

**Informação e cidadania:
O papel da disseminação de conhecimento na transformação social¹**

Ana Cristina Suzina
Aluna da Especialização em
Sociologia Política da UFPR²

Resumo: Esta reflexão é fruto de um exercício em andamento, no curso de especialização em Sociologia Política na UFPR, e especialmente, de observações realizadas durante minha experiência profissional. Em quatro anos na Pastoral da Criança, pude observar como conceitos técnicos e científicos se tornavam palavra comum entre barracos e casebres em favelas e distantes rincões de todo o Brasil. Os quatro anos seguintes estiveram e continuam relacionados com a produção científica, nas assessorias de comunicação da Universidade Metodista de São Paulo e na Fundação O Boticário de Proteção à Natureza. Muito além da própria atividade desenvolvida nessas organizações, senti-me provocada a pensar o quanto a informação devidamente transmitida e disseminada favorece a participação cidadã, a mobilização e a transformação social³.

Palavras-chave: comunicação alternativa, jornalismo, participação social, cidadania, informativos institucionais.

¹ Trabalho apresentado ao Altercom – Jornada de Inovações Midiáticas e Alternativas Experimentais.

² Jornalista, Especialista em História Cultural, autora de artigos relacionados a processos de comunicação em organizações da sociedade civil e uma das organizadoras da primeira edição do livro “Mutirão Brasileiro de Comunicação”. E-mail: anasuzina@hotmail.com

³ O presente trabalho não analisa nem emite nenhum tipo de juízo de valor sobre as atividades e/ou planos de comunicação desenvolvidos e aplicados pelas organizações mencionadas. Parte de experiências e observações da atividade profissional desta pesquisadora realizada nelas para refletir sobre como informações técnicas e científicas podem ser de tal modo disseminadas que gerem processos de mobilização social junto aos públicos acionados e qual o papel dos veículos institucionais neste processo. Trata-se, portanto, mais do que de uma análise de comunicação organizacional, de uma proposta de reflexão acerca do papel da informação na tomada de decisão para a participação cidadã.

“E fiz-me como judeu para os judeus, para ganhar os judeus; para os que estão debaixo da lei, como se estivesse debaixo da lei, para ganhar os que estão debaixo da lei”. (I Cor 9, 20) “Fiz-me tudo para todos, para, por todos os meios, chegar a salvar alguns.” (I Cor 9, 22)

O problema da informação no Brasil

Premissas que parecem básicas e elementares ao trabalho jornalístico, como a credibilidade, o compromisso com o leitor, a diversidade de fontes e a qualidade da apuração, estão na berlinda. O “hábito” diário de registros, sem preocupações com origens, conexões temáticas e possíveis desdobramentos dos fatos, tem sido freqüentemente questionado. “É perceptível o grau de superficialidade das pautas e coberturas, em absoluta contramão das complexidades proliferantes tanto na esfera mundial quanto na vida brasileira”, avaliou Ivo Lucchesi, em um artigo do Observatório da Imprensa, em julho de 2004 (Suzina, 2005). Qual a diferença entre a “falação” cotidiana e o jornalismo? Densidade argumentativa, sugere Lucchesi.

Além dos fatores relacionados ao baixo nível educacional e à má distribuição de renda, outros elementos podem ser considerados relevantes ao analisar a relação do brasileiro com a informação, bem como a leitura que se constrói a partir dessa relação. Os jornais de maior circulação no Brasil estão nas principais cidades brasileiras e é, portanto, delas que parte a lógica do olhar para a realidade. A maior tiragem do Brasil em 2003, segundo indicadores da ANJ, era a Folha de São Paulo, com circulação média diária de cerca de 315 mil exemplares. Por mais bem intencionada que seja a cobertura, ela parte da maior e mais rica cidade do país – São Paulo tem mais de 12 milhões de habitantes e o maior PIB do Brasil –, distante em muitos mil quilômetros da maioria dos demais municípios, isso sem falar na distância cultural entre a capital paulista e grande parte das cidades brasileiras.

Some-se a isto o fato da concentração da propriedade e do financiamento dos meios de comunicação brasileiros, nacional, regional e localmente, em grande parte mantidos por políticos ou por órgãos governamentais. Na outra ponta, estão as famílias tradicionais que, de forma vitalícia, têm transmitido aos mesmos grupos de poder, historicamente, a detenção dos processos de produção de notícias no país.

Ao se considerar que o acesso à informação é um direito e condição para o exercício da cidadania, há que se questionar como este processo só vem alimentando a manutenção de leituras de mundo propostas pelos grupos dominantes.

“Vivemos um impasse sobre como fazer com que a comunicação seja um bem público e que a mídia seja um porta-voz da sociedade, uma esfera de debate público. Se não houver de fato apropriação desse bem, não haverá democracia”, afirmou o Professor Pedrinho Guareschi, da PUC do Rio Grande do Sul (Suzina, 2005).

É neste cenário que os informativos de organizações da sociedade civil – ou o chamado terceiro setor – despontam como algo mais do que veículos institucionais. No momento em que essas organizações, em grande parte pautadas por problemas da conjuntura nacional e internacional, passam a investir em comunicação como uma estratégia de mobilização social, seus boletins começam a cumprir um papel adicional, fornecendo informação alternativa, muitas vezes com formatos alternativos, à população. Sejam seus associados formais, simpatizantes ou apenas curiosos pelo tema, seus públicos se ampliam pela qualidade informativa daquilo que fazem circular.

Essa ampliação e variabilidade do público, somada à premissa de uma intenção das organizações em favorecer a circulação de informação sobre o tema com o qual trabalham, difere a produção daquela que é classificada como comunicação dirigida, tal qual descrita por Fortes, como a que “tem o sentido de representar um alvo exato que é localizado e, por meio de escolhas sucessivas, alcançado, havendo controle integral do emissor, do canal e, singularmente, do depositário da informação” (2003, p. 240). O caráter institucional permanece, mas a determinação de prestação de serviços informativos ganha cada vez mais força nessa perspectiva.

A atuação nacional de algumas dessas organizações e a imersão regional e local da grande maioria delas proporciona, no mínimo, oportunidades de geração de informação a partir de outros lugares geográficos e sociais, e, na medida em que suas áreas de comunicação amadurecem e se profissionalizam, podem provocar na sociedade uma nova reflexão, uma nova percepção do que acontece no Brasil e também mais participação social.

Comunicação e democratização do conhecimento

Ao falar do trabalho da Pastoral da Criança, pode-se dizer que, entre os “milagres” que se pode atribuir à instituição, está o fato de tornar o saber técnico e científico sobre saúde e desenvolvimento infantil palatável ao cidadão comum – mesmo os analfabetos e

miseráveis. Todos se tornam iguais pelo e no saber, logo, se tornam protagonistas, donos de seus destinos, capazes de transformar sua história. Mesmo que a Pastoral da Criança deixasse de existir, seu legado permaneceria, porque o saber adquirido jamais se esvai e servirá sempre de esteio para a participação social das pessoas que se envolveram de algum modo, em algum momento, ao trabalho da instituição.

É possível apontar como um diferencial da Pastoral da Criança ter acreditado na capacidade da pessoa comum em compreender informações técnicas e mesmo científicas e conseguir aplica-las em seu cotidiano. Medir crianças, identificar sintomas de desnutrição ou falhas no desenvolvimento infantil são habilidades que costumavam ser exclusivas dos profissionais da saúde. Na atuação da Pastoral da Criança, na medida em que pessoas comuns aprendem como se faz isso, descobrem também que são capazes de conduzir um fenômeno que tem ajudado a reduzir a mortalidade infantil no Brasil. A Pastoral da Criança apostou na formação de pessoas comuns para conduzir processos que chegam a ser complexos. Deu à sociedade brasileira um impulso em seu movimento de cidadania.

