

# **A INCLUSÃO DAS REZADORAS DE MARANGUAPE NA PROMOÇÃO DA SAÚDE PÚBLICA**

**Daniel Galindo\***

## **Resumo:**

O encontro entre ciência e fé sempre foi motivo de embates. No entanto, quando isto ocorre na área da saúde, parece que a luta pela vida alivia tais embates e até mesmo proporciona determinadas negociações amistosa. O projeto Soro, Raízes e Rezas, desenvolvido pela secretaria de saúde da prefeitura de Maranguape (CE), constitui-se em um 'case', onde a apropriação das manifestações culturais locais se faz presente na proposta comunicacional deste projeto e no processo de negociação entre os diversos atores envolvidos, resultando em uma proposta inovadora, pois o sincretismo assumido pela comunidade tem-se constituído no fator chave de sua execução e assimilação pelos diversos agentes mediadores de um projeto de saúde pública cujo sucesso reside no respeito ao universo receptor, bem como na negociação entre o discurso oficial e a cultura local.

**Palavras chave:** Rezadoras. Promoção da Saúde. Comunicação popular e líderes de opinião.

## **A inclusão das rezadoras de Maranguape na promoção da saúde pública**

Este trabalho tem como objetivo caracterizar a apropriação das manifestações culturais populares, especificamente a prática sincrética das rezadoras e dos vendedores de raízes, personagens comuns em boa parte do interior deste país continental chamado

Brasil, cuja pluralidade cultural, demográfica e, porque não, de políticas públicas, nos remete a denominá-lo de Brasis. No entanto, o cenário aqui abordado trata da cidade de Maranguape, localizada no estado do Ceará, onde através de um inusitado projeto desenvolvido pela prefeitura local – denominado “Soro, Raízes e Rezas” – é possível detectar a apropriação desta manifestação sincrética como extensão das técnicas terapêuticas de saúde pública aplicadas a uma determinada comunidade.

Tal situação só foi possível a partir do reconhecimento dos fluxos comunicacionais presentes nesta localidade, bem como dos processos de negociação e mediação entre os diversos atores deste processo: rezadoras, médicos, raizeiros, pacientes e instituição pública (governo municipal).

A análise deste fenômeno conduz a uma releitura sobre a resistência da cultura local, o processo de negociação, de mediação ou até mesmo na hibridização cultural que resultaram na inclusão de uma prática popular como recurso comunicacional, proporcionando o envolvimento da comunidade na realização deste projeto de saúde pública. Onde tanto a medicina tradicional como a sua opção paralela desenvolvida no seio do popular visa atender as necessidades místicas e de religiosidade da população, além de converter cada rezadora e raizeiro, até então entendidos como “gatekeepers” em representantes da medicina tradicional, promovendo inclusive o tratamento preventivo, com resultados positivos, derrubando preconceitos de ambos os lados, ou seja rezas e medicamentos, médicos e raizeiros reúnem-se no projeto “Soro,Raízes e Rezas” constituindo-se em uma relação sinérgica, proporcionada pela hibridização cultural ou como preferem alguns pela visão holística do cidadão pós-moderno.

### **Maranguape: o futuro passa por aqui**

Ao acessar o página <http://www.maranguape.ce.gov.br/cidade/economia2.htm>, encontra-se o título acima, indiscutivelmente persuasivo. No entanto, coerente com a sua proposta de administração municipal. Buscando situar ou delimitar este espaço de pesquisa, temos que Maranguape, originalmente terra dos potiguaras, recebeu sua

---

\* Publicitário doutor em comunicação mercadológica pela UMESP e professor do programa de mestrado em comunicação social desta instituição. Professor no programa de MBA em marketing da ESPM de São Paulo.

primeira expedição (branca) liderada pelo holandês Mathias Beck em 1649, sendo expulso cinco anos depois pela Coroa Portuguesa que só voltou seus olhos para a região no início do século XVIII, porém o processo definitivo de povoamento ocorreu no início do século XIX, recebendo o nome de Alto da Vila e apenas em 1760 foi rebatizado de Maranguape, em 1851 foi elevado à categoria de vila e em 1869 ganhou o status de cidade e emancipou-se de Fortaleza.

