

VICTOR LUIZ GRIEGER LOPES

**PLANEJAMENTO DE ASSESSORIA DE IMPRENSA AO PEQUENO  
CIDADÃO: A INFORMAÇÃO COMO PROPULSORA DO  
DESENVOLVIMENTO INFANTIL**

UNIFEV – CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOTUPORANGA  
NOVEMBRO/2010

VICTOR LUIZ GRIEGER LOPES

**PLANEJAMENTO DE ASSESSORIA DE IMPRENSA AO PEQUENO  
CIDADÃO: A INFORMAÇÃO COMO PROPULSORA DO  
DESENVOLVIMENTO INFANTIL**

Monografia apresentada à Unifev – Centro  
Universitário de Votuporanga para a obtenção  
do grau de Bacharel em Comunicação Social –  
Habilitação em Jornalismo, sob a orientação da  
Prof<sup>a</sup>. Silvia Brandão Cuenca Stipp.

UNIFEV – CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOTUPORANGA

NOVEMBRO/2010

VICTOR LUIZ GRIEGER LOPES

**PLANEJAMENTO DE ASSESSORIA DE IMPRENSA AO PEQUENO  
CIDADÃO: A INFORMAÇÃO COMO PROPULSORA DO  
DESENVOLVIMENTO INFANTIL**

Monografia apresentada à Unifev – Centro  
Universitário de Votuporanga para a obtenção  
do grau de Bacharel em Comunicação Social –  
Habilitação em Jornalismo.

Aprovado: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

Primeiro Examinador

Nome: Claudia Ap. Ramos de Lacerda

Instituição: Unifev

Segundo Examinador

Nome: Fabíola Fiorentino

Instituição: Assessoria de Comunicação  
Saev Ambiental

Prof<sup>a</sup>. Orientadora  
Silvia Brandão Cuenca Stipp  
Unifev – Centro Universitário de Votuporanga

Dedico esta pesquisa a todos que contribuíram para que eu pudesse chegar ao final dessa importante etapa da minha vida. À minha mãe Kátia Cristina, aos meus tios que me abrigaram em Votuporanga nos primeiros três anos de formação, Maria e Luiz Magri e a todos os docentes do curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pelo respaldo e pela disponibilidade que tiveram em repassar, de forma sábia, ideologias éticas, morais e sociais que envolvem o exercício do jornalismo. Em especial, à coordenadora e orientadora Silvia Brandão Cuenca Stipp que, de forma profissional, orientou-me em muitos caminhos a serem seguidos nestes quatro anos de estrada.

## **AGRADECIMENTOS**

Aos profissionais das Secretarias da Assistência Social, de Educação, Cultura e Turismo e da Saúde que contribuíram na execução desta pesquisa, em especial, à diretora de Educação Básica de Votuporanga, Luzia Aparecida Zirundi Figueira.

À Unifev, em especial à minha orientadora Silvia Brandão Cuenca Stipp pela disponibilidade, pela paciência e pela dedicação durante os vários dias, tardes e noites de orientação.

## RESUMO

A pesquisa de caráter científico tem como objetivo propor um plano de assessoria de imprensa específico ao Pequeno Cidadão, projeto resultado de parceria estabelecida no ano de 2009 entre a Unifev - Centro Universitário de Votuporanga, a Prefeitura de Votuporanga (representada pelas Secretarias de Assistência Social, de Educação Cultura e Turismo e de Saúde), e a FMCSV - Fundação Maria Cecília Souto Vidigal, de São Paulo. O projeto tem como objetivo oferecer formação integral para as gestantes e crianças de 0 a 3 anos no município. Sua importância se justifica tendo como premissa a importância do trabalho de uma assessoria no sentido de garantir a missão e propiciar a visibilidade necessária do Projeto que reflete diretamente no desenvolvimento humano e social da futura geração de munícipes. Durante a consecução, utilizou-se como fundamentação teórica pesquisas bibliográfica e de campo, por meio de entrevistas.

Palavras-chave: comunicação. assessoria. planejamento. FMCSV. Votuporanga.

## **ABSTRACT**

The scientific research is aimed at suggesting a specific communication advisory plan to the Small Citizen (Building Citizen), project resulted of a partnership established in 2009, between the Unifev - University Center of Votuporanga, the city Hall of Votuporanga (represented by the Offices of Social Work, Education Culture and Tourism, and of Health), and to FMCSV - Foundation Maria Cecília Souto Vidigal, of São Paulo. The project aims to offer full formation for the pregnant women and infants from 0 to 3 years old in township. The project is important for having, as a base, the advisor assistance in order to guarantee the mission and provide the necessary visibility of the Project, which reflects straightly in the social and human development of the town future generation. During the attainment, the theoretical substantiation was bibliographic and field researches, by interviewing people.

Keywords: communication. advisory . plan. FMCSV. Votuporanga.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1 ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO: CONCEITO E APLICAÇÃO PARA O CONHECIMENTO	11
1.1 Histórico	12
1.2 Pequeno Cidadão e a comunicação	14
1.2.1 Programa	14
1.2.2 Estudo	15
1.2.3 Desenvolvimento Infantil: programa e ações	16
1.2.4 Fundação Maria Cecília Souto Vidigal	17
1.3 Veiculação do conhecimento a caminho da garantia do Desenvolvimento Infantil por meio da comunicação organizacional	18
1.3.1 Direcionamento de fluxos informativos	19
2 PÚBLICOS INTERNOS: ESTRATÉGIAS, PLANEJAMENTO E DIVERSIFICAÇÃO	21
2.1 Comunicação interna	22
2.1.2 Comunicação interna e planejamento	24
2.1.3 Avaliação de Marco Zero do PDI da FMCSV	25
2.2 Publicação de peças institucionais	27
2.2.1 <i>House organ</i>	27
2.2.2 Jornal Mural	28
2.2.3 Mídias Virais	29
2.3 Capacitações e capital cognitivo humano	29
2.4 Políticas e diversidade de meios de atuação internos e a <i>web</i>	30
2.4.1 Intranet e suas interfaces	32
3 IMAGEM: REAVALIAÇÃO DE DIAGNÓSTICO	35
3.1 Consolidação: chave a caminho da visibilidade	36
3.1.1 Avaliação de diagnóstico de ações	36
4 RESPONSABILIDADE SOCIAL PARA A VISIBILIDADE	39
4.1 Breve panorama paradigmático empresarial	40
4.2 Plano de Ação aplicado à Responsabilidade Social Empresarial e ao DI	40
4.2.1 Adoção de valores e trabalho com transparência	41
4.2.2 Valorize empregados e colaboradores	42
4.2.3 Faça sempre mais pelo meio ambiente	43
4.2.4 Oriente agentes de transformação (Promova sua comunidade)	43
5 PRODUTO: PEQUENO CIDADÃO EM AÇÃO	44
CONSIDERAÇÕES	46
REFERÊNCIAS	48
APÊNDICES	50

## INTRODUÇÃO

A produção da informação dentro de organizações é alvo de discussões que atingem o campo administrativo e o comunicacional pelo menos nos últimos trinta anos. Se há décadas passadas, a atividade se restringia a apenas aos veículos midiáticos – TV, rádio e jornais impressos –, hoje, a situação é outra.

Em um sistema capitalista e mercadológico, a penetração de profissionais voltados à assessoria de comunicação é crescente, em virtude da necessidade e da importância de se propor ações estratégicas que colaboram com a garantia de lucros e de capitais. Por outro lado, percebe-se que a presença de comunicadores dentro de projetos sociais se faz necessária de forma quase que semelhante.

É exatamente neste momento que surge este TCC (Trabalho de Conclusão de Curso). “Planejamento de Assessoria de Imprensa ao Pequeno Cidadão: a informação como propulsora do Desenvolvimento Infantil” incita trazer discussões que partem da implantação de ações estratégicas de comunicação voltadas à visibilidade do Projeto entre seus públicos internos, principalmente.

A ideia é criar um planejamento que trabalhe não apenas em função da divulgação de ações para as mídias, mas, também, como contribuinte para o conhecimento, de forma a colaborar diretamente e efetivamente para a garantia da implantação e da permanência do Pequeno Cidadão em Votuporanga. Há de se observar o cumprimento de sua missão “Atendimento integral de gestantes e de crianças de 0 a 3 anos para a garantia do DI” ao ponto que se torne uma política pública nas cidades em seu entorno.

No primeiro capítulo, a proposta foi mencionar o trabalho de uma AI (Assessoria de Imprensa) como ferramenta disseminadora do conhecimento, em

especial, de ações comunicacionais que caminhem para a garantia do DI (Desenvolvimento Infantil).

A segunda parte partiu da articulação de um plano de trabalho específico ao público interno – profissionais envolvidos com assistência social, com educação e com saúde – para que haja um estreitamento de relações entre as áreas envolvidas que, certamente, refletirá nas ações destinadas para gestantes e crianças de passam pela primeira infância, bem como apresentar uma segunda avaliação situacional do Pequeno Cidadão.

No terceiro, a ideia foi apresentar um plano de trabalho que gira em torno da construção da imagem do Programa de DI (Desenvolvimento Infantil) e propor uma nova avaliação do andamento dos trabalhos com dois objetivos: promover uma maior participação do assessor de comunicação em encontros que envolvem o Comitê Estratégico– porta vozes – e tomar ciência das ideias traçadas por cada um dos elementos que compõem o grupo para que o planejamento proposto,, desde o início deste estudo, passe por um processo de adequação em relação às necessidades apontadas.

Neste próximo capítulo, a meta é discutir sobre a responsabilidade social no setor organizacional e, em um segundo momento, no Programa Pequeno Cidadão.

## **1 ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO: CONCEITO E APLICAÇÃO PARA O CONHECIMENTO**

A sociedade contemporânea é marcada por fluxos de informações contínuos, integrados e instantâneos que se dão na relação emissor-receptor. O avanço tecnológico e a modernização das fontes produtoras e mediadoras de conteúdo (jornais, revistas, emissoras de rádio e de TV) possibilitaram uma maior produção de informação, considerada, hoje, uma ferramenta primordial para a existência e para o sucesso de organizações.

As AIs (Assessorias de Imprensa) ganham importância dentro deste contexto. Vista como uma das mais recentes áreas de atuação jornalística, devido ao seu crescimento na década de 80, funciona como instrumento estratégico de interface no controle, no direcionamento e na gestão de correntes de notícias em empresas, em ONGs (Organizações Não Governamentais) e em instituições para a disseminação de ideais em veículos midiáticos e para seus próprios funcionários.

Compreende-se o termo ACS como um setor voltado à prestação de serviços comunicacionais inter-relacionados composto por profissionais de Relações Públicas, de Publicidade e Propaganda e de Jornalismo instalados em organizações, que, de maneira harmônica, são responsáveis pelo conteúdo informativo da corporação. E ainda:

[...] as atividades de uma assessoria de imprensa são descritas como: relacionamento com o veículo de Comunicação Social abastecendo-os com informações relativas ao assessorado (através de releases, press-kits, sugestão de pautas e outros produtos), intermediando as relações de ambos e atendendo às solicitações dos jornalistas de quaisquer órgãos de imprensa; controle e arquivo de informações sobre o assessorado divulgadas nos meios de comunicação, bem como na avaliação de dados provenientes do exterior da organização e que possam interessar aos seus dirigentes; organização e constante atualização de mailing-list (relação de veículos de comunicação com nomes de diretores e editores, endereço, fax, telefone e telex); edição dos periódicos destinados aos públicos externos e internos (boletins, revistas ou jornais); elaboração de outros produtos jornalísticos como fotografias, vídeos, programas de rádio ou de televisão; participação na edição de estratégias de comunicação (KOPPLIN; FERRARETO, 1993, p. 15-16)

Sob a visão de Duarte (2006), as AIs desempenham um papel de desmistificação de ações e de ideologias tomadas dentro dos veículos de comunicação, tendo em vista a dependência e a submissão de repórteres para com os seus editores.

Acredita-se que, em determinadas ocasiões, os profissionais envolvidos na produção de material informativo de caráter jornalístico ficam limitados no momento em que vão idealizar o trabalho de reportagem, valorizando, em um primeiro plano, direcionamentos propostos pelos seus chefes de forma que o jornalista tenha dificuldade de enxergar as várias realidades existentes em um único fato.

A ideia definida pelo autor contribui também para a participação ativa e pessoal do profissional, durante a confecção de textos. “A assessoria de imprensa pode preencher esta lacuna. Com ela, a imprensa pode passar a ver novos aspectos da realidade” (Duarte, 2006, p. 21).

## **1.1 Histórico**

No Brasil, o surgimento da assessoria de imprensa está associado à sistematização da divulgação jornalística na área governamental, quando o

presidente Nilo Peçanha, em 1909, cria a Secção de Publicações e Biblioteca. O objetivo era integrar publicações, informação e propaganda na área da indústria, do comércio e da agricultura. Com o passar dos anos, surge a necessidade de encontrar estratégias mais elaboradas e mais efetivas para a criação de e para a divulgação de conteúdo de ordem econômica, política e social.