Toda estrutura de trabalho da Pastoral da Criança está sustentada sobre processos de comunicação: desde a ação cotidiana da líder comunitária, que visita as famílias acompanhadas semanalmente e reúne-se com mães e outras lideranças pelo menos uma vez por mês, até a produção informativa de várias categorias, cada atividade busca disseminar e facilitar o entendimento sobre os procedimentos técnicos da ação de saúde pública realizada pela organização e, também, fomentar a troca de experiências, o sentimento de pertença entre os milhares de voluntários e a valorização dos resultados alcançados pelo conjunto.

São vários os exemplos evidentes de como a comunicação faz parte do trabalho de mobilização social realizado pela Pastoral da Criança e, entre eles, é possível citar o próprio periódico institucional, o *Jornal da Pastoral da Criança*, a programação semanal de rádio e a criação e manutenção de uma rede de comunicadores voluntários que, entre outras coisas, também operam nas bases um processo de disseminação de informações sobre a própria Pastoral e sobre os temas com os quais ela trabalha.

“A Rede de Comunicadores Solidários à Criança foi criada em 1994 para dar suporte às ações de comunicação desenvolvidas pela Pastoral da Criança. Todos os seus voluntários são capacitados para atuarem junto às comunidades da Pastoral de seus municípios e estados. À medida em que se envolvem mais com

as atividades desenvolvidas nessas comunidades, descobrem novas possibilidades de pautas e boas histórias de vida para difundir. (...) Outro avanço notável, deflagrado pela ação da Rede de Comunicadores Solidários à Criança, é um acréscimo da apropriação da comunidade dos meios de comunicação disponíveis, sendo eles tanto os veículos convencionais, como emissoras de rádio e boletins comunitários, como meios alternativos e a própria potencialização da comunicação interpessoal.”(Suzina, 2002)

É difícil aferir, mas pode-se dizer que parte considerável do sucesso das ações da Pastoral da Criança reside no fato de que existe um fluxo contínuo de informações que tanto atualiza como mantém animados os atores envolvidos no processo. É o que está contido no conceito de mobilização social de Bernardo Toro e Nísia Werneck, para quem essa dita mobilização consiste em um processo de convocação de vontades para uma mudança de realidade, através de propósitos comuns, estabelecidos em consenso. Para os autores, trata-se de algo que envolve o compartilhamento de discursos, visões e informações e, por isso, exige ações de comunicação em seu sentido mais amplo.

Quantas mais coisas o brasileiro é capaz de compreender e desenvolver se tiver em suas mãos a informação adequada? O Jornal da Pastoral da Criança cumpre um papel determinante na estratégia de comunicação da Pastoral da Criança. Em virtude de uma história de trabalho de várias organizações voltadas para a questão da infância brasileira e de coincidir com a criação e o amadurecimento da Andi – Agência Nacional dos Direitos da Infância, seu ambiente de circulação é menos hostil, no que se refere à cobertura da mídia. Mas, enquanto a Andi faz um trabalho de capacitação e qualificação da grande imprensa, o Jornal da Pastoral da Criança tem sua produção voltada para as lideranças da organização e leva a elas aprofundamento e reflexão sobre seu trabalho.

Ao final de 2002, a publicação circulava com mais de 250 mil exemplares, com abrangência nacional e intensa participação dos voluntários – 70% do jornal eram feitos a partir de notícias enviadas pelas comunidades. Se a infância ganhava cada vez mais espaço na mídia brasileira, nas páginas do Jornal da Pastoral da Criança, a situação das crianças era abordada a partir da observação das experiências trocadas entre as milhares de localidades em que a organização atuava. Além disso, os assuntos mais importantes da agenda nacional sobre infância ganhavam comentários e “traduções” feitas pelos técnicos da coordenação nacional da Pastoral, o que permitia uma conexão imediata entre os temas e a realidade local.

De um modo ou outro, depara-se com a contramão de uma ciência hermética e reduzida à compreensão e ao uso de uma parte segmentada da população. Seria a ciência traduzida a partir da ótica comunitária? Do ponto de vista da comunicação, acompanhando uma leitura proposta por Eugênio Bucci, seria fazer cumprir o dever de formar, de esclarecer e de abrir para o público o acesso não apenas à informação, mas do mesmo modo à educação e aos caminhos do conhecimento (2000, p.49).