A cidade de Maranguape pode ser visualizada através dos seguintes dados:

### Indicadores Sócio - Econômicos

Indicadores Sócio-econômicos	Índice	Maranguape	Ceará	Mape/CE	Rank
Índice de desenvolvimento humano	I D H – 2000 (IPEA 2001)	0,691	0,699	-0,008	13° CE
Índice de Desenvolvimento Municipal	I D M – (Iplance 2002)	38,85			19° CE
Grau de Urbanização	População Total	88.135	7.430.661	1,19%	
	População Urbana	65.268	5.315.318	1,23%	
	Grau de Urbanização	74,05%	71,53%	+ 2,52%	
Tamanho e diversificação Econômica	I T D E	42,73			
(Elaboração Própria. Dados AEC 2001).	Tamanho da Economia				
	PIB Total R\$ 1 mil - 1998	157.165	18.825.170	0,83%	
	PIB Per capita R\$ 1998	1.819	2.602	-783	
	Diversificação Economia	84,63%	81,52%	+ 3,11%	
I D H M - Dimensão Educação	Acesso ao Conhecimento	0,787			
I D H M - Dimensão Longevidade	Saúde e Sobrevivência	0,736			
PMM - SIS –ASTIS	Maranguape-CE, Julho 2003	Econ. Paulo Roberto Neves Pereira			

Fontes: ASTIS-SIS-PMM-IPEA /IPLANCE-IPECE-IBGE

### Aspectos demográficos

População residente, sexo e situação do domicílio
---

Total	88.135
Homens	43.449
Mulheres	44.686
Urbana	65.268
Rural	22.867

População residente de 10 anos ou mais de idade	
Total	67.740
Alfabetizada	53.319
Taxa de alfabetização (%)	78.7

A partir dos dados acima, divulgados pela ASCOM (assessoria de comunicação de Maranguape), disponibilizados em [www.maranguape.ce.gov.br/cidade/economia2.htm](http://www.maranguape.ce.gov.br/cidade/economia2.htm), é possível ter contato com uma visão macro da cidade e de sua relevância, ao lado de Fortaleza, capital do Estado que dista 26 km de Maranguape. Aliás, Maranguape é conhecida como a terra de grandes comediantes, tendo inclusive Chico Anysio como patrono. Maranguape sabe rir das situações mais inusitadas e faz do humor a sua marca, tanto que se denominou a Capital do Humor do Estado em que a alegria é o grande destaque nacional.

Diante deste traço cultural tão evidenciado pela participação popular, que tem projetado a cidade no cenário nacional, este texto focaliza um projeto bem diferenciado e específico que se caracteriza pelo reconhecimento da cultura local, ou seja, o projeto: “Soro, Raízes e Rezas”, abrigado sob o programa Saúde e Cultura, desenvolvido e aplicado pela prefeitura de Maranguape.

## **Soro, Raízes e Rezas**

Este projeto surge através do reconhecimento, das manifestações culturais local, do poder de envolvimento e do caráter multiplicador dos vendedores de raízes e das rezadoras nordestinas mais precisamente as residentes na cidade de Maranguape.

Através da articulação das diversas secretarias: Sesa (Secretaria da saúde); SED (Secretaria da educação); SIS (Secretaria de inclusão social); Fitec (Fundação Viva Maranguape de turismo, esporte e cultura) nasce o referido projeto, contando também com a participação das Ongs, empresas da região e comunidade local. O projeto tem os seguintes pontos de atuação:

- Revitalizar e ampliar o projeto;
- Recadastrar os rezadores e raizeiros;
- Realizar o “II Encontro dos Rezadores e Raizeiros” do Município;
- Criar novos espaços nas Unidades Básicas de Saúde para os rezadores;
- Capacitar permanentemente rezadeiras e raizeiros incluindo ações como controle da dengue, incentivo ao aleitamento materno e outras;
- Adquirir Kits de suporte para o trabalho dos rezadores: filtros, TRO, impressos, pastas, etc;
- Mencionar nas próximas publicações a bibliografia – Livro Rezas e Soros, que originou o projeto de Maranguape;
- Intensificar a parceria com o comércio, indústria e voluntariado em geral para doações de materiais necessários.

A proposta deste projeto é ampliar a atuação dos serviços de saúde pública, estendendo sua atuação aos municípios que quase sempre, diante de suas diversas carências e problemas de saúde recorrem às rezadoras ou aos vendedores de raízes em busca de soluções práticas, rápidas e momentâneas, pois não possuem nenhuma preocupação com a questão preventiva.

Nesse contexto, a atual prefeitura de Maranguape, entendida aqui como emissora da comunicação oficial, busca implantar um projeto de saúde pública que possa ser entendido, compreendido e assimilado pelos munícipes a partir de suas realidades culturais. Através de um processo inovador, ou seja, o discurso oficial mescla-se ao discurso popular em busca de um efeito sinérgico na comunicação deste projeto.

Para melhor compreensão deste fenômeno é fundamental a identificação dos atores envolvidos: funcionários municipais – médicos - população e os “curandeiros” (benzedoras e vendedores de raízes) e a grande mídia, ou seja, a mídia que extrapola o espaço geográfico do município. São estes atores que irão constituir-se em agentes desencadeadores do processo comunicacional que garantirá o sucesso do projeto Soro, Raízes e Rezas, conforme cobertura jornalística exibida pela rede Globo de televisão em seu programa Globo Reporte na noite de 09 de abril de 2004.

A mensuração deste sucesso segundo a Dra. Antonia Sampaio, médica do posto de saúde da cidade, é a constatação de nenhum caso de morte por desidratação desde 2000, ou seja, nenhuma baixa em 2000, 2001, 2002 e 2003. Este dado soma-se a redução da mortalidade infantil que era de 30 para cada mil crianças nascidas vivas em 1999, caindo para 13 em 2003.

### **Da comunicação a incomunicação**

Buscar o conceito etimológico de comunicação parece ser um bom começo para discutir algumas características presentes na raiz deste termo, pois quando encontramos “communis”, em latim, encontramos o comum, ou a idéia de comunhão, ou mesmo compartilhar informações, idéias, atitudes, opiniões etc. A origem na língua latina traz em si a idéia de participar, portanto fazer participar é fazer envolver-se, é fazer-se comum, enfim, é fazer-se participante.

Ao descrever a comunicação como processo, Bordenave (1983, p. 9) apresenta a seguinte abordagem:

Processo tão natural como beber água ou caminhar, a comunicação é a força que dinamiza a vida das pessoas, e das sociedades: a comunicação excita, ensina, vende, distrai, entusiasma, dá status, constrói mitos, destrói reputações, orienta, desorienta, faz rir, faz chorar, inspira, narcotiza, reduz a solidão e – num paradoxo digno de sua infinita versatilidade – produz até a incomunicação.

Comunicar é efetivamente promover participações comuns entre os envolvidos no processo comunicacional, participações essas carregadas de significações, afinal estabelecem-se os elementos vitais ao processo, ou seja, uma mensagem é distribuída por meio de um veículo, ambos necessariamente comuns aos pólos emissor/receptor, podendo, a partir deste processo simplificado, desencadear um processo de trocas, contínuas ou não, de informações/impressões/idéias/volições, caracterizando-se assim o fluxo comum ou o intercâmbio entre pólos em estado de interação.

Esta função reconhecidamente básica entre os seres vivos tem no decorrer do século XX o seu maior desenvolvimento, isto tanto no avanço tecnológico como na questão conceitual sobre seu processo.

Ao considerarmos a comunicação como uma das formas pelas quais os homens se relacionam entre si, entendemos esta forma como a interação humana proporcionada pelo uso de signos, portanto de significados e significações.

Como qualquer outro elemento que integra a sociedade, a comunicação somente tem sentido e significado em termos das relações sociais que a originam, nas quais ela se integra e sobre as quais influi. Quer dizer que a comunicação que se dá entre as pessoas manifesta a relação social que existe entre essas mesmas pessoas. Neste sentido, os meios de comunicação devem ser considerados, não como meios de informação, mas como intermediários técnicos nas relações sociais (Díaz Bordenave, 1983, p.12).