[...] Durante os anos 30 que o governo federal torna política de Estado o controle e a disseminação de informações por meios de comunicação de massa e passa a organizar um sistema articulado [...]. O ápice ocorre entre 1939 e 1945, por meio do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) e dos Departamentos Estaduais de Imprensa e Propaganda (Deips), entre os anos 1939 e 1945. (DUARTE, 2006, p. 82-83).

As ações dos órgãos de controle demonstram os primeiros indícios de ações típicas de AIs, bem como de planejamento estratégico de comunicação. O intuito, nesse período, era fazer dos meios veiculadores de informação como rádios, tevês e jornais impressos instrumentos de controle da massa brasileira.

No setor privado, a divulgação institucional se deu nos anos 50 e atingiu, primordialmente, empresas estrangeiras, a maioria delas do setor automobilístico e de higiene. Segundo Duarte (2006, p. 85), “A assessoria de imprensa da Volkswagen já foi apontada como a pioneira no Brasil. Ela teria sido a primeira estrutura formada em uma organização privada para atuar com relacionamento planejado, sistematizado e permanente com a imprensa, numa perspectiva estratégica. Os trabalhos comunicacionais eram realizados em agências ou em departamentos de publicidade e de relações públicas.

À medida que os reflexos da Ditadura Militar perdiam forças, as empresas sentiam a necessidade em se relacionar. Em 1980, as organizações começam a procurar profissionais especializados capacitados para produzir boletins, jornais internos, vídeos e rádios internas. A iniciativa configurou, então, o fortalecimento da implantação da AI nacionalmente. A obrigação de reportar conteúdos de cunho administrativo, econômico, político e social compunham a forma de organização e de ações traçadas em empresas do período.

## **1.2 Pequeno Cidadão e a comunicação**

Chega-se no momento de apresentar a razão principal responsável por permear toda a extensão deste trabalho científico que tem como justificativa desenvolver as primeiras ações de comunicação que objetivam a garantia e o ganho de visibilidade do Projeto Pequeno Cidadão para com a comunidade de Votuporanga. Nesta primeira parte, a proposta é trazer conhecimentos sobre a ação e sobre os principais temas que permeiam sua atuação. Em um segundo momento, desenvolver a ideia de que, por meio da ferramenta de trabalhos já descrita previamente – assessoria de comunicação social –, é possível fazer com que elas sejam levadas até o conhecimento de seus públicos internos – atores ligados à assistência social, à educação e à saúde.

### **1.2.1 Programa**

O Programa Pequeno Cidadão, em Votuporanga, visa promover ações em função de gestantes e de crianças pertencentes à fase do Desenvolvimento Infantil (DI) que abrange o período de 0 a 3 anos de idade, além de atuar na garantia e na qualificação física, psicológica, intelectual e social de cada uma delas. O objetivo é realizado em consonância com as famílias, por meio de orientação dos profissionais envolvidos para potencializar o desenvolvimento integral dessa camada social. Os trabalhos de atenção são divididos em um período de quatro anos (dois biênios: 2009/2010 e 2011/2012).

Em 2009, a FMCSV (Fundação Maria Cecília Souto Vidigal) passou a atuar como parceira e auxiliar na reestruturação e na concretização da meta de assistência traçada. Instituiu-se então o Programa de Desenvolvimento Infantil (PDI) para identificar, gerar e disseminar conhecimentos que envolvem DI e incentivar práticas para a promoção da melhoria da qualidade da população.

O primeiro diagnóstico partiu da necessidade de implantar práticas cooperativas entre o município e a FMCSV, de forma a construir políticas públicas integradas que possam produzir condições para a viabilização de programas de

trabalho intersetoriais, otimizando recursos existentes e potencializando seus resultados.

### **1.2.2 Estudo**

A necessidade de propor medidas que objetivam o fornecimento de instruções voltadas para gestantes e para a formação de crianças partiu de uma análise situacional na qual foi abordado o número de nascimentos na cidade em 2007 (867 crianças) e a realização do pré-natal, incluindo o número de consultas médicas no período de gestação.

Por meio do Diagnóstico Situacional, constatou-se que os serviços voltados para a promoção do DI estão focados nos aspectos físico-biológicos do desenvolvimento da criança. Há necessidade e espaço para o fortalecimento destes serviços por meio da inclusão de abordagens que consistem aspectos cognitivos e psicossociais do DI.

O levantamento indicou que 817 gestantes realizam o pré-natal na rede pública de saúde. Foi apontado também que 850 grávidas fazem quatro ou mais consultas médicas e 782 tiveram sete ou mais visitas médicas na mesma fase.

A pesquisa verificou ainda indicadores de mortalidade e taxas de parto cesariana que ficou em torno de 82,4%. O estudo indicou que a mortalidade neonatal precoce é alta, além de aumento da mortalidade tardia.

Os resultados caminham para uma necessidade de promover orientações no puerpério, a partir do nascimento, desde a maternidade, como forma de garantir o alojamento continuado, o aleitamento exclusivo e a abordagem aos pais em relação aos primeiros cuidados ao recém-nascido, fortalecendo, assim, a relação do trinômio “pai-mãe-bebê”.

Na área educacional, constatou-se que 6% dos alunos matriculados na série inicial do ensino fundamental na rede regular do município apresentam resultados insatisfatórios em relação à aquisição da leitura e da escrita. A participação da família, de corporações públicas e privadas possibilita estímulos constantes para a construção e organização de capacidades como autoconfiança, autonomia, segurança e sociabilidade o que lhes possibilita a ser um adulto criativo,

autônomo, produtivo e responsável, que são penalizadas quando existe o rompimento de vínculos familiares.

### **1.2.3 Desenvolvimento Infantil: programa e ações**

Existe um consenso entre as linhas da neurociência de que os três primeiros anos de vida, da concepção até os 3 anos, definem a base para as fases subsequentes, pois tem influência significativa no desenvolvimento global do ser humano. A qualidade e a quantidade de estímulos recebidos nos períodos que compreendem o pré-natal (concepção ao nascimento) e a primeira infância (zero a três anos) estão diretamente ligados à garantia da formação em questão. Os trabalhos que envolvem o DI integraram os programas da FMCSV em 2007.

Segundo o médico Saul Cypel (2008, p.111) “Uma base afetiva bem estruturada é fundamental para que o indivíduo tenha oportunidade de se desenvolver plenamente”. É cabível ressaltar que o conceito de Desenvolvimento Infantil, distingue, portanto, fases diferentes, que necessitam de intervenções específicas que envolvem pais, profissionais da saúde e ainda outros atores que participam da rotina da família.

A opção por estabelecer projetos comunitários está entre as formas de atuação da fundação, pois trata-se de uma forma de aproveitar ações já existentes em municípios – no caso do Projeto Pequeno Cidadão, Votuporanga – e de agregar valores para que possam se entender na esfera regional. A meta final das intervenções da Fundação em Votuporanga parte do cumprimento de suas ações para: preparação dos profissionais de saúde e de educação infantil para agir no DI; assimilação dos serviços de atenção a famílias nas áreas de saúde, de educação e de assistência social para a obtenção do enfoque no DI; preparação e zelo dos pais para ajudar crianças a se desenvolverem plenamente; mudanças nos serviços da comunidade e em políticas públicas de DI; e análise da desenvoltura de crianças de 0 a 3 anos quanto aos aspectos físicos, emocionais e cognitivos.

#### **1.2.4 Fundação Maria Cecília Souto Vidigal**

A FMCSV (FUNDAÇÃO MARIA CECÍLIA SOUTO VIDIGAL, 2010) foi criada em 1965 por Gastão Eduardo de Bueno Vidigal e sua esposa Maria Cecília Souto Vidigal, após o falecimento, aos treze anos de idade, da filha caçula do casal, Maria Cecília, vítima de leucemia.

Naquela época, face à carência de pesquisas e de conhecimento sobre o diagnóstico de leucemia no Brasil e a necessidade de investimentos para o ensino, pesquisa e atendimento a leucêmicos, a FMCSV foi criada com o objetivo de criar, desenvolver, e colocar à disposição da sociedade um laboratório de hematologia para diagnóstico de leucemia. Contando com a colaboração profissional dos melhores cientistas em hematologia da Faculdade de Medicina da USP (Universidade de São Paulo), o laboratório tornou-se uma referência em pesquisa e em documentação sobre a hematologia (por sua biblioteca especializada).

Este conhecimento foi disseminado por meio de publicações, cursos e palestras realizadas no auditório da Fundação e em outros locais. Durante quarenta anos, desenvolveu este trabalho pioneiro.

Com o passar do tempo, ocorreu, no mundo e no Brasil, um progresso científico de grande magnitude, gerando novos conhecimentos sobre o entendimento do câncer, incluindo a leucemia. Novas tecnologias de pesquisa, de diagnóstico e de tratamento modificaram substancialmente o entendimento da doença. Isto gerou no Brasil novos centros de hematologia com estudos mais adiantados sobre o assunto.

Em 2001, frente a esse cenário e com o falecimento do fundador, os novos dirigentes da Fundação decidiram iniciar um processo de revisão da Missão da FMCSV, com o intuito de adequar seu papel às necessidades atuais da sociedade e aos interesses da nova geração. Esta última, composta pelos netos do fundador, passou a ter uma participação ativa na administração da FMCSV, visando à continuidade do legado da família Souto Vidigal.

Em 2003, inicia-se formalmente o processo de redefinição da Fundação e de ampliação de seu escopo de atuação. Após uma criteriosa análise situacional e frente ao surgimento de vários novos centros de hematologia e hemoterapia, a FMCSV percebeu a oportunidade de maximizar os benefícios à

sociedade emprestando seus conhecimentos e equipamentos a uma destas organizações. Assim, os laboratórios Maria Cecília Souto Vidigal foram transferidos ao Departamento de Hematologia da Fundação Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo, no complexo do Hospital das Clínicas.

### **1.3 Veiculação do conhecimento a caminho da garantia do Desenvolvimento Infantil por meio da comunicação organizacional**

Como já adiantado anteriormente, a meta inicial da FMCSV na cidade é instalar políticas comunitárias voltadas à atenção social para o Desenvolvimento Infantil. Para tanto, o conhecimento que envolve o tema deve ser visto de forma positiva, porque, além de contribuir para o reconhecimento proposto, encontra-se na missão da própria parceira.

Coletar, interpretar, gerar, sistematizar conhecimento sobre temas específicos de forma multidisciplinar com as áreas de saúde, educação e meio ambiente promovendo mudanças culturais em prol da solução de problemas presentes e futuros da sociedade<sup>1</sup>.

Os trabalhos que envolvem a implantação de um projeto de assessoria de comunicação ao Projeto Pequeno Cidadão de Votuporanga deve partir justamente de estratégias que viabilizem informações que resultem em conhecimentos envolvendo suas três áreas de atuação – assistência social, saúde e educação.

[...] o que propomos é que a AI utilize seu conhecimento técnico e agir técnico para agregar valor, criar e administrar produtos informativos de uma organização. Afinal a notícia institucional é de interesse não apenas dos jornalistas da redação, mas também para acionistas, empregados e familiares dirigentes e outros segmentos de público. Por sua ação de mediador, o assessor pode não apenas aumentar a presença de fontes na imprensa, mas também

---

<sup>1</sup>Disponível em: <<http://www.fmcsv.org.br/missao.aspx>>. Acesso em: 8 abr. 2010

democratizar o acesso à informação, iluminar o contexto em que a organização está inserida para os seus dirigentes e estimular o desenvolvimento com os empregados com as questões que lhes afetam (DUARTE, 2006, p. 237).

A exploração de estratégias institucionais que Duarte toma como conhecimento técnico estabelece uma harmonia com a disseminação de conhecimentos, a partir do momento que as próprias ações começarem a caminhar para o processo de materialização. A função inicial do profissional de comunicação parte da criação de uma cultura organizacional que trabalhe em função da super valorização do DI.

Em um segundo plano, oferecer materiais disseminadores de informação (releases, jornal mural, *house organ*, intranet) é uma medida cabível, pois trata-se de ferramentas que atingem tanto públicos internos como também os externos. Os trabalhos desempenhados pela AI são considerados trunfos porque auxiliam no processo e no controle do fluxo de informação e, conseqüentemente, no conhecimento, na medida em que são absorvidos.

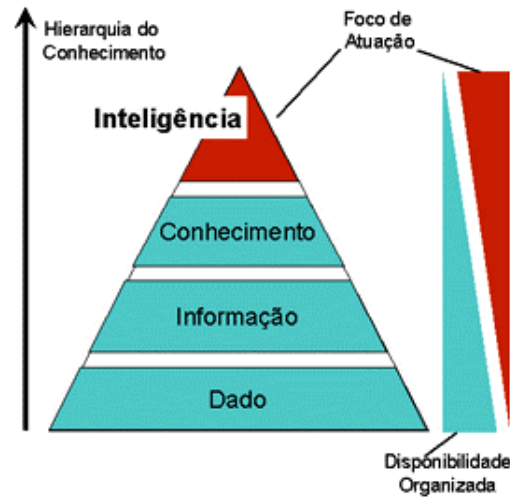
### **1.3.1 Direcionamento de fluxos informativos**

Na chamada Civilização do Conhecimento, existe muita disposição de dados, informações e conhecimentos. Alguns destes conhecimentos são aplicados com inteligência, gerando resultados concretos para a sociedade em geral<sup>2</sup>

O direcionamento de fluxos informativos é um fator significativo que percorre todo o trabalho comunicativo. Tendo em vista a sua importância, adquire caráter estratégico, a partir do momento em que são absorvidos pelo receptor e transformados em conhecimento. Neste processo, os meios de veiculação, o tipo de informação e o grau de complexidade da linguagem são fatores que não devem cair no esquecimento para que as informações/dados sejam absorvidas.

---

<sup>2</sup> Disponível em: <[http://www.fmcsv.org.br/gestao\\_conhecimento.aspx](http://www.fmcsv.org.br/gestao_conhecimento.aspx)>. Acesso em: 8 abr. 2010



Fonte: Fundação Maria Cecília Souto Vidigal  
[www.fmcsv.org.br/gestão\\_conhecimento.aspx](http://www.fmcsv.org.br/gestão_conhecimento.aspx)

A pirâmide acima contribui para a ideia que pretende ser desenvolvida neste momento. O percurso “Dado, Informação, Conhecimento e Inteligência” resume a função primordial do planejamento de comunicação que será construído. O primeiro passo é atribuir, a cada um dos elementos, significados que se adequem ao processo de comunicação para que seja construída a tese final.

Suponhamos que o item “Dado”, em sua nova concepção, passe a exprimir a ideia de fato que, após ser mencionado pelo assessor, adquire o estágio da “Informação”, assim como foi empregado na imagem. A partir do momento em que esta última é disseminada/reportada e entra em contato com a sociedade, assume a instância de “Conhecimento”, justamente pelo seu caráter informativo.

## **2 PÚBLICOS INTERNOS: ESTRATÉGIAS, PLANEJAMENTO E DIVERSIFICAÇÃO**

No capítulo anterior, discutiu-se sobre a implantação de um planejamento de assessoria de comunicação voltado ao Projeto Pequeno Cidadão como ferramenta para a aquisição de informação e de conhecimentos que envolvem seus três principais níveis de atuação – assistência social, educação e saúde – para a formação integral de gestantes e crianças que se encontram na fase da primeira infância, período que compreende a faixa etária de 0 a 3 anos . Foi mencionado, também, a importância em se definir ações articuladas entre atores para a garantia de trabalhos que compreendem o Desenvolvimento Infantil (DI).

Nesta próxima etapa, serão apresentados levantamentos considerados fundamentais e de importância dentro do macro-ambiente da comunicação integrada, que, para Kunsch, (2003, p.149) é encarada como uma “terminologia usada indistintamente no Brasil para designar todo o trabalho de comunicação levado e feito pelas organizações em geral”. Para tanto, é cabível ressaltar que os resultados de ações corporativas dependem diretamente da articulação de ações.

É dado o momento de idealização e de implantação das primeiras estratégias comunicacionais de base propostas desde o início do estudo

[...] é necessário considerar que a Comunicação Empresarial não flui do vazio, não se realiza à margem das organizações, mas está umbilicalmente associada a um particular sistema de gestão, a uma específica cultura organizacional e é expressão, portanto, de uma realidade. (BUENO, 2009, p. 54)

O autor, em sua reflexão, põe em discussão um dois pontos chaves que permeiam e iniciam todo o trabalho de comunicação corporativa: o domínio e o reconhecimento da cultura organizacional.

A proposta central deste capítulo é fazer com que os colaboradores entendam a importância, a necessidade e o motivo da realização do trabalho que caminha para a garantia do DI (Desenvolvimento Infantil), no caso do Pequeno Cidadão.

A viabilização deste desafio resulta na primeira ação de comunicação desempenhada pela assessoria de comunicação social por meio da instalação de políticas de comunicação interna.

## **2.1 Comunicação interna**

Embora haja um consenso entre estudiosos da área no que diz respeito à falta de apontamentos científicos sobre o segmento existente na comunicação empresarial e à prematuridade de sua valorização no ambiente corporativo – estima-se que as primeiras discussões que envolvem a comunicação interna surgiram somente na década de 80. Em contrapartida, sua valorização, atualmente, tornou-a como um quesito fundamental para a execução de ações de comunicação que visam ao posicionamento e a obtenção de resultados, a partir da elaboração da estratégia de atuação.

Segundo Kunsch (2003, p. 128):

[...] a comunicação interna é um setor planejado, com objetivos bem definidos, para viabilizar toda a interação possível entre a organização e seus empregados, usando ferramentas da comunicação institucional e até da comunicação mercadológica [...].

Ainda de acordo com a especialista, no plano de comunicação interna, podemos criar programas capazes de causar mudanças comportamentais, tendo em vista a criação de valores e o cumprimento da missão proposta pela organização.

A comunicação interna é uma ferramenta estratégica para a compatibilização dos interesses dos empregados da empresa, através do estímulo ao diálogo, à troca de informações e de experiências e à participação de todos os níveis.<sup>3</sup>

Em outras palavras, pode-se dizer que a comunicação interna é uma interface que leva ao conhecimento dos públicos o domínio da cultura corporativa, ou seja, a razão de sua existência, de seus métodos e de planos de trabalho entre segmentos organizacionais, que vão desde diretores até auxiliares, ou profissionais da limpeza. Na opinião de Bahia (1995, p. 31) “[...] a comunicação interna deriva-se da necessidade de transmitir ao público da casa o pensamento e a ação da empresa”.<sup>4</sup> Segundo Rego (1987, p. 46), “O jornalismo empresarial é sustentado, principalmente, pelas publicações internas. Portanto, ele integra, sobretudo, o processo de comunicação organizacional”.

Partindo do princípio de que o Pequeno Cidadão passou a existir em Votuporanga apenas em 2009, há uma inexistência de ações inter-setoriais voltadas para a importância de se trabalhar em função do DI tendo em vista a sua importância para a formação social por parte dos profissionais de assistência social de educação e de saúde. O assessor deve traçar meios de diminuir o nível de afastamento entre profissionais da assistência social, da educação e da saúde para que missões, valores e objetivos passem a ser cumpridos e não sejam encarados isoladamente a fim de que os níveis de diálogo e de interação sejam aproximados.

O fato reforça a necessidade da existência de se ter um profissional especializado que saiba gerenciar e disseminar conhecimentos base para o público em questão, e, sobretudo, cumprir as metas de trabalhos propostas. Os públicos internos devem ser vistos como agentes multiplicadores de informações e suas relações devem ficar sob gerência do assessor, na medida em que elas passam a carregar informações de grande valia que envolve o Projeto de Desenvolvimento Infantil.

---

<sup>3</sup> Disponível em: <<http://migre.me/288tF>>. Acesso em: 8 abr. 2010

<sup>4</sup> Disponível em: <<http://migre.me/288DF>>. Acesso em: 8 abr. 2010

A comunicação interna não pode ser algo isolado do composto da comunicação integrado e dos conjuntos das demais atividades da organização. Sua eficácia irá depender de um trabalho de equipe entre as áreas de comunicação e recursos humanos, a diretoria e todos os empregados envolvidos. (KUNSCH, 2003, p.160)

A mudança ideológica, principalmente, de grupos gestores, é o primeiro passo a ser adotado. A ideia é que a tomada de decisões parta de medidas consensuais e coletivas que integrem as três áreas de atuações e suas subdivisões – departamentos.

### **2.1.2 Comunicação interna e planejamento**

Não restam dúvidas sobre a necessidade que envolve a promoção de trabalhos integrados entre atores do Projeto para a garantia do DI e que o assessor de comunicação é peça chave no sentido de possibilitar conhecimentos utilizando-se de mídias para os profissionais envolvidos. Para tanto, é cabível frisar que a formatação de políticas de comunicação específicas para os públicos internos parte de outra atividade que antecede a sua execução prática comum a todo tipo de assessoria corporativa: o planejamento.

O planejamento é, por definição, um processo que se respalda em dados sistematizados, informações, conhecimentos, viveres, saberes intrinsecamente vinculado aos objetivos, aos valores e à missão de uma organização, não devendo ser entendido como uma atividade episódica ou meramente organizacional. (BUENO, 2009, p. 38)

Sob o olhar de Kunsch (2003, p. 38):

O planejamento constitui um processo complexo e abrangente. Possui dimensões e características próprias, implica uma filosofia e políticas definidas e é direcionado por princípios gerais e específicos. Não é algo solto e isolado de contextos. Está sempre vinculado a situações e a realidades da vida de pessoas, grupos e das mais diversas organizações e instituições da esfera política e privada.

Políticas definidas, plano de trabalho e resultados formam o tripé que justifica a necessidade de se elaborar estratégias responsáveis por mapear toda a gama de atividades desempenhadas pelo assessor de forma com que ele possa ter bases para entender todo o ambiente que engloba o Pequeno Cidadão – perfil dos profissionais envolvidos, públicos alvos, fragilidades e potencialidades – e, conseqüentemente, para a obtenção de melhorias concretas.

### **2.1.3 Avaliação de Marco Zero do PDI da FMCSV**

[...] será, portanto, necessário, cada vez mais, incorporar os dados concretos palpáveis [...], o conhecimento que é resultado da experiência, da vivência, da sabedoria de pessoas nas organizações. [...]. O planejamento em comunicação deve resultar de uma política de comunicação, instrumento que vislumbra ações e estratégias também a longo prazo. (BUENO, 2009, p.39)

O estudo de Marco Zero, nomenclatura idealizada pela própria FMCSV, foi um dos episódios mais eficazes que contribuíram para a elaboração desta segunda parte do estudo. O levantamento entra em consonância com as propostas apontadas por Bueno, pois sua formulação parte de dados reais, se baseia em atuações necessárias tomadas como ideais pelos profissionais da FMCSV e idealizam estratégias – previsões – a médio prazo. Além disso, é um dos modelos de comunicação interna a serem utilizados nos trabalhos de assessoria de comunicação proposto neste estudo.

Divulgado em 6 de junho de 2010, seu objetivo foi reunir integrantes dos comitês gestor e estratégico para avaliar a situação dos seis municípios que recebem programas de orientação em relação ao DI (Desenvolvimento Infantil) - Penápolis, São José do Rio Pardo, Botucatu, Itupeva, São Carlos e Votuporanga - como forma de dar continuidade em trabalhos de assistência visando ao desenvolvimento integral (físico, cognitivo e psicossocial) de seu público-alvo.

A escala de avaliação adotada vai de zero a cinco e apresenta dois tipos de marcadores. O primeiro, “crítico”, corresponde aproximadamente a um percentual menor ou igual 40%. O segundo, “boas práticas”, a 80%.

Em Votuporanga, entre os critérios mais bem avaliados está a qualificação dos pré-natais. No quesito, um dos quatro indicadores da categoria, marcou que 80% das pessoas realizam sete acompanhamentos médicos. Na pesquisa, o critério “Consultas focadas no vínculo” aponta que: 40% das gestantes têm percepção positiva do ultrassom; mais de 60% das mães/gestantes são apoiadas para amamentar; 40% recebem atendimento acolhedor eficiente; e menos de 20% recebem vacinação humanizada.

Os critérios mais bem avaliados são os que tratam da qualificação dos serviços oferecidos na maternidade – dos seis quesitos, cinco registraram índice igual ou superior a 80% – e da qualidade e foco no DI (Desenvolvimento Infantil) com o puerpério – nome dado à fase pós-parto. Dos seis aspectos analisados, quatro indicam boas práticas.

Já os que apresentaram menores índices foram os relacionados à ausência de espaços lúdicos que incorporem o DI – no mês em que ocorreu a aplicação do questionário, não existia espaço comunitário na cidade – e a qualidade dos serviços oferecidos em creches – os três quesitos analisados apontam índices iguais: 20%.

Na análise geral registrada pelo levantamento, somente 39% dos indicadores foram considerados críticos, considerando que a marca é a menor, em comparação aos resultados obtidos nas demais localidades nas quais foi aplicada a pesquisa. Com relação aos de “boas práticas”, o resultado é de 16% e é o segundo maior. O trabalho de mensuração foi fundamentado por meio de pesquisa realizada em dezembro de 2009.

## **2.2 Publicação de peças institucionais**

Um aspecto diagnosticado durante este trabalho científico é que as orientações/conhecimentos de autoria da Fundação Maria Cecília Souto Vidigal repassados para do atores locais bem como as que se dão entre eles mesmos não alcançam o grupo de atuantes que exercem influência sobre gestantes e sobre crianças na primeira infância.

A intenção, nesse caso, é alcançar outros integrantes que de forma indireta participam do trabalho em conjunto como recepcionistas, encarregados pelos setores, motoristas, responsáveis pela limpeza, a fim de que todo o grupo tenha domínio e entendimento do seu trabalho e, sobretudo, para que possam levar conhecimentos adquiridos até familiares e conhecidos, como espécie de multiplicadores da informação.

A partir do apontamento, o trabalho de assessoria empresarial voltado aos públicos internos devem se voltar, primeiramente, para a aproximação entre os comitês técnicos e estratégicos dos atores secundários por meio de publicação de peças institucionais.

### **2.2.1 House organ**

Por definição, *house organ* significa:

Veículo impresso ou eletrônico, periódico, de comunicação institucional, dirigido ao público interno (funcionários ou familiares) e/ou a determinados segmentos do público externo (vendedores, acionistas, clientes, fornecedores, autores, imprensa etc.). (KOPPLIN; FERRARETO, 1993, p.149).

A proposta de se elaborar um *house organ* é, primeiramente, atender ao segmento interno adepto à leitura de veículos impressos. Assim com no caso da intranet, o conteúdo nele utilizado – implica, nesse processo, número de páginas, linha editorial, projeto editorial e gráfico, quantidades materiais jornalísticos – deve ser algo a se pensar com cautela.

Portanto, o sugerido é executar o “jornal da casa” com produções semelhantes às da intranet, mas respeitando a técnica redacional impressa de forma com que haja a conservação da objetividade, da clareza, da imparcialidade e da apuração da informação. Sua distribuição assume caráter estratégico se for feita junto ao fornecimento do holerite.

### 2.2.2 Jornal Mural

A elaboração do jornal mural é uma ferramenta prática, simples e eficiente para assíduos de leitura rápida. Trata-se de um cartaz, caracterizado por um conjunto de materiais exclusivamente informativos e objetivos, algo semelhante às notas que correspondem ao tradicional *lead*. Suas principais características são: variabilidade de temas e linguagem mais intimista com os colaboradores, por se tratar de uma peça exclusivamente interna.

Dois aspectos que devem ser levados em consideração estão relacionados à sua periodicidade que acontece semanalmente ou quinzenalmente e ao seu local de fixação, pois deve estar obrigatoriamente, colocado em locais estratégicos nos quais existe grande circulação de pessoas, como murais e áreas específicas para leituras instaladas dentro da empresa.

No caso das áreas que envolvam prestação de serviços de saúde, a alternativa seria levá-los até espaços que constituem a Secretaria de Saúde, como em locais reservados para a entrada de colaboradores e em ambientes reservados para reuniões e realização de refeições.

O mesmo se aplica as Secretaria de Educação, Cultura e Turismo e de Assistência Social.

### 2.2.3 Mídias Virais

Como forma de complementar e finalizar as propostas de instalações de peças para a comunicação interna, a ideia é propor a instalação de softwares de mensagens instâncias para o envio de mensagens rápidas e automáticas a todos os usuários envolvidos no Programa. Criar um *mailing* com endereço eletrônico dos públicos internos para o envio de informações e também do número dos celulares para a disseminação de mensagens (torpedos) no caso de pessoas que constantemente estão em movimento, como motoristas e responsáveis pela limpeza é um método atual e eficaz na comunicação organizacional.

### 2.3 Capacitações e capital cognitivo humano

Uma das metodologias de atuação adotada pela FMCSV é a realização de capacitações em cada um dos municípios integrados ao Projeto de DI voltadas para grupos de profissionais que atuam em trabalhos denominados até o momento de formação social integral. Os encontros são ministrados por especialistas enviados pela Fundação e tem como proposta qualificar a prestação de assistência social, de educação e de saúde de forma inteligente.

Inteligência é entendida na FMCSV como a capacidade identificar os conhecimentos mais relevantes, cruzá-los e articulá-los de forma multi-disciplinar, orientar seu melhor modo de aplicação e promover sua disseminação à sociedade.<sup>5</sup>

Apesar de ser um método de formação tradicional, a estratégia utilizada não deve ser encarada apenas como medida de qualificação profissional, mas, sobretudo, uma forma de promover o conhecimento, ou seja, uma das razões que levam a existência de um planejamento de assessoria de imprensa como foi mencionado no capítulo anterior.

Outro aspecto que devemos retratar é que os encontros envolvem grupos internos, ou seja, tratam-se de um trabalho que deve ser enxergado com atenção dentro do ambiente comunicacional, assim como o envio de materiais de divulgação para a imprensa, os *press releases*, pois podem indiciar um compartilhamento ideológico, a partir das informações adquiridas e promover, mesmo que indiretamente, a aproximação entre os profissionais.

A execução de capacitação permite, ainda, o apontamento de uma terceira reflexão: a de que elas proporcionam a exploração do que será chamado nesta pesquisa de capital cognitivo humano, a partir do momento que esses encontros se tornam ferramentas de lapidação para a reconhecimento e desenvolvimento de ações que envolvem o DI.

---

<sup>5</sup> Disponível em: [http://www.fmcsv.org.br/organizacao\\_inteligencia.aspx](http://www.fmcsv.org.br/organizacao_inteligencia.aspx). Acesso em: 6 nov. 2010

Trata-se da capacidade que os colaboradores têm de apresentar ideias e driblar entraves que possam a vir existir, assim como ocorre no planejamento de comunicação.

## **2.4 Políticas e diversidade de meios de atuação internos e a web**

É necessário ressaltar que a execução de capacitações não é auto-suficiente para a garantia de trabalhos de comunicação interna e que outros tipos de canais disseminadores de informações devem fazer parte deste processo já mencionado. Para tanto, é oportuno destacar que a eficácia e a funcionalidade de cada um dos meios estão subordinadas à segmentação de mercado, ou melhor, da diversidade de interesses.

Se em décadas passadas as possibilidades de obtenção de informações se restringiam apenas a impressos, a rádios e a canais de TV, hoje, a situação é diferente. Devido, principalmente, ao advento da *internet* no Brasil, em 1995, o surgimento de *blogs*, de diários *on-line*, e de portais de notícias – mídias digitais – exerceram influência significativa sobre os conteúdos jornalísticos e percorrem desde as suas linhas editoriais até a estética física dos canais – *layout* -, por exemplo.

A web tem sem mostrado um ambiente estratégico para o relacionamento das organizações [...]. Apesar disso, empresas públicas e privadas não se deram conta de que esse novo ambiente requer novas posturas, novos formatos e novos discursos e exige uma nova cultura de relacionamento. Na maioria dos casos, elas o contemplam como meras extensões das mídias tradicionais [...]. (BUENO, 2009, p. 253-254).

Duarte (2006, p. 342) reforça a utilização de ferramentas virtuais na comunicação corporativa. “Uma das mais importantes ferramentas de marketing dos últimos anos é a *internet* e as novas tecnologias de comunicação. Acesso, sem dúvida, é a palavra do momento”.

Desde então, é de suma importância compreender e aceitar o fato de que a mudança ideológica que o especialista encara como cultura de relacionamento interfere também os meios de comunicação de massa e não é uma coisa restrita à comunicação organizacional.

Na visão de Bueno, (2009, p.87) “Vivemos na área da segmentação, da personalização dos contatos e a comunicação deve, obrigatoriamente, incluir essa perspectiva sob a pena de perder a eficácia”. A posição defendida pelo autor deverá permear toda a elaboração dos produtos e de estratégias de comunicação interna proposto neste estudo.

[...] A alternativa é criar canais específicos de relacionamento – que podem, inclusive, ser informais, mas que tenham, linguagem, formato adequados a cada clientela. O próprio público interno passa a ser trabalhado no plural – públicos internos - [...] A prática da comunicação interna em nossas organizações parece ignorar isso. Quase sempre, embora existam públicos internos, os veículos e os canais de relacionamento continuam se reduzindo a um só [...]. (BUENO, 2009, p. 80-87).

No Pequeno Cidadão, existem diferentes tipos de profissionais com potencialidades e níveis de conhecimentos distintos. A partir daí, a necessidade de se elaborar uma variedade de formatos de veículos internos, tendo em vista a diferenciação de interesses devido à especificidade de perfis e substancial, é inquestionável.

#### **2.4.1 Intranet e suas interfaces**

Partindo do princípio da segmentação de mercado e de perfis, pode-se detectar que uma das implantações que integram as peças de comunicações internas a ser utilizadas no projeto é o primeiro e mais clássico modelo virtual de comunicação empresarial interno surgido na década de 90: intranet .

Em meio à variedade de acepções já existentes, o termo pode ser encarado como uma rede de comunicação interna de caráter eminentemente

corporativo exclusiva das empresas. A singularidade de sua definição não corresponde à sua funcionalidade, ou seja, às suas formas de utilização e à sua capacidade de integração.

Os portais corporativos estão inseridos em uma nova fase de desenvolvimento que vai desde a ampliação de layouts até as atividades que nele podem ser desempenhadas. Com base nesse novo modelo, a intranet passa a ser caracterizada, então, como um canal agregador de conteúdo potencialmente capaz de estabelecer a interface com diferentes públicos.

É possível apontar, ainda, que as intranets, assim como a *internet*, passam por mudanças principalmente ligadas à personalização e à variabilidade de suas seções internas que acompanham o mercado digital e que devem ser de domínio de todo o corpo de profissionais que a utilizam. Uma das principais preocupações que o assessor deve ter mediante a instalação na rede dentro do seu rol de ferramentas disponíveis é com relação ao conhecimento que cada um de seus “internautas” tem sobre o canal.

O gerenciamento do seu conteúdo não deve ser deixado de lado.

A intranet ideal, a intranet que funciona, tem uma dimensão mais ampla do que meramente administrativa ou burocrática e pode incorporar uma série de instrumentos [...]. Ela pode incorporar todos os house-organs ou veículos da organização, mas, evidentemente, eles devem estar formatados para tal ambiente, portanto maximizando os recursos do hipertexto, hiperlink e a integração com a própria web. (BUENO, 2009, p. 92).

O autor propõe uma discussão que situa a plataforma com sendo um servidor macro potencialmente encarregado de suportar vários conteúdos de comunicação que será tratado nas próximas páginas. Um dos levantamentos de Bueno que merece ser motivo de reflexões atinge a usabilidade do hipertexto e do hiperlink. Para que se possa estabelecer entendimentos que valerão mais adiante, deve-se encarar os termos não como apenas interfaces gráficas utilizadas em sites para o acesso a informações múltiplas relacionadas com determinado assunto central, mas, sobretudo, como uma tática que nos permite utilizar conteúdos informativos paralelos que podem reunir várias áreas do conhecimento.

Qual a sua utilização no Projeto? A resposta é simples. Como já foi dito anteriormente, o Pequeno Cidadão atua em três níveis – assistência social, educação e saúde –, portanto, suas utilizações podem contribuir na ampliação do conhecimento nestas três instâncias partindo de um mesmo fato. Exemplo: diante de um texto que trata sobre serviços ligados ao pré-natal, seria sugestivo, neste caso, fazer a utilização de hiperlinks que conduzissem o navegador a conteúdos sobre as possibilidades de atuação na área de assistência social durante este período e também, pensando no campo da educação, a conteúdos que informassem sobre leituras de manuais com orientações para mães que passam pela primeira gestação.

É cabível, nesse momento, definir as áreas de acesso desta ferramenta. Atualmente, a pasta de assessoria de comunicação da Prefeitura de Votuporanga já conta com o sistema de intranet comum a todas as secretarias e departamentos associados a ela. A ideia é formatar outro sistema e restringir seu uso apenas à colaboradores da Secretaria de Assistência Social, da Secretaria de Educação, Cultura e Turismo, e da Secretaria de Saúde, do Centro Universitário de Votuporanga e da sede da FMCSV – nestes últimos dois casos, apenas aos coordenadores, professores de ensino superior e profissionais envolvidos.

A segunda parte desta pesquisa científica trouxe reflexões acerca da supervalorização da existência de um plano de comunicação voltado aos públicos internos envolvidos no Projeto Pequeno Cidadão para a garantia da formação integral de gestantes e de crianças de 0 a 3 anos de idade, a fim de os profissionais se tornem cientes das razões pelas quais desempenham os trabalhos nas áreas de assistência social, educação e saúde e também como forma de participar ativamente em trabalhos de comunicação.

Ciente disso, a ideia é lançar reflexões baseadas na importância de solidificar e de disseminar a imagem corporativa em níveis globais, em virtude de um dos intuitos do Programa Pequeno Cidadão: potencializar suas ações de modo que elas se tornem uma política social, a partir do momento em que as atenções passarem a ser concentradas no DI.

A primeira estratégia a ser lançada é iniciar planejamentos cujo objetivo seja fortalecer a imagem do projeto de forma que ela atinja tanto os públicos internos quanto os externos – sociedade.

No próximo capítulo, serão tratadas reflexões que permeiam a importância de se trabalhar a questão da imagem do Programa de Desenvolvimento Infantil por meio de ações de comunicações estratégicas.

### **3 IMAGEM: REAVALIAÇÃO DE DIAGNÓSTICO**

O que é imagem? Aquilo que se vê na TV? Conceitos particulares em relação a objetos e a pessoas? Valores estéticos? Já é senso comum a variedade de significados associadas ao termo. É necessário frisar, entretanto, que a proposta é oferecer reflexões da expressão dentro do âmbito institucional ou corporativo. Para tanto, o primeiro passo é propor uma avaliação conceitual baseada em entendimentos de estudiosos na área.

Na opinião de Bueno, a expressão é definida como:

A imagem corporativa é a representação mental de uma organização construída por um indivíduo ou grupo por meio de percepções e experiências concretas (os chamados momentos de verdade), informações e influências recebidas de terceiros ou da mídia. [...]. (BUENO, 2009, p.188)

Para Kunsch (2003, pp. 169-171), é encarada como:

O termo imagem, assim como o de identidade, faz parte do repertório do mundo corporativo. Imagem é o que passa na mente dos públicos e no seu imaginário [...]. A imagem representa o que está na cabeça do público a respeito do comportamento institucional das organizações e dos seus integrantes, qual é a imagem pública, interna, comercial, e financeira que passa na mente dos públicos e da opinião pública sobre as mesmas organizações.

Embora exista uma variedade de definições, pode-se ressaltar que, acima delas, estão seus efeitos. A partir daí, a imagem organizacional pode ser encarada como um conjunto de conceitos ou pré-conceitos determinados pela

sociedade – públicos externos – e colaboradores – públicos internos – tendo como base as ações promovidas pelas organizações.

A manutenção das diversas imagens sobrepõe o campo conceitual e reforça a tese de que os resultados atingidos a partir de determinada óptica, assim como compreendem os especialistas, exercem poder soberano. Pretende-se esclarecer que a formatação deste capítulo foge do âmbito teórico que evolui a IE (Imagem Empresarial) e busca trazer reflexões sobre a sua garantia dentro do Programa bem como seus efeitos. Isso envolve, em um primeiro momento, o processo de gestão.

### **3.1 Consolidação: a caminho da visibilidade**

[...] a responsável pela construção dessa imagem/identidade é a comunicação, seja com ações dirigidas ao público interno, seja com divulgação para a opinião pública. [...] Do que não se tem dúvida é que a comunicação é quem manda a assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia. (BUENO, 2009, p. 194).

Na citação acima, o autor coloca a AI como uma das principais ferramentas para garantia da imagem organizacional, que, como já foi mencionado, corresponde ao conjunto de percepções, visões e opiniões emitidas. Para tanto, é cabível frisar que sua construção e consolidação partem da participação do comunicador/assessor junto aos trabalhos dos comitês técnicos e estratégicos a fim de que o projeto de comunicação empresarial proposto desde o início deste estudo seja cumprido: atingir a consolidação do programa entre os seus públicos internos e, em um segundo momento, entre os externos.

#### **3.1.1 Avaliação de diagnóstico de ações**

As ações que permeiam o início da construção das “percepções” do Programa de DI e também de planejamentos e estratégias que nelas estão

associadas, serão lançadas a partir do momento em que o pesquisador tiver acesso a informações que permitam pensar na criação de peças com maior nível de adequação. O que se pretende propor com as reflexões é a necessidade de uma maior aproximação do assessor de comunicação junto aos seus porta vozes.

A metodologia utilizada durante a pesquisa científica para verificar o estágio de desenvolvimento dos trabalhos propostos para a garantia do DI foi a realização de uma pesquisa de campo por meio de entrevistas com integrantes do Comitê Técnico formado por profissionais das áreas de assistência social, de educação e de saúde: Denise Mencaroni (representante da Unifev), Elza Dulce de Freitas (assistente social e representante da Secretaria de Assistência Social de Votuporanga), Luzia Zirundi Figueira (secretária executiva), Taiza Silva Pereira (psicóloga e representante da Secretaria de Assistência Social e de ONGs), e Vera Lucia Dorigão Guimarães (enfermeira e representante da Secretaria da Saúde).

A partir de dados coletados por meio de perguntas dirigidas, pode-se afirmar que, desde o primeiro semestre de 2009, tais profissionais seguem Linhas de Ação (cronograma) que trazem uma série de ações a serem cumpridas para a garantia do DI, entre elas: cursos de formação para multiplicadores das ações de DI; treinamento de profissionais das instituições da rede pública e privada de saúde, ensino e entidades envolvidas na atenção à gestante e crianças de 0 a 3 anos, aplicação do conteúdo de DI junto às gestantes e às famílias; inserção de conceitos de DI na formação do profissional na graduação, nível médio de cursos da saúde e da educação no município; desenvolvimento de encontros sobre DI no município; desenvolvimento de Programa de Cadastro Único para registro de ações de DI; implantação de sistemas de informação integrados para as ações de DI (Cadastro Único de Saúde); ampliação e fortalecimento de grupos de aleitamento materno nas unidades de saúde e de grupos de gestantes.

Em 29 de outubro de 2010, integrantes do Comitê Técnico estiveram em São Carlos, uma das cidades conveniadas junto a Fundação Maria Cecília Souto Vidigal, e apresentaram dados que caminham para uma nova avaliação de diagnóstico. Na reunião, foi mostrado um quadro síntese com o número de atividades já realizadas em Votuporanga que apontam para os seguintes resultados: em oito capacitações realizadas, o público abordado foi de 211 participantes; em 12 supervisões, atingiu-se 227 pessoas; e em 43 reedições – espécie de reprodução de capacitações – houve a participação de 1162 integrantes.

Entre as mudanças percebidas nos serviços/práticas profissionais estiveram: desenvolvimento de ações intersetoriais; readequação de espaços físicos nos Cemeis (Centros Municipais de Educação Infantil); inclusão de conteúdos curriculares sobre DI nos cursos da saúde e da educação (Enfermagem/ Pedagogia/ Fisioterapia); presença de estagiários dos cursos de Enfermagem nos Cemeis; implantação e expansão de grupos de famílias grávidas nas Unidades de Saúde; visita da gestante à maternidade.

As modificações detectadas nos serviços/práticas profissionais partem das instalações de espaços lúdicos em unidades de saúde; aleitamento materno na primeira meia hora de vida do recém-nascido; projeto de lei que dispõe sobre a criação do Programa Profissional do Futuro; grupo de gestantes com fisioterapeutas, com preparador físico para incentivos e preparo ao parto normal.

O conjunto de ações já colocadas em prática desde que o Projeto Pequeno Cidadão passou a existir em Votuporanga, caminham para a formação de uma imagem corporativa que parte da responsabilidade social. O capítulo seguinte traz uma série de valores/aspectos que ainda não foram pontuados, mas que exprimem importância de dentro da proposta do DI.

É necessário destacar que o trabalho que envolve a imagem do Programa de Desenvolvimento Infantil passa por um processo de prematuridade, tendo em vista o estado de amadurecimento das políticas de atuação a serem executadas pelos integrantes do Comitê Estratégico e Técnico. A proposta apresentada por este capítulo tem como intuito alertar para a importância de se iniciar trabalhos em função das percepções que se estendem desde os públicos internos até os externos.

#### **4 RESPONSABILIDADE SOCIAL PARA A VISIBILIDADE**

Para que seja possível dar continuidade neste trabalho científico, torna-se necessário tecer uma breve retomada das ideias desenvolvidas anteriormente. No primeiro capítulo, a proposta foi mencionar o trabalho de uma AI como ferramenta disseminadora do conhecimento, em especial, de ações comunicacionais que caminhem para a garantia do DI.

Na segunda parte, a proposta foi articular um plano de trabalho específico ao público interno – profissionais envolvidos com assistência social, educação e saúde – para que haja um estreitamento de relações entre as áreas envolvidas que certamente refletirá nas ações de trabalhos destinados para gestantes e crianças de passam pela primeira infância, bem como apresentar uma segunda avaliação situacional do Pequeno Cidadão.

O terceiro partiu da apresentação um plano de trabalho que gira em torno da construção da imagem do Programa de DI e propor uma nova avaliação do andamento dos trabalhos com dois objetivos: promover uma maior participação do assessor de comunicação em encontros que envolvem o Comitê Estratégico– porta vozes – e tomar ciência das ideias traçados por cada um dos elementos que compõem o grupo para que o planejamento proposto desde o início deste estudo passe por um processo de adequação com as necessidades apontadas.

Neste capítulo, a meta é discutir sobre a responsabilidade social no setor organizacional e, em um segundo momento, no Programa.

#### **4.1 Breve panorama paradigmático empresarial**

No âmbito macro-organizacional, conjunto de empresas, ONGs, grupos sociais e entidades, o estabelecimento de ações estratégicas que caminhem para a relação de cada um dos corpos organizacionais para com a sociedade, ou seja, para com o seu entorno é um desafio comum.

A Responsabilidade Social Empresarial (RSE) tornou-se um fator de competitividade para os negócios cada vez mais marcada pela exigência de seus próprios consumidores. Anos atrás, o potencial competitivo de mercado de determinada empresa era equivalente aos preços de seus produtos, ou seja, partia de uma questão meramente mercadológica e capitalista. Posteriormente, houve, também, uma valoração que vinha da qualidade de serviços prestados.

Hoje, é possível dizer que existe uma valorização de se investir na melhoria de suas relações com públicos dos quais dependem e com os quais se relacionam, ou seja, com a sociedade, tendo em vista o caráter global adotado pela sociedade contemporânea. Isso nos permite acreditar que participa-se de uma profunda mudança da cultura organizacional mencionada no capítulo anterior.

#### **4.2 Plano de Ação aplicado à Responsabilidade Social Empresarial e ao DI**

O conceito da RSE está relacionado com a ética e a transparência na gestão dos negócios e deve refletir-se nas decisões cotidianas que podem causar impactos na sociedade, no meio ambiente e no futuro dos próprios negócios.<sup>6</sup>

Em outras palavras, a Responsabilidade Social Empresarial, está relacionada ao efeito/ reflexos que os trabalhos de autoria das organizações causam na sociedade, seja por meio da emissão de produtos, campanhas de conscientização ou até mesmo formação dos próprios colaboradores.

---

<sup>6</sup>Disponível em:

<[http://www.ethos.org.br/\\_Uniethos/Documents/responsabilidade\\_micro\\_empresas\\_passo.pdf](http://www.ethos.org.br/_Uniethos/Documents/responsabilidade_micro_empresas_passo.pdf)>.Acesso em 2 nov. 2010

A partir das posições traçadas anteriormente, é possível considerar que, no caso do Pequeno Cidadão e, sobretudo, em suas propostas de trabalho, existe uma proximidade que partem da Responsabilidade Social, pelo fato de sua existência estar inserida dentro de uma própria comunidade organizada. Para tanto, é necessário realizar uma reavaliação de nomenclaturas, pois, apesar de não compartilhar de características empresarias como o fator da competitividade, por exemplo, o Projeto Pequeno Cidadão compartilha de preceitos que envolvem o tema da Responsabilidade Social.

Segundo o Manual de “Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas” divulgado pelo Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social em parceria com o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) existem sete diretrizes que constituem a RSE: Adote valores e trabalhe com transparência; Valorize empregados e colaboradores; Faça sempre mais pelo meio ambiente; Envolver parceiros e fornecedores; Proteja clientes e consumidores; Promova sua comunidade; Comprometa-se com o bem comum.

A proposta, a partir deste momento, é utilizá-las como modelo para a formação do planejamento de trabalho que envolve a garantia da Responsabilidade Social dentro do Programa de Desenvolvimento Infantil. A ideia é que se possa definir os valores, as missões e os objetivos que serão responsáveis por direcionar todo e qualquer tipo de trabalho que envolve o Pequeno Cidadão.

#### **4.2.1 Adoção de valores e trabalho com transparência**

A proposta trazida pela diretriz parte do princípio de que as condutas e as decisões cotidianas tomadas pelas organizações – Programa Pequeno Cidadão – tende de atender, ao máximo, as necessidades sociais por meio de seus trabalhos. O cumprimento da missão é o primeiro passo para que a meta seja cumprida e funciona como ponto norte para a criação e solidificação da cultura organizacional.

Para tanto, pode-se afirmar que a missão do Programa de Desenvolvimento Infantil gira em torno do “Atendimento integral de gestantes e de crianças de 0 a 3 anos para a garantia do DI”. A definição deve ser encarada, a

partir de agora, como um ponto de ancoragem responsável por nortear os trabalhos propostos que devem garantir o conhecimento e a visibilidade do Programa de Desenvolvimento Infantil.

#### **4.2.2 Valorize empregados e colaboradores**

Como já explicitado anteriormente, o Projeto Pequeno Cidadão não se enquadra na situação de empresa. A partir daí, seus “empregados” passam a ser os próprios atores – profissionais da área de assistência social, educação e saúde – e seus colaboradores a gama social que contribui para os trabalhos que envolvem a promoção da formação integral de gestantes e crianças de 0 a 3 anos.

Nesse contexto, a valorização de empregados/profissionais no Programa de DI se dá de forma espontânea pelo fato de eles serem diretamente responsáveis pelas gestantes e pelas crianças de 0 a 3 anos, fato que também se aplica aos familiares, aos repórteres e a outras camadas sociais que, mesmo indiretamente, contribuem em função do processo de responsabilidade social.

A proposta, nesse sentido, é viabilizar ações estratégicas que visem à promoção de uma atenção tanto dos empregados quanto dos colaboradores com a criação de ouvidoria e de ferramentas para o compartilhamento de ideias/conhecimento de forma com que eles passem a ter voz ativa e valorizada sobre os trabalhos oferecidos, sempre respeitando a diversidade ideológicas e de perfis, como foi discutido mais detalhadamente no capítulo 2.

#### **4.2.3 Faça sempre mais pelo meio ambiente**

Gerenciar com responsabilidade ambiental é, nada mais nada menos, do que diminuir ações que possam causar agressões ao meio ambiente. Neste quesito, a tarefa se aplica principalmente às mães, tendo em vista o grau de inocência e de desentendimentos de crianças na faixa de 0 a 3 anos .

A meta, neste quesito, parte da elaboração de campanhas que busquem retratar a criação de hábitos ecologicamente corretos, entre eles a importância em se fazer a separação de lixo doméstico, de acordo com o tipo de material; depositar fraldas descartáveis e outros tipos de produtos que envolvem o cuidado da criança em local adequado e não deixá-los espalhados em vias públicas nem em terreno baldio; limitar o tempo do banho, entre outros cuidados que venham a contribuir com o meio ambiente que, posteriormente, poderão caminhar para a consciência ecológica do público infantil.

#### **4.2.4 Oriente agentes de transformação (Promova sua comunidade)**

A promoção da comunidade deve ser considerada o principal papel dos atores responsáveis pelo Projeto Pequeno Cidadão, na busca pelo seu principal objetivo: torna o olhar para o DI uma política pública não só para a cidade de Votuporanga, mas para todo o complexo habitacional que a permeia. O intuito é fazer com que o município se torne exemplo, por meio de suas ações que envolvem a atenção para gestantes e para crianças na faixa de 0 a 3 anos .

É necessário frisar que isso só será possível a partir do momento que houver a garantia de um trabalho articulado entre próprios interlocutores. O fato justifica, neste momento, a ausência de políticas de comunicação para os públicos externos.

Trata-se, portanto, de propor um plano de ação que parta do comprometimento com a comunidade. É necessário, entretanto, conservar o envolvimento que os profissionais de assistência social, de saúde e de educação têm para com a comunidade, que, de certa forma, partem de ações de comunicações para os públicos externos que ficarão para uma próxima ocasião.

## 5 PRODUTO: PEQUENO CIDADÃO EM AÇÃO

O quinto e último capítulo deste trabalho científico propõe-se a apresentar um breve projeto sobre o lançamento do produto que cerca o planejamento de assessoria de imprensa específico ao Projeto Pequeno Cidadão.

O intuito é construir um *house organ* que traga informações que marcaram os trabalhos de DI (Desenvolvimento Infantil) desde o ano da parceria em 2009 até as últimas ações tomadas para que todos os atores envolvidos no Projeto das áreas de assistência social, de educação e de saúde tomem ciência e se aproximem dos trabalhos de formação integral de gestantes e de crianças de 0 a 3 anos e, em um segundo momento, para que se interessem, efetivamente, pela manutenção e progresso dos trabalhos propostos.

Sua periodicidade será mensal e terá quatro páginas. A veiculação acontecerá nas respectivas secretarias envolvidas no Programa de DI, na Santa Casa de Votuporanga, ponto onde existe uma circulação concentrada de estudantes da Unifev envolvidos na área de saúde. e na sede da FMCSV (Fundação Maria Cecília Souto Vidigal) a fim de que o corpo diretor, consultores e profissionais estejam a par de atividades tomadas em Votuporanga.

Entende-se que a sua criação resultará em uma aproximação entre porta vozes que contribuirão com a realização de trabalhos posteriores, principalmente, de profissionais da FMCSV para que, quando enviados à Votuporanga, já tenham informações prévias de quais os trabalhos já feitos ou dos que se encontram em processo de realização. Seu lançamento contribuirá, ainda, para a exploração do que foi chamado de capital cognitivo humano no segundo capítulo deste trabalho, pois, a partir do momento em que fontes/porta vozes. concedem uma entrevista, estarão contribuindo ativamente com os trabalhos

propostos pela assessoria de comunicação que envolvem o Desenvolvimento Infantil.

A proposta inclui, ainda, trazer produções de textos com outros gêneros jornalísticos, como artigos de opinião, cartas de experiências relatadas pelos próprios profissionais, charges, espaços reservados para sugestão de leitura que parta de temas pertinentes.

O nome “Pequeno Cidadão em Ação”, de autoria do próprio pesquisador, baseou-se a partir de resultados diagnosticados durante a aplicação das entrevistas. O fragmento “em Ação” presente na titulação pretende iniciar o trabalho de formação da imagem do Programa e dá a ideia de construção permanente.

## **CONSIDERAÇÕES**

Após as reflexões presentes neste estudo científico, considera-se que a implantação de um plano de assessoria de imprensa específico ao Programa Pequeno Cidadão contribuirá para o êxito do cumprimento de propostas lançadas que permeiam o “Atendimento integral de gestantes e de crianças de 0 a 3 anos para a garantia do DI”.

Durante a elaboração do trabalho, diagnosticou-se que, desde o momento em que a parceira foi estabelecida, em 2009, existia uma necessidade de se trabalhar em função de ações primárias e básicas que envolvem a assessoria de comunicação, como o maior envolvimento do profissional de comunicação para com as ações tomadas pelos comitês técnicos e estratégicos, definição do nome do programa em Votuporanga, construção de logomarca para auxiliar na identificação.

Aponta-se também a necessidade de viabilizar estratégias comunicacionais que caminhem para a criação de identidade do Programa para o fortalecimento de sua imagem para com os públicos internos e externos, tendo em vista a sua importância para o desenvolvimento do município de Votuporanga.

A proposta apresentada por este estudo, em seu estágio inicial, era propor um planejamento de comunicação integral, ou seja, que envolvesse os públicos externos e internos. Mas, na medida em que as pesquisas foram se desenvolvendo e, sobretudo, quando trouxe informações apontadas pelos membros do Comitê Técnico, diagnosticou-se que, em determinados aspectos, os planos de trabalho ainda se encontram em fase inicial.

Daí surge a justificativa de o TCC ainda não se referir às questões que envolvem a relação entre o assessor de imprensa e a mídia. As considerações

explicam, também, em certas ocasiões, a inexistência de estratégias práticas, pois ainda se encontra em processo de implementação do Programa.

Os apontamentos partem do princípio da obrigatoriedade do pesquisador dar continuidade à pesquisa e, ainda, manter a proximidade com os porta vozes para que posteriormente o planejamento de assessoria de imprensa proposto possa se utilizar de diagnósticos mais precisos.

## REFERÊNCIAS

BENSO, Aline. A imagem e a identidade das marcas na perspectiva da comunicação organizacional: um estudo do Grupo MB Confeções. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33., 2010, Caxias do Sul, RS. **Anais eletrônicos...** Caxias do Sul: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1699-1.pdf>>. Acesso em: 2 nov. 2010.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial: políticas e estratégias**. São Paulo: Saraiva, 2009.

CARVALHO, Cíntia; HAUBRICH, Gislene Feiten. Da identidade à reputação: um estudo sobre a marca Coca-Cola. . In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33., 2010, Caxias do Sul, RS. **Anais eletrônicos...** Caxias do Sul: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-3135-1.pdf>>. Acesso em: 2 nov. 2010.

CHIESA, Anna Maria; ZOBOLI, Elma Lourdes Campos Pavone; FRACOLLI, Lislaine Aparecida. **Promoção da saúde da criança: a experiência do projeto Nossas Crianças: janelas e oportunidades**. São Paulo: EEUSP, 2009

CHINEM, Rivaldo. **Assessoria de imprensa: como fazer**. São Paulo: Summus, 2003.

CYPEL, Saul; KISIL, Marcos; LISBONA, Payla Weiszflog. **Desenvolvimento infantil da concepção aos três anos de idade: contribuição do II Workshop da FMCSV**. São Paulo: Fundação Maria Cecília Souto Vidigal, 2009.

CYPEL, Saul; KISIL, Marcos; LISBONA, Payla Weiszflog. **Desenvolvimento infantil da concepção aos três anos de idade: contribuição do I Workshop da FMCSV**. São Paulo: Fundação Maria Cecília Souto Vidigal, 2008.

DUARTE, Jorge (Org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2006.

FUNDAÇÃO MARIA CECÍLIA SOUTO VIDIGAL. **Quem somos**. Disponível em: <<http://www.fmcsv.org.br/quemsomos.aspx>>. Acesso em: 8 abr. 2010.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL.

**Responsabilidade social empresarial para micro e pequenas empresas.**

Disponível em:

<[http://www.ethos.org.br/\\_Uniethos/Documents/responsabilidade\\_micro\\_empresas\\_passo.pdf](http://www.ethos.org.br/_Uniethos/Documents/responsabilidade_micro_empresas_passo.pdf)>. Acesso em: 2 nov. 2010.

KOPPLIN, Elisa; FERRARETTO, Luiz Arthur. **Assessoria de imprensa: teoria e prática.** Porto Alegre: Sagra, 1993.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.** 4. ed. São Paulo: Summus, 2003

MACHADO, Bruna Coelho; MACEDO, Roberto Gondo. A responsabilidade social corporativa como qualificador de imagem empresarial. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32., 2009, Curitiba, PR. **Anais eletrônicos...** Paraná: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2009. Disponível em: <[http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/lista\\_area\\_IJ-DT3.htm](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/lista_area_IJ-DT3.htm)>. Acesso em: 2 nov. 2010.

MAFEI, Maristela. **Assessoria de imprensa: como se relacionar com a mídia.** 2. ed. São Paulo: Contexto, 2005.

NEVES, Roberto de Castro. **Imagem empresarial: como as organizações (e as pessoas) podem proteger e tirar partido de seu maior patrimônio.** 2. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. **Jornalismo empresarial: teoria e prática.** 3. ed. São Paulo: Summus, 1987.

SÓLIO, Marlene Branca. **Responsabilidade social empresarial: uma questão de sobrevivência.** . In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33., 2010, Caxias do Sul, RS. **Anais eletrônicos...** Caxias do Sul: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-2844-3.pdf>>. Acesso em: 2 nov. 2010.

## **Apêndice A - Matérias que vão compor a primeira edição do produto proposto: Pequeno Cidadão em Ação**

### **Desenvolvimento infantil**

#### **Pequeno Cidadão: atenção especial a gestantes e a crianças votuporanguenses**

*Parceria já mobilizou mais de 1,6 mil profissionais das áreas da assistência social, educação e saúde; convênio foi firmado em fevereiro de 2010*

Victor Grieger

Promover a formação de gestantes e de crianças de 0 a 3 anos de forma integral. Esse é a missão do Programa Pequeno Cidadão, instalado em Votuporanga desde fevereiro último, resultado de parceria entre a Unifev (Centro Universitário de Votuporanga), a Prefeitura de Votuporanga e a FMCSV (Fundação Maria Cecília Souto Vidigal), mantenedora financeira das atividades.

O convênio foi formalizado no dia 22 de fevereiro deste ano, em cerimônia no Votuporanga Clube, na presença de autoridades locais, entre eles o prefeito, Júnior Marão, o coordenador técnico do programa de Desenvolvimento Infantil e neurologista infantil, Saul Cypel, o diretor superintendente da Fundação, Marcos Kisil, o reitor da Unifev (Centro Universitário de Votuporanga), Marcelo Ferreira Lourenço. Desde então, profissionais das áreas da assistência social, da educação e da saúde desempenham um trabalho integrado focado na faixa que compreende a concepção (gestação) até os 3 anos – primeira infância.

A implantação do projeto em Votuporanga teve início em 2009. Em dezembro, representantes da FMCSV estiveram na cidade realizando o “Marco Zero”, etapa em que avaliam o trabalho executado em cada uma das cidades conveniadas com crianças de 0 a 3 anos. Além de Votuporanga, os municípios de Penápolis, de São José do Rio Pardo, de Botucatu, de Itupeva e de São Carlos são beneficiados pelo programa.

Na avaliação da secretária-executiva do Pequeno Cidadão, Luzia Aparecida Zirundi Figueira, o “convênio tem o objetivo de desenvolver um projeto de

formação de recursos humanos, articulação de pessoas e entidades, mobilização da sociedade e disseminação de informações e conhecimentos para implementação e intervenções que visam a melhorar a qualidade dos serviços prestados para a promoção do desenvolvimento das crianças de 0 a 3 anos”.

Segundo especialistas da neurociência, esse é o período em que processos cognitivos psíquicos e físicos começam a ser formados e, por isso, as crianças merecem atenção especial de toda a sociedade. É nessa fase, também, que ocorre o crescimento máximo do SNC (Sistema Nervoso Central), chamado de período crítico. Na fase intra-uterina e nos três primeiros anos de vida, a criança desenvolve a locomoção e a capacidade intelectual e de comunicação, além de iniciar o processo de socialização.

Em Votuporanga, as intervenções são feitas em vários pontos da cidade que lidam diretamente com mães e com bebês como as UBS (Unidades Básicas de Saúde), os Cemeis (Centros de Educação Municipal de Ensino Infantil) e Creas (Centro de Referência Especializada da Assistência Social).

“O Pequeno Cidadão foi proposto porque conseguimos atingir todos os indicadores para que o projeto pudesse vir para a nossa cidade. Acredito que ele é uma das melhores ações que temos na área da saúde hoje em dia e que atinge, principalmente, pessoas carentes da população”, afirma o presidente Egmar Marão. “Votuporanga tem um ganho de ‘anos luz’ com o projeto de Desenvolvimento Infantil. Até o momento, tivemos apenas ações bem sucedidas e um envolvimento total das pessoas envolvidas”.

De acordo com levantamento feito em outubro último, mais de 1600 pessoas já foram mobilizadas apenas com capacitações, supervisões e reedições oferecidas pelo Pequeno Cidadão. As ações são realizadas por meio de investimentos financeiros subsidiados pela FMCSV.

### **Mantenedora**

A FMCSV (Fundação Maria Cecília Souto Vidigal) foi criada em 1965 por Gastão Eduardo de Bueno Vidigal e sua esposa Maria Cecília Souto Vidigal, após o falecimento, aos treze anos de idade, da filha caçula do casal, Maria Cecília, vítima de leucemia.

Face à carência de pesquisas e conhecimento sobre o diagnóstico de leucemia no Brasil, naquela época, e a necessidade de investimentos para o

ensino, pesquisa e atendimento a leucêmicos, a FMCSV foi criada com o objetivo de criar, desenvolver, e colocar à disposição da sociedade um laboratório de hematologia para diagnóstico de leucemia. Contando com a colaboração profissional dos melhores cientistas em hematologia da Faculdade de Medicina da USP, o laboratório tornou-se uma referência em pesquisa e em documentação sobre a hematologia (por sua biblioteca especializada).

Este conhecimento foi disseminado por meio de publicações, cursos e palestras realizadas no auditório da Fundação e em outros locais. Durante quarenta anos a Fundação desenvolveu este trabalho pioneiro.

Com o passar do tempo, ocorreu, no mundo e no Brasil, um progresso científico de grande magnitude, gerando novos conhecimentos sobre o entendimento do câncer, incluindo a leucemia. Novas tecnologias de pesquisa, de diagnóstico e de tratamento modificaram substancialmente o entendimento da leucemia. Isto gerou no Brasil novos centros de hematologia com estudos mais adiantados sobre a doença.

Em 2001, frente a esse cenário e com o falecimento do fundador, os novos dirigentes da Fundação decidiram iniciar um processo de revisão da Missão da FMCSV, com o intuito de adequar seu papel às necessidades atuais da sociedade e aos interesses da nova geração. Esta última, composta pelos netos do fundador, passou a ter uma participação ativa na administração da FMCSV, visando à continuidade do legado da família Souto Vidigal.

Inicia-se formalmente em 2003 o processo de redefinição da Fundação e ampliação de seu escopo de atuação. Após uma criteriosa análise situacional e frente ao surgimento de vários novos centros de hematologia e hemoterapia, a FMCSV percebeu a oportunidade de maximizar os benefícios à sociedade emprestando seus conhecimentos e equipamentos a uma destas organizações. Assim, os laboratórios Maria Cecília Souto Vidigal foram transferidos ao Departamento de Hematologia da Fundação Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo, no complexo do Hospital das Clínicas.

## **‘Marco Zero’**

### **Marcos Kisil destaca serviços ligados ao pré-natal em Votuporanga**

*Avaliação de diagnóstico embasa a continuidade de ações propostas para o Desenvolvimento infantil*

Victor Grieger

O diretor superintendente da FMCSV (Fundação Maria Cecília Souto Vidigal), Marcos Kisil, instituição parceira de trabalhos implantados pelo PDI (Programa de Desenvolvimento infantil) em Votuporanga apresentou a avaliação de “Marco Zero”, em julho de 2010, no auditório da Cidade Universitária, para integrantes do Comitê Estratégico e Técnico e para a imprensa. Ele prevê a continuidade dos trabalhos de assistência para gestantes e para crianças de zero a três anos. Além de Kisil, estiveram presentes, pela FMCSV, a consultora e enfermeira doutora Anna Chiesa e o consultor Eduardo Marino.

O levantamento foi fundamentado por meio de pesquisa realizada em dezembro do ano passado com grupos focais locais. Uma equipe de avaliadores externos conversou com profissionais envolvidos na prestação de serviços que envolvem o Desenvolvimento Infantil de Votuporanga das áreas da assistência social, da educação e da saúde. Gestantes também participaram da elaboração do trabalho.

O estudo de avaliação analisou a desenvoltura dos seis municípios participantes – Penápolis, São José do Rio Pardo, Botucatu, Itupeva, São Carlos e Votuporanga – desde que tiveram o convênio firmado e tomou como base quatro dimensões, 17 critérios e 83 indicadores. A escala de avaliação adotada vai de zero a cinco e apresenta dois tipos de marcadores. O primeiro, “crítico”, corresponde aproximadamente a um percentual menor ou igual 40%. O segundo, “boas práticas”, a 80%.

Na avaliação geral, Kisil aponta um cenário positivo da situação da cidade em relação às demais localidades participantes. “Votuporanga apresentou uma das maiores performances e está muito próxima a Penápolis. A cidade apresenta trabalhos bem articulados e caminha para o ideal. Não estamos mais no ‘ponto zero’”, afirma. Entre os critérios mais bem avaliados está a qualificação dos

pré-natais. No quesito, um dos quatro indicadores da categoria, marcou que 80% das pessoas realizam sete acompanhamentos médicos.

O diretor destacou também a necessidade e a importância de os pais estabelecerem vínculos afetivos com os filhos. “Estudos da neurociência comprovam que o afeto gera estabilidade emocional no bebê e ele se torna mais amoroso depois de crescida, quando este trabalho é bem feito”.

Na pesquisa, o critério “Consultas focadas no vínculo” aponta que 40% das gestantes têm percepção positiva do ultrassom; mais de 60% das mães/gestantes são apoiadas para amamentar; 40% recebem atendimento acolhedor eficiente; e menos de 20% recebem vacinação humanizada. Os mais bem avaliados são os que tratam da qualificação dos serviços oferecidos na maternidade – dos seis quesitos, cinco registraram índice igual ou superior a 80% - e da qualidade e foco no DI (Desenvolvimento Infantil) com o puerpério - nome dado à fase pós-parto – dos seis aspectos analisados, quatro indicam boas práticas.

Na análise geral, 39% dos indicadores foram considerados críticos. A marca é a menor, em comparação aos resultados obtidos nas demais localidades nas quais foi aplicada a pesquisa. Com relação aos de “boas práticas”, o resultado é de 16% e é o segundo maior. Entre os destaques apontados estão o atendimento a gestantes no período de pré-natal e puerpério e o banco de leite.

Após a apresentação, o diretor e o grupo de consultores abriu espaço para debates com profissionais envolvidos na implantação do projeto “Pequeno Cidadão” em Votuporanga. Na ocasião, membros do Comitê Técnico e do Comitê Estratégicocomentaram sobre os trabalhos já realizados na cidade para melhorar os indicadores de Votuporanga e, conseqüentemente, da qualidade de vida de gestantes e crianças que se encontram na fase da primeira infância.

### **Programa de Desenvolvimento Infantil**

O programa foi lançado em fevereiro deste ano na cidade, e, desde então, profissionais da Fundação visitam o município periodicamente para aplicar capacitações voltadas ao atendimento a crianças que se encontram na fase da primeira infância. As propostas de intervenção abrangem o pré-natal, parto, puerpério.

Em julho, Votuporanga já tinha recebido cinco das nove oficinas de trabalho oferecidas pela FMCSV por meio de envio de consultores. Segundo Kisil, a proposta é qualificar a prestação de serviços nas áreas de educação, de saúde e de assistência social para a garantia do DI ainda no período da gestação.

## **Intervenção**

### **Espaços lúdicos e brinquedotecas são temas de capacitação**

*Estruturas contribuem para o desenvolvimento psicossocial de crianças e promovem tranquilização*

Victor Grieger

No dia 5 de novembro, a consultora e educadora enviada pela FMCSV (Fundação Maria Cecília Souto Vidigal), Risélia Pinheiro, ministrou capacitação, no auditório “Flávio Beloni”, da Secretaria de Educação, Cultural e Turismo, voltada para importância do desenvolvimento de trabalhos em espaços lúdicos para o DI (Desenvolvimento Infantil) de crianças que se encontram na primeira infância, período que vai de 0 a 3 anos. Tais espaços são encarados como ferramentas de estimulação psicossocial que contribuem diretamente para o desenvolvimento mental e motor humano.

O encontro de formação reuniu representantes das Secretarias de Assistência Social, de Educação, Cultura e Turismo, de Saúde e da Cidade. Participaram, ainda, pessoas ligadas à Unifev (Centro Universitário de Votuporanga), à Apae (Associação de Pais e Mestres dos Excepcionais) à Afupace/Recanto da Tia Marlene e à Santa Casa de Votuporanga. Na opinião da educadora, a interação entre as diversas áreas – associações, hospital, pastas municipais e instituição educadora – contribui para que as propostas tenham maiores chances de serem colocadas em prática.

A Diretora da Atenção Básica de Votuporanga, Vera Lúcia Dorigão Guimarães, explica que um dos principais focos da capacitação foi fazer um levantamento de quais os pontos da cidade que já contam com espaços lúdicos e os que poderiam receber a implantação das estruturas. Votuporanga possui três instalações localizadas no Consultório Municipal “Jerônimo Figueira da Costa Neto”, na UBS “Dr. Rui Pedrosa”, no Jardim Palmeiras e na UBS “Dr. Gumercindo Hernandes Morales”, no Bairro São João.

Segundo a também enfermeira, a presença de espaços lúdicos nas UBS (Unidades Básicas de Saúde) contribui para a tranquilização da criança, a partir

do momento em que ela vai realizar algum procedimento que pode trazer certo incômodo.

O fortalecimento de vínculos afetivos entre a criança na primeira infância e a família é outra possibilidade trazida por espaços lúdicos, em especial, por brinquedotecas. É o que defende Risélia. A educadora acredita que a participação de responsáveis no desenvolvimento da criança é de grande valia, pois contribuem para que o indivíduo apresente maior facilidade de relação social nos anos posteriores.

## Workshop Internacional

### **Profissionais das áreas da assistência social, educação e saúde participam de encontro**

*Foco partiu da importância do trabalho em conjunto de forma articulada*

Victor Grieger

A FMCSV promove anualmente em São Paulo um workshop convidando profissionais de todas as áreas, tanto em nível nacional quanto internacional, apresentando experiências e projetos bem sucedidos no que se relaciona ao desenvolvimento integral da criança.

“Parcerias e redes: como elas podem contribuir para a causa” foi o tema do IV Workshop Internacional de Desenvolvimento Infantil promovido pela FMCSV (Fundação Maria Cecília Souto Vidigal), entre os dias 9 e 10 de novembro, em São Paulo. O Programa Pequeno Cidadão, de Votuporanga, esteve representado por nove profissionais ligados às Secretarias da Assistência Social, da Educação, Cultura e Turismo e da Saúde de Votuporanga, além da Unifev (Centro Universitário de Votuporanga), áreas responsáveis pelo Projeto em Votuporanga.

“Por meio do evento, foi possível ouvir o que se tem desenvolvido de melhor sobre metodologias de formação de redes pelos diferentes grupos”, afirma a secretaria-executiva do Pequeno Cidadão e Diretora do Departamento de Educação Básica, Luzia Aparecida Zirundi Figueira.

Segundo ela, a participação de palestrantes internacionais possibilitou o contato de modelos de ações bem sucedidas adotados em outros países, o que resulta em “um alinhamento do trabalho do município ao estado do debate globalizado” e que reafirma a importância do tema que envolve o Desenvolvimento Infantil. “Pelo conhecimento adquirido no workshop, acredito que Votuporanga tem um alto potencial para formação de uma rede densa que poderá contribuir para o desenvolvimento de todas as crianças de 0 a 3 anos.”

Na visão da enfermeira da UBS (Unidade Básica de Saúde) do Bairro São João, Maria Rita Soares da Cruz, o enfoque do workshop partiu da importância de se estabelecer redes sociais, ou seja, equipes capazes de articular ações concretas voltadas para o Desenvolvimento Infantil que integrem setores da

sociedade tanto do poder público quanto do privado, por meio de iniciativas tomadas por clubes de serviços e por empresas locais.

**Apêndice B - Entrevistas com membros do Comitê Técnico do Projeto Pequeno Cidadão. As informações contidas em cada uma das respostas contribuíram para a criação de diagnósticos da pesquisa**

**Entrevista 1:**

Fonte: Vera Lúcia Dorigão Guimarães – membro da Secretaria da Saúde e Diretora da Atenção Básica

**1 – Quais são as ações já existentes no município que buscam trabalhar em função do DI na área da saúde? De que forma estão sendo colocadas em prática?**

Já estão em andamento várias ações em prol da saúde da gestante e de crianças de 0 a 3 anos de idade, entre elas: acompanhamento da gestante no pré-natal; formação de grupos de orientações a gestantes grávidas e famílias; acompanhamento das crianças até aos seis meses em grupos de aleitamento materno; atividades de orientação e de apoio às mães nas dificuldades enfrentadas ao amamentar; coleta de leite humano no Banco de Leite Humano para bebês que se encontram em UTI Neonatal.

**2 – Quais os aspectos que precisam ser melhorados no âmbito da saúde para a garantia de trabalhos de DI?**

Ampliar o número de capacitação para profissionais das equipes das unidades de saúde por meio de reedições de cursos oferecidos pelos consultores da Fundação Maria Cecília Souto Vidigal que buscam atender à três intervenções chaves: pré-natal, parto/puerpério e Puericultura para as crianças de 0 a 3 anos de idade de forma a priorizar o vínculo “profissional x família x bebê”.

**3 – De que forma as ações podem contribuir para a qualidade de vida de gestantes de crianças com idade entre 0 a 3 anos?**

O Programa Pequeno Cidadão possibilita o envolvimento de trabalho intersetorial entre as Secretarias da Saúde, da Educação e da Assistência Social no acompanhamento de gestantes e de crianças até aos 3 anos de idade,

prioritariamente, garantindo, assim, melhor qualidade de vida a gestante, ao bebê e a família.

**4 – De que forma que os profissionais de saúde podem trabalhar em função do DI?**

Pretendemos trabalhar na aplicação de conhecimentos adquiridos nos cursos e nas reedições realizadas durante o ano de 2010 destinados aos profissionais da rede pública e aos demais segmentos da comunidade que trabalham com o público alvo do Programa.

**5 – Atualmente, é possível afirmar que existe algum conhecimento que envolve os profissionais da saúde em relação ao programa Pequeno Cidadão? O que, na opinião da senhora, poderia ser articulado para que essas pessoas pudessem ter um maior conhecimento sobre o DI e, conseqüentemente, promover uma melhor assistência para gestantes e crianças de 0 a 3 anos?**

Há muito que trabalhar ainda na divulgação deste Programa. Várias propostas de realização de seminários, de fóruns de discussão e de supervisões para ocorrer durante 2011.

**6 – Quais são as principais carências que envolvem a gestantes e crianças na primeira infância em Votuporanga?**

Observamos carências em vários aspectos, desde o conhecimento da parte educativa até a importância de se “investir” na gestante e nas crianças até que completem 3 anos de idade. Acredito que isso vai reverter em inúmeros benefícios para a família e para a sociedade.

**7 – Quais as medidas que a senhora, enquanto enfermeira e membro do Comitê Técnico, tomaria para que o programa Pequeno Cidadão ganhasse mais visibilidade?**

A proposta do comitê para o ano 2011 é investir em divulgação junto à mídia e em material educativo para que a comunidade e as famílias percebam a importância dos objetivos propostos pelo Programa. Aquilo que oferecemos a uma criança de 0 a 3 anos de vida é para a vida toda e pode reverter em uma série de benefícios para a sociedade.

## **Entrevista 2**

Fonte: Luzia Aparecida Zirundi Figueira – diretora de Educação Básica da Secretaria de Educação Cultura e Turismo e secretaria-executiva do Projeto Pequeno Cidadão.

### **1 – Desde que o Programa Pequeno Cidadão passou a existir em Votuporanga no ano de 2008, quais foram os trabalhos articulados pela educação básica para a garantia do DI?**

A Secretaria da Educação provocou mudanças estruturais. Aumentamos a oferta de vagas para crianças que estão na primeira infância. Ampliamos três – Cemeis (Centros de Educação Infantil). Os espaços escolares foram reorganizados e houve aquisição de novos livros e brinquedos estimuladores.

### **2 – Já existe algum trabalho realizado junto aos professores dos Cemeis em relação à viabilização de trabalhos que visem o DI. Tendo em vista essa necessidade, o que a senhora sugere?**

Sim. Os ensinamentos oferecidos nas capacitações provocaram mudanças na forma de os professores se relacionarem com as crianças. O professor não só troca e alimenta a criança, mas tem uma palavra, um toque e um olhar mais atento e afetivo.

### **3- Quais os pontos/ações já existentes no município que deveriam ser fortalecidas para a garantia do DI?**

Dentre as ações existentes, destaco a intervenção junto à criança, o mais cedo possível, antes que as estruturas patológicas se fixem e prejudiquem o desenvolvimento da criança; o trabalho em rede com os profissionais das estruturas básicas e especializadas de saúde, educação e assistência social do bairro, além de tornar o trabalhos desempenhados nas creches para que as estrutura de cada uma delas contribua para a mudança social levando em conta a inter-relação estreita que se estabelece entre os pais e a equipe profissional.

### **4 – De que forma a educação básica pode intervir na formação de gestantes e crianças na faixa de zero a três anos?**

Acredito que a escola mantém uma estreita relação com o grupo familiar da criança. Espera-se que, a partir do diálogo, a família passe a ter ação permanente e estimuladora que contribua para o desenvolvimento infantil.

**5 – Quais as principais dificuldades já apontadas no âmbito educacional para a articulação de ações em função do DI?**

Uma delas é o fortalecimento das competências familiares na atenção de crianças de 0 a 6 anos como estratégia fundamental para apoiar a capacidade de as famílias oferecerem melhores condições de desenvolvimento infantil.

**6 - Quais as medidas que a senhora, enquanto secretaria executiva do Projeto, tomaria para que o programa ganhasse mais visibilidade?**

Uma das medidas a ser tomada e que já começa a ser sonhada é organizar um evento de mobilização com objetivo de sensibilizar todas as pessoas da cidade a participar do DI. O foco, porém serão as famílias com mulheres grávidas e bebês. O importante será atrair todos na finalidade comum de estimular a relação mãe-bebê.

**Entrevista 3**

Fonte: Taiza Silva Pereira – Representante da Secretaria de Assistência Social e de ONGs

**1- De que forma a Psicologia pode contribuir para a garantia do DI?**

A psicologia pode contribuir na introdução e na ampliação de conteúdos específicos de DI nos currículos de formação do psicólogo; incentivar, durante a formação do psicólogo, práticas profissionais de caráter social e comunitário; incluir o profissional (psicólogo) nas equipes de saúde pública ou privada, envolvendo postos de saúde (Núcleo de Apoio à Saúde da Família), pronto socorro, ambulatórios e hospitais e, também, nas unidades de educação infantil.

**2 – Desde que o Programa Pequeno Cidadão passou a existir em Votuporanga no ano de 2008, quais foram os trabalhos articulados pela Secretaria de**

**Assistência Social (SMAS) e pela APAE para a garantia do DI? De que forma eles podem contribuir para a qualidade de vida de gestantes e crianças de 0 a 3 anos?**

A SMAS envolve seus profissionais (assistentes sociais, educadores, psicólogos, auxiliar geral) nas capacitações geridas pelos consultores da Fundação Maria Cecília Souto Vidigal. Além disso, incentiva e apóia as reedições das capacitações e a incorporação dos conhecimentos adquiridos nas práticas diárias de seus serviços, incluindo as duas unidades de CRAS (Centro de Referência de Assistência Social) e o CREAS (Centro de Referência Especializado de Assistência Social). Deve-se considerar ações intersetoriais envolvendo as Secretarias da Assistência Social, Saúde e da Educação) fortalecidas com o programa.

Da mesma forma, a APAE (Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais) têm profissionais (psicóloga, monitoras, professoras) sendo capacitados a fim de aprimorar conhecimentos e desta forma apurar as práticas cotidianas com ênfase no DI. Na APAE, por exemplo, ocorreu a instalação de uma sala lúdica montada com brinquedos apropriados especialmente para atender as crianças que permanecem período integral na escola.

**3 – Atualmente, é possível afirmar que existe um conhecimento dos próprios assistentes que envolvem o programa Pequeno Cidadão? O que, na opinião da senhora, poderia ser articulado para causar este estreitamento?**

O conhecimento dos profissionais capacitados é produzido de forma gradativa, à medida que resultados positivos vão aparecendo. Como se trata, a meu ver, de um programa inovador que projeta resultados, seus efeitos são de longo prazo, o que é contraditório numa sociedade hedonista.

Para isso, devemos romper paradigmas o que explica a resistência e a dificuldade de alguns em aplicar as práticas de DI. Precisamos caminhar, pois acredito nos estudos e pesquisas da neurociência (Pressupostos do DI).

**4 – Quais as medidas que a senhora, enquanto psicóloga e membro do Comitê Técnico, tomaria para que o programa ganhasse mais visibilidade?**

Incentivaria, apoiaria a elaboração e a efetivação de projeto de lei voltado ao DI no município de Votuporanga.

#### **Entrevista 4**

Fonte: Denise Mencaroni – representante da Unifev no Projeto Pequeno Cidadão.

##### **1 – Qual a sua função dentro do Programa Pequeno Cidadão?**

Dentro do Comitê Técnico cada integrante tem uma determinada função definida. A minha é fazer o papel da universidade, então, nós produzimos e repassamos conhecimento. Aqui na Unifev, garantimos que os conteúdos que devem ser trabalhados no Projeto de Desenvolvimento Infantil sejam inseridos nos conteúdos curriculares dos alunos para que o projeto possa se perpetuar, por meio de aulas teóricas, projetos de extensão.

Os docentes dos cursos de Serviço Social, Pedagogia, Serviço Social e Educação Física, Enfermagem, Fisioterapia, ou seja, todos esses cursos que lidem com esse público (gestantes, crianças de 0 a 3 anos e familiares) incorpore o conceito de DI em suas casas, em suas ações e em seus ações.

##### **2 – Aqui na Unifev já existe algum conteúdo que envolve DI em atividade?**

No curso que eu estou diretamente ligada – Enfermagem –, os alunos já pensam em DI. O trabalho com criança envolve ações voltadas ao crescimento (medida/pesagem) e ao desenvolvimento, que era considerado como “um item a mais”, [antes da existência do Pequeno Cidadão].

O que os cursos vão fazer é incluir os conteúdos nas falas dos professores. O curso de Psicologia, por exemplo, já é trabalhada a questão do vínculo. O de Pedagogia, já desenvolve atividades voltadas aos espaços lúdicos. Nós estamos fazendo um direcionamento voltado aos professores para que eles possam contaminar a ideia. No ano que vem alguns cursos vão introduzir um projeto, um curso de extensão, estagiários. Trata-se de um projeto que envolve a sociedade.

##### **3 - Em quais aspectos a Unifev pode contribuir efetivamente com o Projeto Pequeno Cidadão?**

Nós podemos contribuir na formação dos futuros profissionais, no lançamento de projetos de extensão para toda a comunidade e no direcionamento de conteúdos sobre DI nas atividades curriculares dos cursos envolvidos. Temos mais de 500 alunos espalhados pela comunidade fazendo trabalhos de extensão.

Entendo que nós vamos melhorar, enquanto escola, a partir do momento que fizermos projetos que visem a incorporação de DI em todas as nossas oportunidades. A escola tem esse papel de capacitação, de reedição, de transmissão de conhecimento. A nossa prática é elaborar oficinas de trabalho.

#### **4 – Como que o profissional de comunicação poderia colaborar neste trabalho?**

Quando estávamos em São Carlos, percebemos que uma das fragilidades do nosso projeto foi a falta de comunicação e mobilização social entre o público internos e externos. Uma das nossas ações para 2011 é organizar um grupo de comunicadores para trabalhar conosco para esses profissionais crie estratégias para conversar com pais, com os jornais e com cada um dos setores envolvidos. Nós entendemos que o Projeto está muito “intramuros” e que é um trabalho de sensibilização a longo prazo.

#### **5 – Qual é a proposta para 2011?**

Temos experiências de estados e de municípios, como o Rio Grande do Sul, que contam com projetos de DI onde existe toda uma política institucionalizada. A nossa proposta para 2011 é trabalhar em cima disso e integrar uma estratégia de comunicação que caminhe para a socialização e mobilização para o assunto. Este projeto exige um trabalho de rede. O Comitê está passando por um processo de amadurecimento e definindo como deverá ser esta comunicação.