Todo tipo informação pode ser popularizado?

Soro caseiro é uma fórmula mais simples do que a que orienta o equilíbrio dos ecossistemas? Os problemas imediatos, que tocam o cotidiano das pessoas, falam mais alto na hora do engajamento? É provável que a resposta seja sim para as duas questões. Mas, nem sempre a informação sobre saúde materno-infantil foi tão disseminada e distribuída. Esse conhecimento também era próprio de um domínio do saber, de um domínio corporativo, relacionado aos médicos e aos sistemas públicos e particulares de saúde. Para Caldas (2002, p.115), com a “ausência de uma divulgação científica que aproxime a ciência e a tecnologia do cidadão comum, em lugar de apenas disseminar o produto, as pessoas vão aos poucos afastando-se da ciência”.

Com Rabelo, reconhece-se que o ambientalismo colocou em xeque o formato tradicional de divulgação científica (2003, p. 50). Segundo a autora, a comunicação pública da ecologia deve gerar debates e compromissos, instigando a participação individual e coletiva, e motivando a criação de novos valores. Para tanto, há que buscar formas de apresentar e de dizer conteúdos complexos, com propriedade e profundidade, mas também ‘palatáveis’ a um público cada vez mais amplo e diverso. Profissionais de comunicação atuando em organizações ambientais têm servido de mediadores entre a lógica dos cientistas, o aparato moderno da informação e a popularização da ciência.

Os processos de comunicação gerados e mantidos por organizações governamentais e não-governamentais e universidades, por exemplo, são responsáveis pela circulação de informação e, mais do que isso, pela provocação de um debate melhor fundamentado sobre os principais temas da realidade. No que se refere ao meio ambiente, devem cumprir o papel de aproximar as pessoas de uma natureza considerada um ente distante pela maioria da população e, daí, motivar o comprometimento e o engajamento às práticas ecológicas.

Em correspondência eletrônica particular, Fernando Cunha, assessor de comunicação da Fapesp, mencionou que a própria rotina de trabalho desta assessoria da organização mudou, a partir da criação da Agência FAPESP, uma agência de notícias eletrônica, totalmente gratuita, que tem um site (www.agencia.fapesp.br) e boletins diários distribuídos por e-mail a um público amplo e diversificado. Milhares de jornalistas assinam, por adesão espontânea, o boletim, o que tornou o processo mais ágil e mais eficiente; trabalho que se complementa pela publicação da Revista Fapesp que, em oito anos, saltou de quatro para 98 páginas que exploram a produção gerada nos projetos apoiados pela Fapesp e diversos temas da pauta científica nacional.

O papel dos veículos institucionais

“Está aberta uma janela histórica para que grupos da base da sociedade criem os próprios aparatos de comunicação e dispensem os conglomerados que há décadas hegemonomizam a capacidade de informar no Brasil”, profetiza Carlos Tauz (2004, p.149). A crise das instituições históricas deu margem a um importante movimento de organização da sociedade civil e, aos poucos, as instituições que dele fazem parte desenvolvem e consolidam meios de comunicação que superam o caráter institucional para se tornarem canais alternativos de informação e espaços de provocação do debate sobre os principais temas da agenda nacional.

O Jornal da Pastoral da Criança cumpre um papel muito mais amplo do que o de garantir a circulação de informações da instituição à qual pertence. O referido veículo serve como espaço de troca de experiências, de aprendizado coletivo e atualização permanente sobre o trabalho e os temas próprios da rotina da Pastoral. A partir dele, uma outra abordagem sobre a situação da infância brasileira e sobre a mobilização social ganha espaço e torna-se alternativa de leitura social.

Em 2002, a Universidade Metodista de São Paulo, em um apoio à Igreja Metodista do Brasil, criou e passou a produzir o “Espaço Cidadania” que, entre outros assuntos, destaca temas científicos com a proposta de abordá-los de forma simples e em conexão com o cotidiano das pessoas. Aquilo que, em princípio, foi pensado para ser um veículo complementar aos serviços de comunicação da Igreja, ganhou corpo e densidade a cada edição, até ter também uma versão eletrônica, que lhe ampliou a circulação e a capacidade de servir de referência como fonte para informação sobre diversos assuntos.

É o que acontece também com o Conservação On-line, veículo eletrônico quinzenal, distribuído para mais de 20 mil endereços eletrônicos pela Fundação O Boticário de Proteção à Natureza. Originalmente, o boletim cumpria o papel de manter seu público informado sobre as ações da organização. Na forma atual, oferece a seus leitores, a cada edição, uma reportagem especial sobre temas relevantes da conservação da natureza, o que faz do veículo um espaço de reflexão e provocação da sociedade sobre o assunto.

Se, por um lado, continuam a ser considerados peças institucionais, a predominância de características jornalísticas, tanto em suas rotinas produtivas quanto em seus propósitos editoriais, faz desses informativos canais alternativos, que oferecem outras visões, novas fontes e perspectivas sobre os temas com que trabalham. Se é bem verdade que a imprensa brasileira ainda precisa amadurecer e se qualificar, os veículos institucionais de organizações da sociedade civil correspondem, atualmente, a alternativas e complementos à formação de imaginários. Neles, se encontram informações e debates aprofundados sobre a realidade, além de relatos instigantes de experiências vividas por comunidades de base, pesquisadores e outros organismos sociais.

Não se trata de ampliar o número de veículos em oposição às deficiências da mídia. A experiência em temas relacionados à infância já demonstrou, pelo caso da Andi, por exemplo, que é possível fomentar uma articulação entre meios de comunicação e organizações da sociedade civil, no sentido de qualificar a cobertura noticiosa sobre temas relevantes. Vislumbra-se, neste processo, o amadurecimento dos veículos institucionais para uma função ainda mais ampla junto a seus públicos e mesmo na formação de imaginários coletivos, que é a de oferecer novas e diversas perspectivas sobre os assuntos e, deste modo, habilitar, cada vez mais, o cidadão brasileiro a tomar decisões e participar do processo de construção social da realidade.

A comunicação não tem nem deve pretender ter a função de educar. Esse não é o seu papel. Porém, tem e deve respeitar a responsabilidade que tem por fornecer informações baseadas em apurações qualificadas, oferecer variação de informações e fontes, de modo a dar à sociedade uma pauta qualificada de temas e enfoques que possam ser discutidos, analisados e provocadores de participação social.

Bibliografia

BUCCI, Eugênio. **Sobre Ética e Imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

CALDAS, Graça. Jornalismo Científico: a questão dos transgênicos. IN: MELO, José Marques de, GOBBI, Maria Cristina, SANCHES, Conceição e PARISOTO, Gilson João (orgs). **Mídia em Debate**. Adamantina/SP: Edições Omnia, 2002.

GUTIERREZ FORTES, Waldyr. **Relações Públicas – Processo, funções, tecnologia e estratégias**. 2ª ed. rev. e ampl. São Paulo: Summus, 2003

RABELO, Desirée Cipriano. **Comunicação e mobilização na Agenda 21 local**. Vitória/ES: Edufes/Facitec, 2003.

SUZINA, Ana Cristina. **As redes temáticas de comunicação e o agendamento temático positivo**. Paper apresentado no VI Congresso da Alaic. Santa Cruz de la Sierra, Bolívia, 05-08 de junho, 2002.

SUZINA, Ana Cristina. Jornalismo impresso no Brasil: identidade ou sociedade em crise? IN: KARAM, Tanius (org.). **L'Ordinaire Latino Americain – Medios de comunicadión en América Latina**. Ed. 199, p.19-28, 2005.

TAUTZ, Carlos. Oxigênio para a energia. N: VILAS BOAS, Sérgio (org.). **Formação & Informação Ambiental**. São Paulo: Summus, 2004.

TORO A., Jose Bernardo & WERNECK, Nísia Maria Duarte. **Mobilização Social: Um modo de construir a democracia e a participação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.