder em suas regiões.

d) Revista Pastoral da Criança

Projeto editorial enviado por e-mail.

<https://www.pastoraldacrianca.org.br/revista-pastoral-da-crianca>

Receber a revista é considerado um direito de todo líder que está em uma comunidade ativa (isto é, que envia FABS regularmente para a coordenação nacional e desempenha as ações básicas), para contribuir para sua formação

contínua. Temos recebido muitos comentários positivos sobre o novo material e sugestões.

e) Campanhas (soro caseiro, dormir de barriga para cima, etc)

As campanhas são uma estratégia utilizada pela Pastoral da Criança para aumentar o alcance de orientações que os líderes já compartilham com as famílias nas comunidades. Dessa forma, não apenas aquelas que são acompanhadas recebem a informação, mas também a população em geral tem esta oportunidade.

Também são uma maneira de reforçar alguma orientação que não é tão conhecida ou que difere do senso comum, como é o caso da campanha “Dormir de barriga para cima é mais seguro”, que encontrou certa resistência, tanto nas famílias (em especial das avós), quanto de parte da própria comunidade médica. Mas com as explicações que a campanha ajudou a divulgar, isso já vem mudando e cada vez mais gente apoia a campanha.

Uma característica das campanhas da Pastoral da Criança é que, de maneira geral, elas não possuem um período determinado para acabar, elas permanecem, mesmo que com menor visibilidade. Hoje em dia, com um contexto diferente de quando a Pastoral foi fundada (com altos índices de desnutrição e desidratação), o soro caseiro, por exemplo, ainda é ensinado e usado quando necessário. E os vídeos e materiais das campanhas, de tempos em tempos, voltam a ser divulgados nas mídias sociais da Pastoral da Criança, via Facebook e Twitter.

A maioria das campanhas conta com parceiros para viabilizar a elaboração de materiais de divulgação. O exemplo mais recente é a campanha “Toda gestação dura 1000 dias”, em parceria com a Globo, que proporcionou um vídeo da campanha (30s), uma série de vídeos com atores, uma voluntária e uma mãe acompanhada, inserção em diversos programas sa emissora e veículos de comunicação, e o desenvolvimento de um aplicativo sobre os 1000 dias (9 meses de gestação + 2 primeiros anos de vida).

f) Comunicação Interpessoal (principalmente nas visitas e celebração da vida)

Por ser uma grande rede de solidariedade, porém com poucos recursos, as relações desenvolvidas pelo voluntariado são muito importantes para viabilizar e fortalecer a atuação da Pastoral da Criança. Neste aspecto, a comunicação interpessoal se mostra essencial no desenvolvimento das ações básicas (visita domiciliar, Celebração da Vida e RRA), para compartilhar conhecimentos com as famílias e estreitar amizades; na busca por novos voluntários, bem como para manter a motivação daqueles que já participam, para compartilhar histórias, experiências, sucessos e dificuldades; na defesa de direitos das gestantes e crianças junto às autoridades locais e outras instâncias responsáveis; na busca de parceiros locais; no fortalecimento da espiritualidade; na divulgação local da Pastoral da Criança nas paróquias e outros espaços disponíveis, entre outros.

* Mídias sociais:

A Pastoral da Criança também mantém uma programação ativa para as mídias sociais, principalmente pelo Facebook e pelo Twitter. Há uma pessoa do Núcleo de Comunicação responsável pelo monitoramento e interação com os usuários destes canais, além de outros, como o WhatsApp (que tem um volume grande de interações, incluindo grupos de coordenadores criados pelo Núcleo ou de equipes locais, que adicionam o contato da coordenação nacional), Youtube, TripAdvisor (no caso do Museu da Vida), etc. O Museu da Vida, que fica junto à sede da coordenação nacional, também possui uma fanpage e um canal no Youtube.

**APÊNDICE 2 – QUESTIONÁRIO IDENTIFICAÇÃO DO PERFIL DAS
VOLUNTÁRIAS DO RAMO SANTA CÂNDIDA**

Idade:

Escolaridade:

Função na Pastoral:

Há quanto tempo trabalha na Pastoral:

Motivação para trabalhar na Pastoral: