

PLANO DE COMUNICAÇÃO

Pact Brasil

por
André Cunha Bezerra

Trabalho apresentado como parte dos pré-requisitos para obtenção do título de
“Especialista em Comunicação e Saúde”

Fundação Oswaldo Cruz

Março de 2006
Rio de Janeiro, RJ

SUMÁRIO

I.	Introdução.....	3
II.	Marco Teórico.....	3
III.	Marco Institucional.....	4
	A. A Pact.....	4
	B. A Pact Brasil.....	5
	C. Pontos-chave sobre a comunicação na organização.....	7
IV.	O Problema.....	8
	A. Antecedentes do Problema.....	8
V.	Objetivo.....	9
VI.	Atores sociais do processo comunicacional e seus contextos.....	9
	A. Parceira – Pact Washington e escritórios regionais.....	10
	B. ONGs conveniadas.....	10
	C. Comitês Deliberativos e Fóruns – aids.....	15
	D. Programas de DST/aids nos âmbitos municipal, estadual e federal.....	16
	E. Mídia (especializada e imprensa de grande circulação).....	17
	F. USAID – Agência Norte-americana para o Desenvolvimento Internacional.....	17
	G. Outras agências financiadoras.....	18
	H. Organizações similares à Pact Brasil.....	19
VII.	Identificação da Rede de Produção de Sentidos.....	20
VIII.	Identificação das comunidades discursivas.....	22
	A. Agências de cooperação e financiadoras.....	22
	B. Organizações similares (FHI, PSI, JSB, Population Council e Pathfinder).....	22
	C. Pact Washington e escritórios regionais.....	22
	D. Governos - Programas de DST e aids (esferas Federal, Estadual e Municipal).....	22
	E. Comitês deliberativos e Fóruns de representação (CNAIDS e fóruns Estaduais de ONGs aids).....	23
	F. Organizações não-governamentais aids.....	23
	G. Mídia impressa de grande circulação.....	24
	H. Agência aids (mídia especializada).....	24
	I. Lista de discussão na internet - movimento nacional de gays, lésbicas, bissexuais e transgêneros (GLBT).....	24
IX.	Escolha e delimitação do conteúdo.....	24
	A. Pact Washington.....	25
	B. Pact Brasil.....	25
X.	Definição de recursos.....	26
	A. Financeiros (<i>orçamento não fechado</i>).....	26
	B. Materiais.....	26
	C. Humanos.....	26
XI.	Definição das estratégias.....	28
	A. Formulação preliminar.....	28
	B. Definição das situações de comunicação e seleção dos meios e materiais a serem utilizados.....	29
	C. Estratégias de produção e definição de responsabilidades.....	30
	D. Estratégias de circulação.....	30
XII.	Definição do modo de monitoramento.....	30
XIII.	Definição do Processo de avaliação.....	30
	Referências bibliográficas.....	32

I. INTRODUÇÃO

O presente Plano de Comunicação se propõe a analisar as relações comunicacionais referentes à Pact Brasil e suas implicações, e desenvolver um plano de ações para a organização contemplando os atores sociais desse processo, direta e/ou indiretamente. Tomando-se como base um modelo abrangente de análise e estruturação de comunicação para políticas públicas, o trabalho promove uma reflexão sobre os atores sociais, suas relações e suas falas na composição de um imaginário Pact Brasil. Em seqüência, dá-se a elaboração de um plano de ações e atividades que objetivam corrigir interpretações equivocadas sobre a organização e suas atividades desenvolvidas.

Como piloto para a implantação dessas ações tomou-se o conjunto de 22 organizações não-governamentais conveniadas ao Programa Elos, gerenciado pela Pact Brasil e financiado pela Agência Norte-americana para Desenvolvimento Internacional (USAID), e que desenvolvem atividades no âmbito do HIV/aids.

II. MARCO TEÓRICO

O presente Plano de Comunicação utilizou-se do modelo comunicacional do Mercado Simbólico¹ conforme caracterizado por Araújo(2003) para análise situacional e desenvolvimento de ações comunicacionais estratégicas.

Em seu modelo, a autora apresenta como idéia principal o conceito de discursos sempre contextualizados, influenciados por diferentes contextos e vozes que ao se somarem, subtraírem, dividirem e multiplicarem numa verdadeira operação não-matemática nem mesmo exata, resultam na produção de sentidos influenciados por suas próprias complexidades. A comunicação é apresentada como um processo contínuo de produção, circulação e consumo de sentidos sociais configurando-se num ambiente de comércio de simbólico, podendo esse espaço de disputa ser gerenciado por indivíduos ou por comunidades discursivas (interlocutores). Essas comunidades são grupos de pessoas que propagam discursos com os quais se identificam e são identificados. Nesse contexto, cada interlocutor ocupa um local de interlocução o qual lhe propicia determinado poder de negociação. Os interlocutores empregam estratégias de movimentação entre os locais com o objetivo de se aproximarem ao máximo do centro, onde o poder de negociação é mais forte. Essas estratégias, por sua vez, baseiam-se em fatores de mediação, os quais podem favorecer ou dificultar a movimentação em direção ao centro. E esses fatores de mediação são de ordem pessoal, grupal, coletiva ou organizacional, material ou simbólica e se passam em contextos.

Para Barthes, nesses contextos conotações tendem a sobrepor denotações e deturpar sentidos. Matérias significantes podem tornar-se mitos. Essa mudança pode tornar-se perigosa quando alinhada à noção ideológica marxista, onde a falta de consciência é um instrumento de dominação.²

¹ ARAÚJO, Inesita - "Mercado Simbólico: um modelo de comunicação para políticas públicas". Fiocruz/CICT/DCS (2003).

Já para Bakhtin, em todo o signo confrontam-se índices de valores contraditórios, sendo cada signo em si um universo de disputa por um significado. Bakhtin não se propõe a falar em conteúdos pré-existentes, nem previamente definidos. Para Bakhtin há ambigüidade nas linguagens que, por serem, por natureza ambiente de constante disputa, não se estabelecem. Significado para Bakhtin assume um papel dinâmico de sentido.

Frente à conjuntura comunicacional da organização, onde falas têm sentidos complexos e por vezes deturpados deu-se a escolha dessa metodologia considerando atores sociais e relações envolvidas. Aliou-se aqui a visão abrangente do modelo Mercado dos Sentidos sobre os vários contextos que envolvem cada ator social desse processo de comunicação e, principalmente, ao fato do mesmo conceber o lugar de interlocução dos atores sociais como moeda de barganha e poder.

III. MARCO INSTITUCIONAL

A proposta ideológica da organização é claramente descrita na sua missão: “vislumbra um mundo mais saudável e sustentável econômica, social e ambientalmente, no qual os principais problemas estruturais e iniquidades tenham sido superados, a partir da cooperação entre as pessoas, do exercício da solidariedade e do respeito à diversidade.”³ Em termos de ações para curto e médio prazo está o desenvolvimento de projetos alinhados com esta visão. A missão da organização apresenta o meio: “contribuir para o desenvolvimento social e a redução das vulnerabilidades da população, por meio do fortalecimento da sociedade civil organizada e do estabelecimento de redes de interação e parcerias com as organizações locais”⁴.

De acordo com as características do projeto ou programa desenvolvido, são implantados mecanismos de articulação com os parceiros e participantes de seus programas e projetos - instâncias para o planejamento, monitoramento e avaliação das atividades e tomada de decisão em conjunto.

A. A PACT

A Pact, Inc. é uma organização internacional, sem fins lucrativos, que tem como objetivo principal fomentar o desenvolvimento de organizações locais por meio do estabelecimento de convênios que apoiem a implantação de programas de assistência e desenvolvimento sustentável.

Fundada em 1971, nos Estados Unidos da América, e hoje presente em 17 nações da África, Ásia e América Latina, seu trabalho é baseado no apoio a comunidades por meio do fortalecimento de organizações locais. Sua estratégia foca a capacitação de líderes regionais e organizações não-governamentais para o desenvolvimento de soluções que amenizem problemas sociais.

² RIBEIRO, Ana Paula Goulart – “Discurso e poder: a construção barthesiana para os estudos de linguagem”. Fiocruz/CICT/DCS (2006)

³ Planejamento Estratégico 2005-2008, Pact Brasil (2005)

⁴ Planejamento Estratégico 2005-2008, Pact Brasil (2005)

B. A PACT BRASIL

A Pact chega ao Brasil em 1997 com objetivo contribuir para o desenvolvimento social e para a redução das vulnerabilidades da população, por meio do fortalecimento da sociedade civil organizada e do estabelecimento de redes de interação e parceria com as organizações locais. A Organização promove a melhoria das atividades de organizações da sociedade civil organizada, de modo a torná-las mais eficientes em suas atividades. E neste sentido, a Pact Brasil considera para o planejamento e sucesso de suas ações a apropriação do contexto sócio-cultural brasileiro como fator orientador e determinante.

1. Visão⁵

A Pact Brasil vislumbra um mundo mais saudável e sustentável econômica, social e ambientalmente, no qual os principais problemas estruturais e iniquidades tenham sido superados, a partir da cooperação entre as pessoas, do exercício da solidariedade e do respeito à diversidade.

2. Missão⁶

Contribuir para o desenvolvimento social e a redução das vulnerabilidades da população, por meio do fortalecimento da sociedade civil organizada e do estabelecimento de redes de interação e parcerias com as organizações locais.

3. Valores⁷

- Equidade
- Ética
- Humildade
- Respeito
- Responsabilidade
- Solidariedade

4. Princípios⁸

- A igualdade de gênero e o respeito à diversidade são fundamentais para a transformação social.
- As relações são baseadas na confiança, na valorização e no respeito ao ser humano e seus direitos.
- As pessoas têm autonomia para decidir os rumos do seu desenvolvimento.
- A definição de programas baseia-se nas necessidades das pessoas e das organizações envolvidas.
- O poder de decisão é partilhado entre todos os envolvidos.

⁵ Planejamento Estratégico 2005-2008, Pact Brasil (2005)

⁶ Planejamento Estratégico 2005-2008, Pact Brasil (2005)

⁷ Planejamento Estratégico 2005-2008, Pact Brasil (2005)

⁸ Planejamento Estratégico 2005-2008, Pact Brasil (2005)

- A transparência das ações é garantida por meio do acesso e da disseminação das informações.
- O ambiente de trabalho é agradável, harmônico e cooperativo.
- Os recursos são administrados de forma responsável e transparente, levando-se em consideração a eficiência, a eficácia e a efetividade.

5. O Programa Elos

Resultado de uma parceria entre a USAID/Brasil e a Pact, Inc. sob o Programa Community REACH, o Programa Elos tem como objetivo primordial reduzir a incidência e a prevalência do HIV entre os grupos sociais em situação de maior vulnerabilidade (homossexuais e homens que fazem sexo com homens, transgêneros, profissionais do sexo, usuários de drogas e pessoas vivendo com HIV e aids).

O Programa Elos, implantado e gerenciado pela Pact Brasil, visa fomentar atividades de prevenção ao HIV/aids nos sete estados das Regiões Sul e Sudeste do país: Minas Gerais, Espírito Santo, São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

Para tanto, o Programa Elos fomenta a (i) implementação de ações para a promoção de mudanças no comportamento sexual; a (ii) expansão da abrangência das ações das ONGs, a (iii) replicação de práticas de sucesso na prevenção ao HIV; (iv) promoção do uso correto e sistemático do preservativo.⁹ O Programa Elos desenvolve suas atividades em sintonia com as diretrizes e metas do Programa Nacional de DST/AIDS (PN-DST/Aids) do Ministério da Saúde.

O Programa Elos contribui para facilitar e apoiar a articulação e atuação da sociedade civil organizada e do Governo brasileiro, levando em consideração todo o trabalho já realizado por ambas instâncias para o controle da epidemia de HIV no país.

O Programa Elos atua a partir das seguintes atividades¹⁰:

1. Apoio às ONGs brasileiras que representam ou trabalham diretamente com populações mais vulneráveis (homossexuais e homens que fazem sexo com outros homens, transgêneros, profissionais do sexo, usuários de drogas e pessoas vivendo com HIV e AIDS).
2. Fomento do mercado social de preservativos e outros insumos, bem como a

⁹ Documento base para a implementação da estratégia da USAID/Brasil de prevenção ao HIV/aids, Brasília (2003)

¹⁰ Documento base para a implementação da estratégia da USAID/Brasil de prevenção ao HIV/aids, Brasília (2003)

veiculação de campanhas educativas, visando as populações definidas por este programa, a fim de promover a adoção de práticas sexuais mais seguras.

Estratégias do Programa Elos¹¹

1. Ampliação da cobertura de ações de prevenção ao HIV/aids por meio de convênios com ONGs
2. Fortalecimento de ONGs
3. Estratégias de comunicação para fortalecer ações de prevenção ao HIV/aids
4. Pesquisas operacionais
5. Marketing Social do Preservativo

C. PONTOS-CHAVE SOBRE A COMUNICAÇÃO NA ORGANIZAÇÃO

- A definição sobre o que são problemas de comunicação é feita pelo Diretor Geral, a Diretora de Programas e o Assessor de Comunicação da Pact Brasil.
- A Diretora de Programas e o Assessor de Comunicação podem influenciar e/ou decidir questões relacionadas à comunicação.
- Assessor de Comunicação é responsável pela comunicação e conta com o apoio da Diretora de Programas, para desenvolver as principais atividades da área.
- A organização está aberta para a comunicação com seus interlocutores (públicos com os quais dialoga). No caso específico do Programa Elos, programa de prevenção ao HIV/aids da organização, foram criados espaços para o debate sobre o desenvolvimento e monitoramento das atividades, os Comitês Estaduais.¹²
- Durante o desenvolvimento e a implementação de suas atividades, a percepção de outros atores sociais é levada em consideração, de acordo com sua relevância no contexto da decisão, e mesmo nas decisões conjuntas com o escritório central da Pact em Washington, estas são “tropicalizadas”.
- As necessidades de comunicação são identificadas: (i) durante reuniões e discussões internas; e (ii) em contatos diversos com os interlocutores.
- As ações de comunicação são definidas e articuladas com o conjunto das ações institucionais. O planejamento dessas ações ocorre, em sua maioria, durante o planejamento estratégico da organização e está em sintonia com suas demais atividades.
- Os materiais de comunicação são produzidos com a participação de uma agência especializada em educação e comunicação (educomunicação), sob a coordenação do Assessor de Comunicação. O processo ocorre da seguinte maneira: (i) o Assessor de

¹¹ Documento base para a implementação da estratégia da USAID/Brasil de prevenção ao HIV/aids, Brasília (2003)

¹² Os comitês são compostos por nove integrantes: um representante de ONG por cada grupo populacional priorizado - Homossexuais e outros homens que fazem sexo com homens (HSH), Profissionais do sexo (PS), Usuários de drogas (UD), Transgêneros (TG) e Pessoas vivendo com HIV e aids (PVHA); um representante do Fórum de ONG/aids; um representante da Coordenação Estadual de DST/aids; um representante da Coordenação Municipal de DST/aids, preferencialmente da capital do estado; e um representante da Pact Brasil.

Comunicação propõe um conceito e o discute com a Diretora de Programas. No caso de materiais que envolvam mais de um departamento, seu responsável é envolvido nesta discussão; (ii) uma vez aprovado o conceito, a agência é “brifada” pelo Assessor de Comunicação para o desenvolvimento de uma proposta inicial; (iii) essa proposta é analisada pelo Assessor de Comunicação e quando necessário, adequações são requisitadas; (iv) a nova proposta, já com melhorias, é apresentada à Diretora de Programas e demais envolvidos; (v) uma vez aprovada, é encaminhada para discussão com o Diretor Geral e, caso também aprovada nesta instância, é encaminhada para produção.

- A circulação e as formas de uso dos materiais de informação, educação e comunicação (IEC) são propostas pela Pact Brasil e discutidas com a agência.

IV. O PROBLEMA

A Pact Brasil é considerada, no meio em que desenvolve suas atividades, como uma organização norte-americana que trabalha unicamente com o tema da aids, sem independência em suas ações e à sombra da USAID. Essa imagem, no entanto, não retrata a realidade, uma vez que a organização é uma parceira e atua em diferentes áreas sociais fortalecendo ONGs por meio de qualificação técnica.

A. ANTECEDENTES DO PROBLEMA

Imediatamente no pós-guerra, foi criado o sistema de Cooperação Técnica Internacional (CTI), instituído pela Resolução nº 200 da Assembléia Geral das Nações Unidas em 1948. Nessa ocasião, a ONU estabeleceu o seu programa de cooperação multilateral e no ano seguinte, os EUA lançaram o seu primeiro programa de cooperação bilateral para países subdesenvolvidos. A concepção ideológica da CTI baseava-se na ajuda, por parte das duas maiores potências internacionais da época, a União Soviética (URSS) e os EUA, para a reconstrução de países afetados pela guerra. Contudo, o que se pretendia de fato era reforçar o aspecto conceitual de “ajuda” ou “assistência”, tendo em vista a possibilidade de utilização da CTI para fins econômicos ou ideológicos, em detrimento da cooperação. As duas potências organizavam então seus sistemas de alianças, a Organização do Tratado do Atlântico Norte (OTAN) e Pacto de Varsóvia, bem como tentavam ampliar suas zonas de influência.

A partir dos anos 50, o modelo de cooperação passa a se caracterizar por investimentos nas áreas de comércio, finanças e tarifas alfandegárias. Esperava-se que ganhos sociais decorressem do crescimento econômico. Estabelecer-se-ia também durante essa década a cooperação na área política para sustentar propósitos estratégicos e de segurança, e no âmbito cultural, de forma sutil, para dar sustentação ideológica à idéia de cooperação com o intuito de reforçar ou criar condições psicológicas para facilitar todo o mais. Agrega-se à CTI, na década seguinte, a captação de ciência e tecnologia.

Foi somente durante os anos 70 e início dos 80 que o modelo de cooperação fortemente comercial foi sobreposto por um novo modelo com viés mais social, que se traduziu por meio da Cooperação Técnica entre Países em Desenvolvimento (CTPD). Este foi o período em que a CTI esteve mais próxima a seu objetivo primário. Todavia, o termo “cooperação” viria a manter seu “viés” pejorativo de ferramenta de assistência para construir capacidades destinadas à auto-sustentação e, ao mesmo tempo, de instrumento de peso e incontestável importância de política externa.

Desde então, a USAID tem financiado no Brasil projetos sociais nas mais diversas áreas, incluindo-se educação, meio ambiente, adolescência e saúde. Na área da saúde, a instituição financiou iniciativas com estratégias por vezes polêmicas e pouco transparentes. A falta de transparência dessas atividades, implementadas majoritariamente por ONGs norte-americanas tidas como “cúmplices” da agência, marcaram fortemente sua identidade e de suas parceiras.

No caso do programa de HIV/aids da Agência para o país, o Programa Elos, não é diferente. Ainda que o Programa Elos tenha sido desenvolvido, em toda a complexidade de suas estratégias e plano de monitoramento, diretamente em conjunto com a sociedade civil organizada, o Programa Nacional de DST/Aids e a USAID, o “estigma” de programa de cooperação técnica internacional, financiado pela USAID e administrado por uma ONG norte-americana persiste, e embute implicitamente a noção negativa de interesses comerciais não-explicitos, ações não-transparentes e uma suposta “cumplicidade” por parte da ONG implementadora do programa.

No que se refere à parceira para a implantação do Programa Elos, a Pact Brasil, fatores adicionais devem ser considerados: a organização (i) chega ao Brasil inicialmente para a implantação do Programa da USAID; (ii) não possui história de atuação nacional prévia; (iii) atua unicamente no campo da saúde. Com a ampliação de foco de atuação da Pact Brasil, parte do problema relacionado à organização parceira poderá ser resolvido. Entretanto, restará aqui um problema maior de rompimento de idéias enraizadas e definição de identidades que poderá influenciar seriamente o desenvolvimento e o resultado das atividades do primeiro programa da ONG no país.

V. OBJETIVO

Assegurar aos parceiros e participantes de seus programas e projetos um melhor conhecimento sobre a Pact Brasil, e suas atividades no campo da saúde.

O objetivo é melhor informar ao público com quem a organização trabalha sobre a organização em si e suas atividades.

VI. ATORES SOCIAIS DO PROCESSO COMUNICACIONAL E SEUS CONTEXTOS

É fundamental conhecer a fundo os interlocutores do processo de comunicação da Pact Brasil. A seguir é relacionada informação sobre cada ator social e seu contexto, segmentados por “parceira” e “ONGs

conveniadas”, “comitês deliberativos e fóruns”, “programas de DST/aids” nas diferentes esferas de governo, “financiadores” e organizações similares à Pact Brasil.

A. PARCEIRA – PACT WASHINGTON E ESCRITÓRIOS REGIONAIS

Seu trabalho é desenvolvido por meio de programas que focam principalmente o gerenciamento de financiamentos e serviços de capacitação de ONGs e suas redes e o fomento de parcerias público-privadas. Suas principais áreas de atuação são:

- Governo e democracia
- HIV/aids
- Gestão de recursos naturais
- Fomento à paz
- Inclusão social
- Equidade
- Empoderamento de grupos em vulnerabilidade
- Gênero
- Micro-crédito

B. ONGs CONVENIADAS

1. Associação Brasileira Interdisciplinar de Aids (ABIA)

A Associação Brasileira Interdisciplinar de aids (ABIA) é uma ONG sem fins lucrativos, fundada em 1986 no Rio de Janeiro. Atua na luta contra a epidemia de HIV/aids por meio de ações de prevenção, conscientização e mobilização social, na defesa dos direitos civis de pessoas que vivem com HIV e aids, e na produção e disseminação de informações e conhecimento relacionados à epidemia de aids e à saúde sexual e reprodutiva. Dispõe de um centro de documentação, que possui um vasto acervo de documentos e publicações acessíveis a pesquisadores e ao público em geral. A ABIA também atua por meio do acompanhamento de políticas públicas de saúde, educação, prevenção, tratamento, assistência e da defesa dos direitos sexuais como direitos humanos. A organização possui postura ativista e estimula o debate entre os mais variados setores da sociedade, de pesquisadores das ciências sociais e médicas a ativistas e representantes dos programas governamentais de enfrentamento à epidemia.

2. ADEH - Nostro Mundo

A ADEH Nostro Mundo foi criada em 1993 por transgêneros, gays e lésbicas de Florianópolis, para atuar em defesa dos direitos homossexuais. A organização iniciou suas atividades com ações de prevenção, às quais denominou “Arrastão da Vida”. Com o falecimento da presidente após dois anos de atividades, o grupo se dispersou. Em 1997 surgiu o Instituto Arco-Íris, com objetivos mais amplos, entre eles retomar o trabalho

iniciado pela ADEH junto às transgêneros, ampliando-o às mulheres profissionais do sexo por meio do projeto “Boca da Noite”. Esse projeto incluía, além da prevenção, a promoção da visibilidade e a organização das populações trabalhadas. A partir desse processo, a ADEH se reorganizou, assumindo os projetos e ampliando as ações a nível regional (estendendo-as aos michês). A organização tornou-se referência em Santa Catarina no trabalho com estas populações.

3. A.V.E. - Associação Vida Esperança

A A.V.E. é uma entidade filantrópica sem fins lucrativos fundada em 1996. A organização foi criada por pacientes da Vigilância Sanitária de Cubatão (SP), para integrar pessoas HIV+, seus familiares e a comunidade em geral, por meio de oficinas, cursos e encontros, buscando melhorar a qualidade de vida dos soropositivos.

4. Centro de Atenção e Atendimento a Aids

O Centro de Atenção e Atendimento à aids (CAAids) é uma ONG estabelecida em São Gonçalo, RJ. Foi organizada em 1992 por um grupo de profissionais (médicos, enfermeiros, assistentes sociais, psicólogos, educador de saúde, advogados e auxiliar de enfermagem) e voluntários que trabalhavam com pacientes portadores do vírus HIV/aids. Em 1997 a organização inaugurou a Casa de Apoio Reviver para atender aos portadores assintomáticos do HIV desamparados. A organização desenvolve projetos voltados à assistência e à prevenção ao HIV/aids.

5. Centro de Convivência Joana D’Arc

O Centro de Convivência Joana D’Arc é uma entidade filantrópica sediada no Guarujá (SP) e fundada em 1996. Sua missão é promover ações de enfrentamento da epidemia de HIV/aids, prevenção em DST/aids e promoção à saúde, por meio de oficinas, cursos, encontros e advocacy. O atendimento é preferencialmente voltado a pessoas soropositivas para o HIV. Abrange o Grupo Gay de Guarujá, voltado à população HSH. A entidade é formada por voluntários de várias áreas profissionais.

6. Coletivo Feminista Sexualidade e Saúde

O Coletivo Feminista é um grupo criado em 1981, a partir de trabalho desenvolvido com mulheres de baixa renda do município de São Paulo. A partir de 1985, o CFSS criou um centro de saúde de mulheres, e possui atualmente cerca de 6.000 cadastradas. É um serviço feminista, com atividades diretas voltadas para as mulheres (sexualidade, prevenção às DSTs ao HIV a à aids, contracepção, assistência pré-natal, saúde mental, violência, etc.), além de programas de treinamento para profissionais de saúde, empresas e escolas, em parceria com

outras ONGs, universidades e serviços públicos. Sua missão é promover a saúde e os direitos sexuais e reprodutivos das mulheres.

7. Grupo Corsa - Cidadania, Orgulho, Respeito, Solidariedade e Amor

O Grupo CORSA foi fundado em 1995, tendo como missão a conscientização e a emancipação das minorias sexuais. Atua em prevenção às DST/aids e educação e direitos humanos sob a ótica GLBT. Implantou recentemente um projeto de marketing social do preservativo em parceria com a John Snow do Brasil.

8. Davida - Prostituição, Direitos Civis, Saúde

O Davida, fundado em 1992 no Rio de Janeiro, é uma ONG que desenvolve ações de saúde integral e de prevenção de DST e HIV/aids com prostitutas, capacitando-as a se auto-organizarem para enfrentar a discriminação e reduzir suas vulnerabilidades. Desenvolve projetos de IEC e de intervenção comportamental em áreas de prostituição. Também oferece consultorias a organizações compostas de, ou que atuam com, profissionais do sexo, e participa de instâncias de órgãos governamentais. Entre os instrumentos de ação e divulgação do Davida está o jornal “Beijo da Rua”, que trata do cotidiano da prostituição, de auto-organização e saúde e é distribuído nacionalmente, e a linha/marca de roupas “Daspu” que visa angariar fundos para a instituição e, acima de tudo, aumentar sua visibilidade, chamando a atenção para a luta contra o estigma da profissão. Atividades culturais como peças de teatro e outros eventos fazem parte das estratégias de promoção da saúde e educação.

9. Grupo Dignidade

O Grupo Dignidade foi fundado em 1992 em Curitiba tendo como finalidades a promoção e defesa dos direitos humanos dos homossexuais, bem como a prevenção e assistência em DST/HIV/aids. Trabalha em parceria nas áreas de DST junto a homens que fazem sexo com homens, travestis, profissionais do sexo e mulheres. Entre seus projetos, destaca-se o “Apolo”, de intervenção com garotos profissionais do sexo na categoria HSH. Recentemente, desenvolveu também o Projeto “Tá Aqui Camisinha”, de marketing social do preservativo.

10. ECOS - Comunicação em Sexualidade

A ECOS é uma ONG fundada em 1989 em São Paulo, visando contribuir para a promoção e transformação de valores e comportamentos relacionados à sexualidade, saúde e direitos sexuais e reprodutivos, dentro de uma perspectiva de mitigação das discriminações de gênero, idade, classe social e raça/etnia. Realiza projetos de prevenção às DST/aids,

dirigidos a públicos em diferentes situações de vulnerabilidade. Seus projetos incluem a produção de materiais educativos e de educomunicação, o desenvolvimento de recursos humanos, a organização de encontros e seminários, além de consultoria e assessoria a grupos e instituições nas áreas da sexualidade, saúde reprodutiva, direitos reprodutivos e sexuais, relações de gênero, diversidade sexual, masculinidade, prevenção da violência de gênero, uso indevido de drogas e doenças sexualmente transmissíveis e aids.

11. Grupo Fio da Alma

O Grupo Fio da Alma foi criado em 1997, por profissionais do sexo da região metropolitana do Rio de Janeiro, com o objetivo de reduzir a infecção pelo HIV/aids, promover a auto-estima e cidadania, além de levar mais informação sobre os cuidados com a saúde a esta população. As lideranças deste grupo são agentes de saúde, que participam desde 1991 do trabalho de informação e conscientização sobre saúde preventiva, com ênfase na prevenção ao HIV e à aids. O Grupo inaugurou em 2001 um espaço de convivência, informação e cultura para as profissionais do sexo chamado Espaço Fio da Alma. Nele são oferecidos serviços e atividades como: atendimento terapêutico-psicológico; encaminhamentos para unidades conveniadas com o SUS e/ou CTAs; encaminhamentos para tirar documentos; palestras sobre DSTs/aids, auto-estima, saúde integral da mulher, direitos e cidadania; oficinas sobre sustentabilidade; sessões de vídeo; distribuição de preservativos masculino e feminino.

12. Grupo Arco-Íris de Conscientização Homossexual

O Grupo Arco-Íris é uma ONG fundada em 1993 no Rio de Janeiro cuja missão é a melhoria da qualidade de vida da população homossexual e bissexual, por meio da promoção da auto-estima, da saúde e da cidadania, e que busca a mitigação de formas de preconceito e discriminação. O Grupo promove e executa programas junto à população homossexual e bissexual, nas áreas jurídica, sanitária, social e educacional, por meio de encontros, oficinas, intervenções comportamentais e palestras sobre auto-estima, cidadania e prevenção às DST/aids; eventos culturais; Parada do Orgulho GLBT-Rio; assessoria jurídica; atenção e assistência a pessoas vivendo com aids; acolhimento psicológico e atuação na mídia e na formulação e acompanhamento de políticas públicas para a melhoria da saúde e o fomento de uma cultura de valorização da diversidade de hábitos e costumes em nossa sociedade.

13. GAPA/MG - Grupo de Apoio à Prevenção à aids de Minas Gerais

Fundado em 1987 em Belo Horizonte, o GAPA/MG presta apoio direto e assistência às pessoas com HIV/aids; difunde informações sobre aids e assuntos correlacionados; atua contra o preconceito e discriminação às pessoas com HIV/aids e luta pela instalação de um serviço de saúde eficiente no estado de Minas Gerais. A experiência desenvolvida na área de

apoio procura atender as necessidades básicas das pessoas que vivem com HIV/aids, expressas pelas atividades de apoio e assistência. São oferecidas: reuniões de convivência; visitas hospitalares; repasse de medicamentos para doenças oportunistas e repasse de preservativos; orientação jurídica; atendimento em uma linha telefônica sobre prevenção, aconselhamento e informação.

14. GAPA/RS - Grupo de Apoio à Prevenção da aids do Rio Grande do Sul

O GAPA/RS é uma organização não-governamental criada em 1989 que desenvolve ações que buscam conter a epidemia de aids, executando trabalhos de prevenção junto a populações específicas e apoiando portadores do HIV. Por esta razão, muitas vezes está nas ruas denunciando irregularidades e reivindicando direitos. Por opção política prioriza os segmentos sociais ou economicamente marginalizados e desenvolve desde sua fundação trabalhos de prevenção junto a homens, mulheres e travestis que se prostituem em Porto Alegre.

15. Igualdade - Associação de Travestis e Transexuais do RS

Fundada em 1999, a Igualdade nasceu da necessidade de uma organização própria para difundir os princípios de auto-organização entre as travestis e transexuais de Porto Alegre. Como forma de geração de segunda renda, o Igualdade desenvolve um projeto com a realização de cursos. Realiza também um projeto de prevenção com caminhoneiros e de resgate da cidadania entre as travestis.

16. Liberdade – Direitos Humanos da Mulher Prostituída

O grupo Liberdade iniciou os seus trabalhos em 1994, sob a liderança de uma profissional do sexo, frente à necessidade de organizar o grupo de prostitutas em Curitiba e Região Metropolitana, para lutar contra a discriminação, preconceito, violência e falta de informação sobre HIV/aids. A entidade desenvolve o projeto “Púrpura da Noite”, que aprofunda conhecimento das profissionais do sexo sobre DSTs e aids e uso do preservativo com clientes e parceiros fixos. O projeto promove a realização de exames médicos com vistas a detectar doenças que atingem as profissionais, por meio de: discussões em grupo sobre temas ligados à vivência na prostituição, oficinas temáticas de saúde; direitos humanos e cidadania além de plantão permanente de atendimento para encaminhamentos, aconselhamento e distribuição de preservativos.

17. NEP - Núcleo de Estudos da Prostituição

O NEP é uma ONG que atua desde 1989 junto às mulheres profissionais do sexo na cidade de Porto Alegre. A organização surgiu na perspectiva de articular e organizar as prostitutas em busca de sua cidadania, trabalhando a recuperação da auto-estima e saúde plena.

18. NEPS

Criado em 1997 como projeto de estágio ligado ao Departamento de Psicologia Clínica da Universidade Estadual Paulista (UNESP), o NEPS desenvolve parcerias na realização de projetos dirigidos à Prevenção das DSTs, do HIV e da aids e educação sexual. A população com a qual trabalha é diversa, envolvendo desde homens que fazem sexo com homens (Projeto Camaleão), adolescentes e professores da rede pública (Projeto Corpo, Afecto e Sexualidade e Projeto Arte e Sexualidade), jovens universitários de ambos os sexos (Projeto GINCANEX), profissionais da área da saúde (Oficinas de capacitação para enfermeiros(as), assistentes sociais e médicos).

19. Grupo Pela VIDDA

O Grupo Pela VIDDA (Rio de Janeiro e Niterói) promove qualidade de vida das pessoas vivendo com HIV/aids, por meio da garantia de direitos, do fortalecimento da auto-estima, do resgate da cidadania, da luta por políticas públicas e disseminação de informações sobre prevenção e tratamento das DSTs, do HIV e da aids. Entre as atividades do grupo oferecidas gratuitamente à comunidade estão aconselhamento e orientação sobre o tratamento; repasse de informações sobre prevenção primária e secundária; monitoramento das políticas públicas de saúde e assistência social; atendimento especializado às crianças e adolescentes, incluindo o fornecimento de cestas básicas; assistência jurídica; oferecimento de cursos sobre geração de trabalho e renda; realização; incursões na mídia; capacitação de multiplicadores de informações sobre prevenção às DSTs, ao HIV e à aids para atuação em segmentos sociais diversos; elaboração de materiais informativos e em prevenção às DSTs, ao HIV e à aids.

20. SOMOS

O SOMOS foi criado em 2001 em Porto Alegre, por um grupo de profissionais de Comunicação, Saúde e Direito, oriundos de organizações de luta pelos direitos humanos de homossexuais e de pessoas que vivem com HIV/aids.

C. COMITÊS DELIBERATIVOS E FÓRUNS – AIDS

1. CNAIDS - Comissão Nacional de aids

A CNAIDS, instituída em 1986, tem como objetivos assessorar o Ministério da Saúde na definição de mecanismos técnico-operacionais para controle da aids, coordenar a produção de documentos técnicos e científicos e assessorar o Ministério da Saúde na avaliação de desempenho dos diversos componentes da ação de controle da aids. Desde sua criação, as organizações da sociedade civil tiveram sua representatividade garantida na Comissão, sendo

assegurada a participação de cinco representantes de organizações não-governamentais na sua composição.

D. PROGRAMAS DE DST/AIDS NOS ÂMBITOS MUNICIPAL, ESTADUAL E FEDERAL¹³

Em 1983, são feitos os primeiros diagnósticos da nova doença - já conhecida então como aids - no Brasil. Quase que imediatamente, o primeiro programa oficial de controle da doença é implantado em São Paulo, desde seu início em cooperação entre a comunidade gay organizada e os técnicos da secretaria de estado de saúde de SP, seguindo-se o programa do Estado do Rio de Janeiro e a organização ainda que embrionária, do Programa de AIDS no âmbito da Divisão de Dermatologia Sanitária, seguindo-se a criação formal da Divisão Nacional de DST e AIDS.

A luta contra a aids no Brasil passa então a um novo patamar com o surgimento das primeiras organizações não-governamentais dedicadas especificamente nesta arena: o GAPA (Grupo de Apoio à Prevenção à Aids), em São Paulo, criado em 1985, e a ABIA (Associação Brasileira Interdisciplinar de Aids), fundada por Herbert de Souza. Os casos e óbitos de aids crescem com o tempo, e o Programa Nacional de DST e Aids é criado, já em 1986, no segundo ano da primeira presidência civil do Brasil desde o golpe militar de 1964.

Com o passar dos anos, ganha corpo e aceitação a idéia de que faz parte da prevenção a luta contra discriminação e o preconceito e a defesa da solidariedade e dos direitos das pessoas vivendo com HIV e aids. Fruto desta luta, a idéia de garantir a testagem para a soropositividade com o respeito à privacidade dos indivíduos é traduzida na criação dos primeiros centros de testagem anônima e aconselhamento no Brasil (à época denominados COAS - centros de orientação e apoio sorológico), primeiro em Porto Alegre e posteriormente no Rio de Janeiro, em fins de 1988.

A entrada em cena do Banco Mundial como financiador de projetos na área da saúde reconfigura a arena internacional; em 1994 o Brasil assina um primeiro acordo com o Banco, o que alavanca o desenvolvimento do programa nacional. O incentivo do acordo à participação das ONG no programa, apesar de alguns problemas, aumenta a participação política das mesmas na formulação e implementação das políticas nacionais nesta área. Seguem-se os acordos de empréstimo AIDS II e AIDS III, este último vigente até 2006.

É em 1996, amparado pela aprovação naquele mesmo ano de legislação garantindo o acesso aos medicamentos, mesmo contra recomendações e advertências do Banco Mundial, o Brasil adota uma política de distribuição da medicação, via SUS, para todas as pessoas acometidas pela doença. Com o passar do tempo, esta estratégia mostra-se não apenas eficaz, do ponto de vista da redução da mortalidade, mas também poupadora de recursos, na medida em que os gastos com o tratamento da aids em seus estágios iniciais consomem menos recursos que as repetidas internações dos pacientes em estado grave.

¹³ Adaptado do texto original “Aids vinte anos” de Kenneth Camargo, outubro de 2005.

O início do novo século consolida o reconhecimento do programa brasileiro de controle do HIV e aids, transformado em exemplo internacional. Suas características mais marcantes, a integração entre prevenção e assistência, a incorporação da perspectiva de direitos civis à prevenção, a universalidade, entre outras, são por um lado reflexo dos princípios legais do próprio Sistema Único de Saúde, mas também reflexo da evolução dinâmica da resposta de uma sociedade ao desafio representado por uma epidemia. Neste sentido, o Programa Nacional de DST e Aids é o produto complexo de uma série de linhas interdependentes que co-evoluíram ao longo destes vinte anos, que tiveram nos órgãos governamentais, nas organizações da sociedade civil e na área acadêmica parceiros em constante cooperação, em que pesem os eventuais e inevitáveis atritos.

E. MÍDIA (ESPECIALIZADA E IMPRENSA DE GRANDE CIRCULAÇÃO)

Os jornais e revistas abaixo mencionados mostraram-se como os principais divulgadores de notícias relacionadas à epidemia de HIV/aids no país segundo acompanhamento feito pelo autor durante os últimos seis meses.

- i. **Agência aids**
- ii. **Folha de São Paulo**
- iii. **O Estado de São Paulo**
- iv. **O Globo**
- v. **Zero Hora**
- vi. **Revista Veja**
- vii. **Revista Época**

F. USAID – AGÊNCIA NORTE-AMERICANA PARA O DESENVOLVIMENTO INTERNACIONAL

A história da USAID recua aos projetos de reconstrução da Europa no pós-guerra (Plano Marshall), embora formalmente só tenha sido criada em 1961 no governo Kennedy. Desde então a USAID tem sido a principal agência de cooperação do governo norte-americano atuando nas áreas de crescimento econômico agricultura e comércio, saúde e prevenção de conflitos e assistência humanitária. No caso específico do Brasil a USAID foca quatro áreas estratégicas principais:

- Meio ambiente
- Energia
- Assistência à juventude
- Saúde

No campo de saúde suas principais áreas de atuação são marketing social do preservativo e prevenção ao HIV/aids. Para a implementação de suas estratégias em ambas áreas, a agência contratou a Pact Brasil, que em sintonia e acordo com o Governo Federal por meio do Programa Nacional de DST/aids do Ministério da Saúde, vem desenvolvendo suas atividades.

G. OUTRAS AGÊNCIAS FINANCIADORAS

1. GTZ - Cooperação Técnica Alemã

É a agência de cooperação técnica do governo alemão, criada em 1974, e que atua nas áreas de:

- Alívio da pobreza
- Proteção ambiental
- Desenvolvimento de recursos humanos
- Prevenção de crises
- Gênero

Especificamente no Brasil suas áreas prioritárias são o desenvolvimento regional integrado, a proteção do meio ambiente e o manejo sustentável dos recursos naturais e fortalecimento do Programa Nacional de DST/aids.

2. Fundação Ford

Fundada nos EUA em 1936 tem como objetivos de atuação:

- Fortalecer os valores democráticos
- Reduzir a pobreza e a injustiça
- Fomentar a cooperação internacional
- Promover o progresso humano

O Escritório do Brasil, estabelecido em 1962 no Rio de Janeiro, está entre os mais antigos dos treze escritórios que a Fundação Ford mantém em diversas regiões do mundo para permitir parcerias de trabalho mais próximas com os indivíduos e instituições que apóia. Os programas brasileiros cobrem as seguintes áreas temáticas: Desenvolvimento Sustentável, Sexualidade e Saúde Reprodutiva, Direitos Humanos e Governo e Sociedade Civil.

O Programa de Sexualidade e Saúde Reprodutiva trabalha para promover a igualdade de gênero e os direitos sexuais e reprodutivos de homens e mulheres, melhorando sua saúde reprodutiva e aumentando suas escolhas contraceptivas. A segunda prioridade é o fortalecimento da pesquisa em ciências sociais sobre sexualidade e saúde reprodutiva - com ênfase especial na descentralização do conhecimento existente e dos recursos da pesquisa - para fortalecer as ciências sociais aplicadas e aumentar a capacidade para usar indicadores de saúde.

3. JICA – Japan International Cooperation Agency

A JICA atua no Brasil em seis áreas prioritárias:

- Meio ambiente
- Política industrial

- Agricultura
- Saúde
- Desenvolvimento social
- Relações Brasil/Japão

4. DfID - Department for International Development

O DfID é a agência do Governo Britânico responsável por gerir o programa de ajuda a países pobres e apoio humanitário. Com escritórios em 25 países, suas atividades incluem:

- Erradicação da pobreza
- Educação básica
- Questões de gênero
- Saúde infantil e da mulher
- Combate ao HIV/aids
- Meio ambiente

H. ORGANIZAÇÕES SIMILARES À PACT BRASIL

1. FHI- Family Health International

Fundada em 1971 a FHI é uma ONG da área de saúde atuando por meio de pesquisas, educação e serviços nos seguintes campos:

- Prevenção às DSTs e HIV/aids e assistência àqueles indiretamente abrangidos
- Melhoria na saúde da mulher e da criança, principalmente em áreas de indigência
- Educação e acesso a métodos de planejamento familiar

2. PSI – Population Service International

Fundada em 1970 e com sede em Washington, é uma ONG na área de saúde e planejamento familiar que desenvolve estratégias de marketing social para a venda de produtos e serviços de saúde. Sua atuação na área de prevenção ao HIV/aids promove a política de prevenção ABC¹⁴.

3. Pathfinder

A Pathfinder desenvolve atividades no Brasil desde 1970 por meio do suporte a ações de planejamento familiar em ambos setores, público e privado. Durante a última década, a Pathfinder focou suas atividades na região Nordeste do País onde a demanda por serviços de saúde reprodutiva oferecidos pelo governo é maior. Apesar destes serviços serem normalmente oferecidos nos grandes centros urbanos, a Pathfinder lançou em

¹⁴ *Abstinence, Be faithful and Condom* (abstinência, fidelidade e preservativo) - Política em vigor de prevenção ao HIV/aids do governo norte-americano que defende a abstinência, a fidelidade e o uso do preservativo como seus pilares básicos.

1995 um programa para a integração do planejamento familiar a projetos de meio ambiente nas regiões rurais mais isoladas do Nordeste. Os programas atuais da Pathfinder no País focam predominantemente no combate à epidemia de HIV/aids por meio da integração da prevenção ao HIV nos serviços de saúde sexual e reprodutiva. Estas ações são desenvolvidas nos estados da Bahia, Ceará, Paraná, e Mato Grosso do Sul.

4. Population Council

O Population Council iniciou suas atividades no país em 1976. As áreas-chave no País incluem a avaliação de projetos para a melhoria da qualidade dos serviços de saúde reprodutiva. Em adição são conduzidos estudos com o intuito de reduzir a incidência de abortos inseguros e doenças sexualmente transmitidas, como o HIV/aids. Outras iniciativas importantes incluem a avaliação da introdução da contracepção de emergência e do preservativo feminino. O Population Council também tem apoiado pesquisas para melhor compreensão da alta taxa de cesarianas do País.

5. JSB – John Snow Brasil

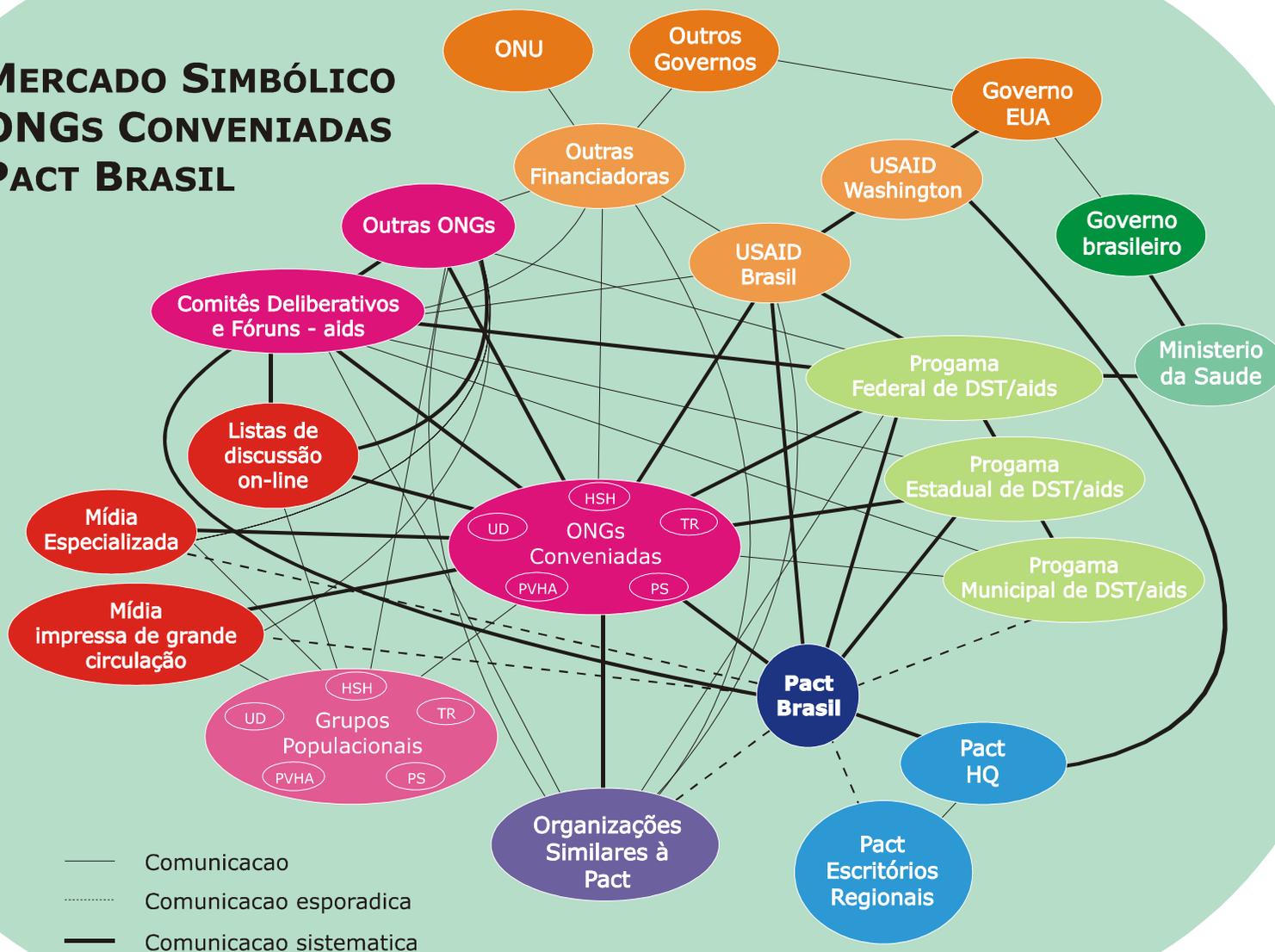
A JSB é uma empresa de consultoria em marketing e desenvolvimento social que atua no Brasil desde 1995, promovendo e implementando conhecimentos inovadores para gestores sociais das esferas empresarial, governamental e da sociedade civil organizada. Seu foco central é o desenvolvimento e a promoção de tecnologias sociais, que promovam a atuação consciente e estratégica de profissionais da área social.

Junto com a divisão de marketing da John Snow, Inc. - considerada uma das principais lideranças mundiais em marketing social – e da Universidade de Saúde Pública de Harvard, em Boston, a John Snow realiza inúmeros cursos e oficinas, promovendo e participando de seminários, debates e mesas redondas, nacionais e internacionais, no intuito de fomentar conhecimento estratégico para gestores sociais.

VII. IDENTIFICAÇÃO DA REDE DE PRODUÇÃO DE SENTIDOS

É apresentado a seguir o diagrama representativo do mercado de produção de sentidos relativo à Pact Brasil na sua esfera comunicacional - ONGs conveniadas ao Programa Elos na área de HIV/aids.

MERCADO SIMBÓLICO ONGs CONVENIADAS PACT BRASIL



VIII. IDENTIFICAÇÃO DAS COMUNIDADES DISCURSIVAS

A. AGÊNCIAS DE COOPERAÇÃO E FINANCIADORAS

1. USAID – Agência Norte-americana para o Desenvolvimento Internacional

Financiadora do Programa Elos, a USAID vê a Pact Brasil como gestora dos recursos e executora das ações do seu programa de prevenção ao HIV/aids no País. Como agência do governo norte-americano, seu discurso é adaptado à política governamental em vigor naquele país. Junto às ONGs conveniadas, seu discurso é pró-ativo rompendo por vezes os fluxos convencionais de processos estabelecidos para o Programa Elos.

2. Outras agências (GTZ, Fundação Ford, JICA e DfID)

Devido à falta de informação, seus discursos com relação à Pact Brasil são fortemente influenciados pela mídia. Não possuem conhecimento completo das ações e atividades realizadas pela organização e acreditam que a mesma seja uma simples executora da estratégia da USAID no País.

B. ORGANIZAÇÕES SIMILARES (FHI, PSI, JSB, POPULATION COUNCIL E PATHFINDER)

Na sua maioria, têm experiência de trabalho junto à USAID, porém têm conhecimento limitado sobre a Pact Brasil, incluindo suas atividades e ações estratégicas. Devido à estrutura do processo de financiamento característico da agência norte-americana, também concorrem pelo *grant* para a execução das estratégias da USAID para prevenção ao HIV/aids.

C. PACT WASHINGTON E ESCRITÓRIOS REGIONAIS

Conhece profundamente e acompanha as atividades do escritório no país. Seu discurso caracteriza-se pela supervisão e apoio às ações deste escritório. Possui poder decisório relativo, podendo influenciar diretamente outros atores como: USAID/EUA (e indiretamente USAID/Brasil); ONGs conveniadas; a própria Pact Brasil, escritórios regionais da Pact e o Programa Nacional de DST/Aids.

D. GOVERNOS - PROGRAMAS DE DST E AIDS (ESFERAS FEDERAL, ESTADUAL E MUNICIPAL)

Vêm a Pact Brasil como executora da estratégia e parceira unilateral da USAID, o que se reflete diretamente em seu discurso. Sua retórica tem forte impacto e pode influenciar os principais atores sociais deste mercado simbólico: comitês deliberativos e fóruns; mídias impressas de grande circulação e especializadas; USAID/Brasil; outras agências financiadoras e organizações similares.

A possibilidade de ter os governos como parceiros está diretamente relacionada às diretrizes de política da USAID em vigor.

E. COMITÊS DELIBERATIVOS E FÓRUNS DE REPRESENTAÇÃO (CNAIDS E FÓRUNS ESTADUAIS DE ONGS AIDS)

Nesses espaços multidiscursivos, as diferentes vozes se dividem basicamente entre os que conhecem a fundo as atividades da Pact Brasil, principalmente as ONGs conveniadas, e os que não as conhecem e, portanto, não confiam no trabalho desenvolvido pela organização. Uma razão para o descrédito é o histórico de atividades da USAID no país, associado a um conjunto de atividades em desenvolvidas em desacordo e desavença com as ONGs locais, por metodologias de trabalho controversa e pela alta volatilidade em suas diretrizes. As instituições que não confiam na organização a vêem como simples executora das estratégias da USAID e como defensora dos interesses do governo norte-americano. As discussões e deliberações dessas instâncias podem influenciar fortemente o discurso no âmbito das ONGs aids. A possibilidade de torná-los aliados é alta, desde que sejam retomadas as reuniões sistemáticas e seja estabelecido um processo de comunicação transparente de duas vias.

F. ORGANIZAÇÕES NÃO-GOVERNAMENTAIS AIDS

Os discursos das ONGs aids são consensoados por meio dos comitês deliberativos e fóruns de representação. Questões específicas de cada grupo populacional são reforçadas devido à força do movimento. Atualmente dois temas polêmicos frente às estratégias de prevenção ao HIV/aids da USAID agravam o problema em discussão nesse plano: (i) a redução de danos e atividades como oferta de cachimbos e trocas de seringas para usuários de drogas injetáveis; e a (ii) política de prevenção baseada em abstinência, fidelidade e uso de camisinhas (Abstinence, Be faithful, and, if necessary, use Condom).

Por definição recente do governo norte-americano, o financiamento deverá estar em acordo restrito com as suas exigências e as organizações conveniadas deverão, ainda, se comprometer por meio da assinatura de um aditivo contratual (AAPD) que assim o comprovem. Em contraponto ao governo norte-americano, mas com total apoio do movimento social, o governo brasileiro decidiu não aceitar tal financiamento uma vez que todos os convênios a serem firmados estão sujeitos à assinatura da AAPD. Frente a esta exigência, que não é aprovada pelo movimento social, a possibilidade de ter instituições que trabalham com estas populações como aliadas é baixa/média, e depende de uma conciliação de posicionamento e discurso da organização frente a seus parceiros e as ONGs aids.

Grupos populacionais

- 1. Usuários de drogas**
- 2. Homossexuais e outros homens que fazem sexo com homens**
- 3. Transgêneros**
- 4. Profissionais do sexo**
- 5. Pessoas vivendo com HIV/aids**

G. MÍDIA IMPRESSA DE GRANDE CIRCULAÇÃO

Seu discurso caracteriza a Pact Brasil como executora clara das estratégias da USAID que, por sua vez, é classificada como executora fiel das políticas de prevenção ao HIV e aids do governo norte-americano. A possibilidade de tê-la ao lado da organização é a mesma que a das ONGs - é necessário uma mudança na atual estratégia de prevenção ao HIV/aids, ou uma mudança de foco, abandonando a política atual de prevenção da USAID.

Principais veículos

- 1. Jornais**
 - a. Folha de São Paulo**
 - b. O Estado de São Paulo**
 - c. O Globo**
 - d. Zero Hora**
- 2. Revistas**
 - e. Veja**
 - f. Época**

H. AGÊNCIA AIDS (MÍDIA ESPECIALIZADA)

Exatamente o mesmo discurso da mídia impressa de grande circulação, porém pouco mais radical e menos fundamentado. A articulação entre ambas proporciona certa sintonia em seus discursos.

I. LISTA DE DISCUSSÃO NA INTERNET - MOVIMENTO NACIONAL DE GAYS, LÉSBICAS, BISSEXUAIS E TRANSGÊNEROS (GLBT)

Uma verdadeira explosão de discursos. As opiniões são divergentes e os discursos se mantêm entre os que entendem e apóiam a postura diferenciada e positiva da Pact, (aproximadamente 20%) e os que contestam a sua atuação (80%), segundo estimativa do autor.

IX. ESCOLHA E DELIMITAÇÃO DO CONTEÚDO

O presente Plano de Comunicação propõe-se esclarecer que: (i) a Pact Brasil é uma organização que desenvolve atividades em diferentes áreas sociais, e não apenas na área da saúde com prevenção ao HIV/aids; (ii) a organização possui experiência em assessoria técnica no âmbito de monitoramento e avaliação, gestão financeira e administrativa e desenvolvimento de materiais de IEC; (iii) a Pact Brasil é uma organização independente nas suas ações e decisões, respeitando suas relações de parceria com governos, sociedade civil organizada e financiadores; (iv) a organização respeita e trabalha para o fortalecimento dos movimentos sociais organizados; (v) a Pact “tropicalizou-se”, adequando-se aos movimentos sociais brasileiros nas diferentes áreas em que trabalha e/ou pretende trabalhar.

Pretende-se oferecer aos parceiros e participantes do programas e projetos da organização esclarecimento e transparência por meio de informações claras e objetivas sobre as atividades da organização. Como são desenvolvidas suas atividades? Qual a posição da organização frente a seus parceiros? Sempre que possível, é viabilizada a participação no desenvolvimento de estratégias e no acompanhamento das atividades.

A. PACT WASHINGTON

Os destinatários ainda não possuem o conhecimento desejado sobre a Pact Washington. Apesar de apresentada durante encontros e reuniões, não foram esclarecidos aspectos importantes como a descrição completa das áreas de atuação e a *expertise* mundial da organização. É importante enfatizá-los na nova comunicação. O tópico deverá esclarecer a origem das novas áreas de atuação no país, apresentará a pertinência da expansão das atividades da organização e trará compreensão e credibilidade para as mesmas.

B. PACT BRASIL

1. Histórico

Já é de conhecimento o trabalho que a Pact Brasil vem desenvolvendo no âmbito do HIV/aids. No entanto, a história da organização no Brasil é única e fortemente vinculada à implantação e gestão das estratégias de prevenção ao HIV/aids da USAID no Brasil. O ponto já foi abordado em apresentações durante eventos, reuniões, impressos e no sítio de internet, porém desconhecia-se a importância de se esclarecer e delimitar a independência da organização perante sua principal financiadora. O sítio de internet é uma fonte importante de informação que deverá ser amplamente utilizado para a veiculação desta informação. Dentre outros atores sociais que podem contribuir no esclarecimento deste ponto estão instituições parceiras, ONGs conveniadas, Pact Washington e escritórios regionais, mídia especializada e organizações similares.

2. Missão, visão, valores e princípios

Esses pontos foram pouco divulgados e são importantes para a correta compreensão da organização, suas motivações e estratégias. Existe material que os divulga parcialmente (apresentação em Powerpoint e sítio de internet). Poderia ser divulgado também por meio da Pact Washington e seus escritórios regionais e ONGs conveniadas (informalmente).

3. Áreas de trabalho

Sua abrangência não foi divulgada por completo. A única área conhecida é a de prevenção ao HIV/aids. Sua divulgação propiciará a melhor compreensão da organização e de sua independência por parte dos atores sociais envolvidos no mercado simbólico. Poderia ser divulgado também por meio da Pact Washington e seus escritórios regionais e ONGs conveniadas.

4. Capacidade técnica e seu diferencial

Pouco divulgado. Apenas presente no sítio de internet. Poderia ser divulgado também por meio da Pact Washington e seus escritórios regionais e ONGs conveniadas.

X. DEFINIÇÃO DE RECURSOS

A. FINANCEIROS (*orçamento não fechado*)

Estima-se:

- a. R\$ 450/mês para atualização do sítio de Internet
- b. R\$ 20.000,00 para folder institucional Pact/Programa Elos
- c. R\$ 8.000,00 para brindes (canetas, pasta e pin)

B. MATERIAIS

1. Pact Brasil

- a. Sítio de internet: com possibilidade de 10 horas de atualização mensal
- b. Folder institucional: Produção de 2.000 peças
- c. Folder Programa Elos
- d. Canetas
- e. Pin
- f. Chaveiros
- g. Vídeos Elos
- h. Software:
 - i. CorelDraw, Corel Photopaint (Pacote Corel)
 - ii. Pagemaker
 - iii. Word, Powerpoint (Pacote Office)
- i. Laptop para apresentações
- j. Datashow
- k. Tela para projeção
- l. Máquina fotográfica
- m. USB drive
- n. Impressoras colorida e PB
- o. Gravador de CDs (e mídias)
- p. Scanner

2. Parceira - Pact Washington

- a. Sítio de internet
- b. Relatório Anual
- c. Infra-estrutura do escritório (impressoras, copiadoras, etc.)

C. HUMANOS

1. Pact Brasil

- a. **Diretamente envolvidos**
 - i. **Assessor de Comunicação**

1. 40 horas/mês (2 hora/dia)
2. Boa experiência em atividades comunicativas e contato com os atores sociais.

ii. Diretora de Programas

1. 8 horas/mês (2 horas/semana)
2. Forte experiência em atividades comunicativas e contato com os atores sociais.

iii. Diretor

1. 3 horas/mês
2. Forte experiência em atividades comunicativas e contato com os atores sociais.

iv. Agência de educomunicação

1. Envolvimento pontual de acordo com a demanda
2. Forte experiência em atividades comunicativas e contato com os atores sociais.

v. Assistente Administrativa:

1. 15 horas/mês
2. Razoável experiência em atividades comunicativas e bom contato com os atores sociais.

d. Indiretamente envolvidos

Os demais membros da equipe serão envolvidos sistematicamente no contato com os atores sociais durante as atividades de rotina e na execução das atividades estipuladas pelo plano de comunicação.

e. Pact Washington

i. Vice-Diretora de Comunicação

3. 1 hora/mês
4. Forte experiência em atividades comunicativas e razoável contato com os atores sociais.

ii. Diretora do Programa Community REACH

5. 1 hora/mês
6. Boa experiência em atividades comunicativas.

XI. DEFINIÇÃO DAS ESTRATÉGIAS

A. FORMULAÇÃO PRELIMINAR

No caso do Programa Elos, devido à impossibilidade da retomada dos Comitês Estaduais, serão utilizados momentos de contato formal (fóruns, seminários, *workshops* e reuniões) e informal (almoços, conversas em eventos de terceiros, conversas por telefone, troca de *e-mails* entre outros) com os diversos atores sociais para divulgação e discussão das atividades da Pact Brasil.

Já no caso de novos projetos e programas, serão realizadas também, após a assinatura de novos contratos e a definição de novos programas, eventos para a definição de uma Comissão de Comunicação que se reunirá (periodicidade a ser definida) para a formatação de planos de ação de comunicação específicos. As definições serão validadas em plenária.

B. DEFINIÇÃO DAS SITUAÇÕES DE COMUNICAÇÃO E SELEÇÃO DOS MEIOS E MATERIAIS A SEREM UTILIZADOS

SITUAÇÃO	COM QUEM	COMO	QUANDO	MEIOS E MATERIAIS	OBSERVAÇÕES
Durante reuniões	Grupos de Participantes	Apresentações da organização e suas atividades	Sistematicamente	<ul style="list-style-type: none"> Meio impresso: <i>handout</i> institucional, folder de atividades, folder Pact azul, Relatório Anual Elos (formato divulgação), apresentação audiovisual em versão impressa e brindes. Meio audiovisual: Apresentação PPT e vídeos Elos Meio interativo: sítio de internet 	Orientar equipe
Antes e depois de reuniões	Participantes	Conversas informais	Sistematicamente	<ul style="list-style-type: none"> Meio impresso: <i>handout</i> institucional, folder de atividades, folder Pact azul, Relatório Anual Elos (formato divulgação), apresentação audiovisual em versão impressa. 	Orientar equipe
Durante almoço/reuniões	Financiadores	Conversa formal	Periodicamente	<ul style="list-style-type: none"> Meio impresso: <i>handout</i> institucional, folder de atividades, folder Pact azul, Relatório Anual Elos (formato divulgação), apresentação audiovisual em versão impressa e brindes. 	De acordo com o calendário de mobilização de recursos
Durante conversas telefônicas planejadas	Financiadores	Conversa formal e objetiva	Periodicamente	<ul style="list-style-type: none"> Meio audiovisual: Apresentação PPT e vídeos Elos (enviada por e-mail para visualização durante ou após a conversa) Meio interativo: sítio de internet (visualiza 	De acordo com o calendário de mobilização de recursos
Durante conversas telefônicas casuais	Participantes	Conversas	Casualmente	<ul style="list-style-type: none"> Meio audiovisual: Apresentação PPT e vídeos Elos Meio interativo: sítio de internet 	Preparar a equipe
Durante conversas informais	Participantes	Encontros ou almoços	Casualmente	<ul style="list-style-type: none"> Meio impresso: <i>handout</i> institucional, folder de atividades, folder Pact azul, Relatório Anual Elos (formato divulgação), apresentação audiovisual em versão impressa e brindes. 	Preparar a equipe
Grandes eventos temáticos	Participantes	Conversas “de corredor”	Casualmente	<ul style="list-style-type: none"> Meio impresso: <i>handout</i> institucional, folder de atividades, folder Pact azul, Relatório Anual Elos (formato divulgação), apresentação audiovisual em versão impressa e brindes. 	Mapear eventos
Eventos de programas desenvolvidos pela Organização	Participantes	Apresentações e conversas	Sistematicamente	<ul style="list-style-type: none"> Meio impresso: <i>handout</i> institucional, folder de atividades, folder Pact azul, Relatório Anual Elos (formato divulgação), apresentação audiovisual em versão impressa e brindes. Meio audiovisual: Apresentação PPT e vídeos Elos Meio interativo: sítio de internet 	De acordo com o calendário a ser desenvolvido
Materiais de comunicação e publicações desenvolvidos pela organização – Ex: manuais, livros, etc.	Participantes	Por meio de texto que apresente a organização e suas atividades	Sistematicamente	<ul style="list-style-type: none"> Texto que apresente a organização e suas atividades 	Desenvolver plano de materiais (impressos temáticos, sítio de internet entre outros)
Informativos inter-institucionais – Ex: boletins informativos	Participantes (principalmente instituições similares e financiadoras)	Por meio de texto que apresente a organização e suas atividades	Sistematicamente	<ul style="list-style-type: none"> Texto que apresente a organização e suas atividades 	

C. ESTRATÉGIAS DE PRODUÇÃO E DEFINIÇÃO DE RESPONSABILIDADES

MEIOS E MATERIAIS	QUEM	QUANDO
1. Folder institucional e Programa Elos (português e inglês)	Assessor de Comunicação e agência de educomunicação	Abril de 2006
2. Novo <i>handout</i> de atividades (português e inglês)	Assessor de Comunicação com contribuições/aprovação de comitê de destinatários	Maio de 2006
3. Folder Pact (azul)	Feito	---
4. Relatório de conclusão do Programa Elos (formato divulgação) (português e inglês)	Assessor de Comunicação e agência de educomunicação	Novembro de 2006
5. Nova apresentação PPT com possibilidade de impressão (português e inglês)	Assessor de Comunicação	Maio de 2006
6. Revisão do sítio de internet	Assessor de Comunicação	Maio de 2006
7. Vídeos Elos	Feitos	---
8. Linha de Publicações Pact Brasil (coletâneas)	Assessor de Comunicação	Durante abril e maio de 2006
9. Brindes	Assessor de Comunicação	Abril de 2006

D. ESTRATÉGIAS DE CIRCULAÇÃO

Devido às características estratégicas do plano de comunicação, serão utilizadas as vias de comunicação, mencionados na coluna “como” da tabela “**DEFINIÇÃO DAS SITUAÇÕES DE COMUNICAÇÃO E SELEÇÃO DOS MEIOS E MATERIAIS A SEREM UTILIZADOS**”, considerando-se que a informação trocada percorrerá as vias informais utilizadas por parte dos atores sociais do processo (listas de comunicação em ambiente virtual, entre outros).

XII. DEFINIÇÃO DO MODO DE MONITORAMENTO

O monitoramento das ações que envolvam a participação direta dos atores sociais do processo de comunicação se dará por meio de reuniões sistemáticas de acordo com cronograma a ser definido.

XIII. DEFINIÇÃO DO PROCESSO DE AVALIAÇÃO

Propõe-se como foco da avaliação deste plano o discurso resultante da comunicação entre a organização, os atores sociais deste planejamento de comunicação. Para tanto, deverá ser feito um levantamento prévio do discurso proferido pelos canais de expressão desses atores, para posterior avaliação desses discursos. Acredita-se que o discurso proferido seja a melhor demonstração do resultado no mercado dos sentidos.

Esta avaliação deverá ser feita internamente em caráter auto-avaliativo, de forma a aferir a efetividade do plano.

- **Como:** acompanhamento de canais de expressão dos atores sociais do processo comunicacional (boletins informativos e jornais das ONGs e listas de discussão na internet)
- **Quem:** o Assessor de Comunicação será o responsável pelo acompanhamento sistemático
- **Quando:** marco inicial na primeira quinzena de fevereiro e acompanhamento sistemático, sendo uma vez por semana para as listas e a cada nova edição dos periódicos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARAÚJO, Inesita – “Mercado simbólico: um modelo de comunicação de políticas públicas.”, DCS/CICT/FIOCRUZ (2003)
- ARAÚJO, Inesita – “Materiais educativos e produção dos sentidos na intervenção social”, DCS/CICT/FIOCRUZ (2003)
- ARAÚJO, Inesita; CARDOSO, Janine Miranda; LERNER, Kátia; CASTRO, Ana Maria Monteiro; CRUZ, Marly Marques – “Relatório de pesquisa – Promoção da saúde e prevenção do HIV/aids no Município do Rio de Janeiro: uma metodologia de avaliação para políticas públicas e estratégias de comunicação”, DCS/CICT/FIOCRUZ (2003)
- ARAÚJO, Inesita - "Os tambores do Olimpo e os tambores da Grécia". Anais do P&D Design (1996).
- ARAÚJO, Inesita; JORDÃO, Eduardo; – “Uma contribuição para o debate sobre estudos de recepção” in: Comunicação e Saúde, visibilidades e silêncios, Hucitec/Abrasco, São Paulo (1995).
- CAMPOS, Luiz Cláudio Marques – “Estado e Terceiro Setor na prestação de serviços públicos: o programa nacional de DST e aids 1994-2005”
- CARDOSO, Janine Miranda - “Comunicação, saúde e discurso preventivo – Uma leitura das campanhas de aids na TV”, UFPB, João Pessoa (1998).
- NILO, Alessandra et al. (Org.) - “Comunicaid: políticas públicas e estratégias para o controle social”, São Paulo, Ágil, (2005).
- PITTA, Áurea Maria da Rocha; ARAÚJO, Inesita; CROMACK, Luiza - “Roteiro para planejamento e avaliação de materiais de comunicação”, Secretaria Estadual de Saúde do Rio de Janeiro, Assessoria de comunicação de DST/aids, Rio de Janeiro (1999).
- REHLE, T; SAIDEL, T; MILLS, S; MAGNANI, R; - Evaluating Programs for HIV/aids Prevention and Care in Developing Countries, Family Health International – FHI; (2001). Box 3.1 p.42
- SABROSA, Paulo - “Conceito de saúde, doença, cuidado e perfil epidemiológico no Brasil”, FIOCRUZ/DEENSP, Rio de Janeiro (2005).