Esta dimensão da interação social tem em sua gênese o fator *persuasão*, pois o desejo naturalmente humano de controlar algum ou alguns aspectos do ambiente reforça o objetivo da comunicação como forma de controlar, influenciar ou mudar o nosso meio e até certo ponto ser mudado por ele.

Mesmo considerando as possibilidades de influencia e controle, necessitamos de um fenômeno social básico permeando nossas relações. Como promover a interação dos espíritos humanos sem promover uma troca partilhada de universos tão pessoais e tão coletivos presentes nos emissores e nos receptores?

É perfeitamente possível dizer que a comunicação é uma questão essencialmente social, até porque o ser humano desenvolveu vários sistemas de comunicação que vêm tornando possível sua vida social. No entanto, é o domínio de uma linguagem que proporciona ao ser humano o grande diferencial, aliás, uma diferença crucial no relacionamento com seus pares.

O desenvolvimento da linguagem humana constituiu um enorme avanço evolutivo; seu poder de organizar os pensamentos, e a resultante proliferação de organizações sociais de toda espécie, deu ao homem, com ou sem guerras, com ou sem acidentes de rua, um potencial de sobrevivência grandemente aumentado. (CHERRY, 1968, p.25),

Portanto, não podemos abordar a comunicação humana sem considerar a questão da linguagem ou das linguagens. Isso nos leva ao resgate das seguintes colocações de BERLO (1999 p.182):

1. A linguagem consiste num conjunto de símbolos significativos (vocabulário) somado a métodos significativos de combiná-los (a sintaxe).
2. Os símbolos de cada idioma foram escolhidos por acaso. Não são fixos nem dádiva divina.
3. O homem construiu a linguagem sob os mesmos princípios de interpretação, resposta e recompensa que governam toda a aprendizagem.
4. O homem criou gradualmente a linguagem, a fim de exprimir suas intenções para si e para os outros, de modo a fazer com que as pessoas tivessem os mesmos sentidos que ele, e para produzir respostas que aumentassem a sua capacidade de influenciar.

Parece-nos evidente que, por meio da linguagem, o homem consegue exprimir-se e obter sentido para a sua expressão ou sua intenção de significar, pontuar, marcar ou fechar determinadas significações.

Cada ser envolvido na percepção de uma dada realidade necessariamente estará obtendo informações extremamente particularizadas e pessoais sobre ela e, ao reproduzi-la por meio de uma manifestação comunicativa, mesmo buscando a extrema fidelidade em sua reprodução, estará propondo uma outra realidade, isto porque cada ser humano possui determinado repertório e, conseqüentemente, uma capacidade perceptiva pertinente a seu *eu* e a sua concepção de mundo.

Tais abordagens se materializam no projeto de saúde pública de Maranguape, pois os entendimentos de universos tão distintos e repertórios tão particularizados foram respeitados na proposta de associar a prática da saúde a prática religiosa que sempre atendeu as expectativas da população cuja percepção da intervenção do sobrenatural na solução de seus problemas passa pela busca da rezadeira em primeiro lugar.

Os depoimentos das rezadeiras dona Augusta de lima (72 anos) e da dona Raquel Alves moradora da cidade são esclarecedores desta dinâmica<sup>1</sup>:

---

<sup>1</sup> Depoimentos obtidos através da gravação do programa Globo Reporte do dia 09 de abril de 2004 e pela página - <http://redeglobo6.globo.com/Globoreporter/0,19125,VGC0-2703-3131-3-48078,00.html>

“Eu sinto emoção quando estou rezando. Ontem foi um dos dias. A criança chegou doente. Ai eu disse: ‘minha filha sabe o que é? É gripe. Começou agora, a garganta dela está inflamada e tá com dor de ouvido’. Porque pressinto na oração. Antes eu não sabia, mas quando eu começo a oração eu sinto. Não preciso nem examinar”. (Dona Augusta)

“Eu trago para o médico e para a rezadeira, porque sempre que eu venho para o médico, eu passo na rezadeira, e depois eu vou para o médico. Só o médico não resolve tudo, porque questão assim de mau olhado, por exemplo, o médico não resolve. Aí, sendo a reza, eu acho que resolve.” (Dona Raquel Alves)

Segundo Paulo Freire (1980), a comunicação para ser eficaz deve ser dialógica. Se ambos (emissor e receptor) não se entenderem, certamente também não conseguirão se comunicar. Para isso, é necessário que os códigos utilizados por emissor e receptor sejam de conhecimento mútuo e isso é possível graças, entre outros fatores, ao contexto cultural em que ambos estão inseridos. A perspectiva do receptor no processo comunicacional tem sido trabalhada por autores de diversos campos do conhecimento, evidenciando sempre a questão cultural como o meio central na geração e promoção dos elevados níveis de equilíbrio e interação social. Martin-Barbero (1993) e Nestor Garcia Canclini evidenciaram a importância da aproximação entre comunicação e cultura utilizando a perspectiva gramsciana, exaustivamente trabalhada por Gonzáles (1990) que sinaliza : “Isto significa em primeiro lugar, que toda cultura se produz em íntima relação com as estruturas sociais, por isto mesmo a cultura está em toda parte e atua em todos os níveis sociais”. (GONZÁLES, 1990, p.13).

Quando tomamos a cultura como objeto de estudo, podemos perceber que seja ela atual/moderna ou primitiva/arcaica sua função é atender às necessidades e desejos básicos de seus geradores/usuários ou gerenciadores que universalmente constrói determinadas áreas da vida social tais como: a) linguagem; b) traços materiais; c) arte; d) mitologia; e) conhecimento científico; f) práticas religiosas; g) sistema familiar e social; h) propriedade; i) governo; j) guerra (RUMNEY E MAIER,1975, p.95).

Enfim, temos aqui a confluência da proposta gramsciana que considera:

- a) Cada grupo social tem sua própria visão de mundo (isto não significa que todo elemento cultural seja necessariamente classista).
- B) As ideologias possuem uma função prático-social, pois organizam as massas, formam o terreno onde os homens se movimentam, tomam consciência de sua posição, lutam por ela e, por isso mesmo, se encontram nos sujeitos e nas suas práticas. (GONZALES, 1999,

p.53). Exatamente o que encontramos no cenário rezadeiras, raizeiros e médicos unidos em uma proposta assimilável pela população local, sem nenhuma culpa ou restrição em frequentar os consultórios/oratórios colocados aqui como um terreno de negociações e nivelamentos comportamentais.

### **O contexto cultural e o poder do líder de opinião**

O receptor, nesta perspectiva, deixa de ser considerado um mero consumidor de supérfluos culturais ou produtos massificados, mas resgata nele também um espaço de produção cultural. Os indivíduos são constituídos por diversos fatores que interagem no sentido do discurso dos meios, caracterizando a recepção como um processo complexo.

Martin-Barbero foi um dos primeiros autores a enfatizar o termo mediações e propor estudo de comunicação fora dos eixos dos meios mas, sim, a partir das práticas de comunicação realizadas nos movimentos sociais, onde, segundo ele, se articula a cultura popular. O autor realiza o deslocamento dos conceitos de comunicação para o conceito de cultura, inclusive entendendo a mesma como modos de percepção, de aquisição de conhecimento, sistemas narrativos, códigos de valores de produção simbólica da realidade, mas sem esquecer, em momento algum, a pluralidade cultural, os diversos modos de concretização ligados às questões étnicas, sexuais, etárias, religiosas, políticas, etc. As mediações seriam os lugares de onde provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural. Barbero expõe, então, três tipos de mediações: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural. Para se analisar então essas mediações, (instituições, organismos sociais, grupos, etc), seria necessário partir das articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, as diferentes temporalidades e a pluralidade de matrizes culturais. Esses fatores de influências que entram no processo de recepção – as mediações – podem definir-se conforme a história de vida de cada indivíduo.

Assim como Barbero, Orozco (1996) também aponta a existência de vários conjuntos de influências que estruturam o processo de recepção e seus resultados: o saber a cultura, a política, a economia, a classe social, o gênero, a idade, a etnia, os meios, as condições situacionais e os movimentos sociais.

O reconhecimento da importância do cultural no processo de comunicação se faz necessário tanto para compreender a essência do projeto desenvolvido pela Prefeitura de Maranguape como do seu sucesso, pois através da apropriação da cultura popular das rezadeiras e dos raizeiros da cidade, tornou-se possível divulgar conceitos e práticas relativas à saúde, podendo desta forma, ajudar na diminuição de doenças. Vejamos esta colocação de dona Paizinha (rezadeira)<sup>2</sup>: “Não tenho idéia de quantas crianças já passaram por aqui. Tem dia que o meu braço só falta de não arribar de cansada de rezar. É muita gente”. Isso porque em Maranguape optou-se por levarem as rezadeiras para o posto de saúde, onde dona Paizinha tem uma sala só para ela, mas não ganha nada para dar expediente dentro do posto. A saúde é que ganhou a fé como parceira, desta maneira o fluxo inverteu-se, as mães passaram a visitar o posto para ver a rezadeira e depois passam também pelo médico.

CANCLINI (1995) define a cultura popular “como aquilo que compreende a expressão da personalidade de um povo”. E complementa que é preciso “compreendê-la como produto de interação das relações sociais”. As culturas populares (termo que nos parece mais adequado que cultura popular) se constituem de um processo de apropriação desigual dos bens econômicos e culturais de uma nação ou etnia por parte dos seus setores.

Sendo assim, a cultura popular é configurada, sobretudo, pela forma de transmissão, absolutamente empírica e à margem dos sistemas formais de ensino. Seu estabelecimento vai ser através das relações familiares, de vizinhança, ou compadrio. A aprendizagem desse processo ocorre por meio de uma participação contínua, rotineira, absolutamente interativa.

Esta cultura minimiza a autoria porque é de domínio público e, pode-se dizer ainda que, ao contrário da cultura de massa, a cultura popular não apresenta características de domínio para além das fronteiras do grupo social que a coletiviza.

O projeto “Soro, Raízes e Rezas” caracteriza-se por sua forma de combinar a comunicação oficial, através dos veículos institucionais, como rádio, folhetos, cartazes, e

---

<sup>2</sup> Depoimentos obtidos através da gravação do programa Globo Reporte do dia 09 de abril de 2004 e pela página <http://redeglobo6.globo.com/Globoreporter/0,19125,VGC0-2703-3131-3-48078,00.html>

a cultura tradicional, transformando esses símbolos culturais, em agentes de saúde, sem fazer com que os traços característicos sejam perdidos em meio à comunicação massiva.

Essa forma de comunicação vem surtindo efeito positivo no município e exatamente por isso, passou a ser disseminada nacionalmente a partir dos grandes meios como a televisão. O resultado satisfatório pode ser explicado a partir dos conceitos e estudos de Lazarsfeld (1964). Onde o autor, um sociólogo formado em Viena, chega aos Estados Unidos em 1932 e executa diversos estudos sobre a audiência e os efeitos dos meios de comunicação de massa, centrado nas questões eleitorais, campanhas e da influencia pessoal em relação à dos meios coletivos. Este último estudo sobre a influencia pessoal é o mais significativo para esta abordagem, porque se verifica a utilização do poder de uma pessoa da comunidade, que culturalmente se identifica com o receptor almejado, para se atingir o objetivo final do processo de comunicação, que é o da persuasão. Dessa forma, essa pessoa funciona como um líder de opinião, pois é responsável por grande parte da influência de seus pares. Ele utiliza sua credibilidade e a importância que representa na sua comunidade para exercer essa influência.

Lazarsfeld (1964) propõe que o processo de influência das pessoas se realiza em relação a outras pessoas e a seu grupo de referência, ou seja, através desses líderes de opinião. É uma abordagem empírica dos efeitos limitados: não se trata mais de um efeito direto, como quer insistir a teoria hipodérmica, em que os meios de comunicação exercem efeito esperado em suas audiência, mas sim, o fluxo da comunicação se processa em dois níveis: primeiro dos meios para os líderes de opinião e destes para o restante do público. Dessa forma, nota-se que os líderes são pessoas mais expostas aos veículos de comunicação do que os demais, mas que, juntamente com estes últimos, fazem parte do mesmo contexto cultural, por isso são pessoas semelhantes umas com as outras, sendo esta uma das características principais para que o líder exerça influência sobre seus pares.

No caso de Maranguape, foram cadastradas 188 rezadeiras que receberam treinamento aplicado pela Secretaria de Saúde, elas são identificadas por uma camiseta com o logotipo de rezadeira “oficial” do projeto, habilitando-as a usarem sua autoridade junto às mães para ensinarem a receita do soro caseiro e como diz dona Paizinha: “É reza,

mas também precisa de remédio, precisa da médica também. Do médico, se for preciso. Porque não é só a reza que cura não”.

Dessa forma, a Prefeitura acaba funcionando como o meio de comunicação oficial, com seus veículos, como cartazes, folhetos, propagandas e até na sinalização das casas das rezadeiras através de uma placa que reproduz o logotipo do projeto. De outro lado, as rezadeiras e os raizeiros são os líderes de opinião, que, “de maneira geral, (...) são os indivíduos que, através de contatos pessoais diários, influenciam a decisão e a formação de opinião” (WRIGHT, 1975, p. 51). “Os líderes de opinião não são, necessariamente, nem os líderes formais da comunidade nem as pessoas que ocupam posições correspondentes ao seu prestígio social. Cada camada da sociedade parece ter o seu próprio grupo de líderes de opiniões” (WRIGHT, 1975, p. 51).

Outro estudioso que também acabou contribuindo na definição de líderes de opinião é Robert Merton que através de um estudo, focou a influência interpessoal e o comportamento da comunicação em uma pequena cidade. Neste caso, detectou-se dois tipos de líderes: o local e o cosmopolita. “O principal critério para distinguir esses dois tipos era a orientação em relação à sua cidade: o influenciador local preocupava-se essencialmente com os assuntos da comunidade; o cosmopolita, também com os problemas nacionais e internacionais” (apud WRIGHT, 1975, p. 54-55).

Percebe-se que em Maranguape o líder local é o mais destacado nas figuras das rezadeiras e dos raizeiros, já que são aqueles que têm maiores condições de participar de assuntos da comunidade. A comunicação, neste caso, funciona verticalmente e no fluxo descendente: Da Prefeitura (que seria a comunicação oficial) para as rezadeiras e raizeiros (líderes de opinião) e horizontalmente ou lateral, dos líderes para o restante da população maranguapeense (hoje cada rezadeira atende 108 crianças com menos de 10 anos), lembrando-se que a “informação oral corre como que nas asas do vento. O ouvinte de agora será o veículo de informação de daqui a pouco, em razão daquela necessidade instintiva da natureza humana de informar-se e informar”. (BELTRÃO, 1971, p.63).

“A influência pessoal tem (...) maior probabilidade de ‘penetrar’ nos indecisos ou contrários do que as mensagens das comunicações coletivas que normalmente enfrentam um conjunto de prevenção mentais. O contato direto é também mais flexível, permitindo resposta imediata às reações instantâneas as pessoas, ao contrário dos meios coletivos, podem emitir idéias e argumentos de imediatas relevância pessoal

para o ouvinte. E, finalmente, quando alguém se submete à influência de outra pessoa para tomar uma decisão recebe imediata e pessoalmente a recompensa da aprovação. Verificamos que certas pessoas que denominamos ‘líderes de opinião’ têm especial propensão para exercer essa influência pessoal” (LAZARFELD, 1964, p. 88-89).

Nota-se que, de um modo geral, os assuntos relativos à saúde em Maranguape, como prevenção de doenças, passaram a ser divulgados a partir do reconhecimento do papel desses líderes de opinião, que atuam diretamente junto aos espaços oficiais de saúde do município, como nos postos. Segundo Marilyn Nations professora da Universidade de Harvard, morando no Ceará há quinze anos, local em que elaborou a pesquisa mostrando que cultura popular aliada aos programas de saúde, poderia através das rezadeiras formar a linha de frente em favor da vida. A médica Antonia Sampaio confirma tal proposta: “Eu tenho 28 anos de médica. A melhor experiência para recuperar as crianças desidratadas é essa: a rezadeira dentro do posto de saúde”.

Constatadas a importância do líder de opinião em qualquer operação de mudança e a ineficiência presente dos meios convencionais de comunicação para promover a interação social, a pesquisa deve voltar-se para a identificação do processo comunicativo e dos agentes e instrumentos eficazes para reunificar o pensamento e harmonizar a atividade dos diversos grupos, com vistas ao desenvolvimento cultural e econômico. (BELTRÃO, 2001 p.67)

### **Considerações finais**

As rezadeiras e os raizeiros convertidos em agentes de saúde divulgam tanto a medicina oficial, orientada pela Prefeitura, quanto as suas tradicionais alternativas, através das rezas e/ou das raízes. Dessa forma, o conceito de porteiros culturais ou guardiões da cultura local (gatekeepers), apontado por Kurt Lewin em trabalhos que subsidiaram as propostas de Lazarsfeld em relação ao processo comunicacional reconhecido como fluxo em dois estágios, apresenta-se nesse caso como uma proposta de comunicação de “fluxo em múltiplos estágios”, cuja maior característica é a conquista de liderança a partir da credibilidade que o agente goza no seu ambiente (assume-se a posição de “rezadora oficial” ou seja reconhecida pelas autoridades locais e na própria habilidade do comunicador em codificar a mensagem ao nível de entendimento dos seus receptores, a partir inclusive do adjetivo dona (Augusta/Paizinha etc).

A eficácia desta proposta pode ser melhor entendida, através de um modelo construído por Eisenstadt<sup>3</sup>, onde o autor propõe observar os seguintes pontos:

- Quando tiver um efeito positivo no sentido das aspirações e das identificações concebidas pelos destinatários em matéria de hierarquia social (em outras palavras, deve ser compatível com a imagem que os interessados forma desta classe social e com as suas aspirações);
- Quando for emitida ou transmitida por minorias que gozem de um grande prestígio;
- Quando for compatível com as tendências culturais e os interesses sociais das elites;
- Quando for transmitida pelas elites por via de relações pessoais primárias, combinadas com as relações que existem já entre as elites e a massa, e
- Quando for assimilada por interação pessoal no quadro de grupos e relações primárias. (EISENSTADT apud Beltrão, 2001, p.71)

O projeto “Soro, Raízes e Rezas” vem obtendo grande adesão da população local exatamente, por considerar cada ponto descrito acima como uma máxima que entende o fator cultural como início meio e fim do universo de recepção, o respeito pelo receptor como iniciador do processo comunicacional e sua capacidade de comunicação lateral.

O reconhecimento da prática religiosa local, a visão de mundo desta população bem como a postura de resistência que a cultura local exerce como meio de sobrevivência frente ao global ou aos mecanismos oficiais, fazem com que esta proposta de transformar rezadeiras em agentes de saúde seja um marco na busca pelo equilíbrio deste povo sofrido e a mercê de um processo nivelador que desconsidera a multiplicidade ou a postura sincrética de um Brasil plural.

## REFERÊNCIAS

- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias**. Porto Alegre: Editora Edipucrs, 2001.
- BERLO, David K. **O processo da comunicação**. 9ªed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e Cidadãos: Conflitos Multiculturais da Globalização**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.
- CHERRY, Colin. **A Comunicação humana**. 2ªed. São Paulo: Cultrix, 1974.
- DÍAZ BORDENAVE, Juan E. **Além dos meios e mensagens**. Rio de Janeiro: Vozes, 1983.
- FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?** Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 1980.

---

<sup>3</sup> Art. Na revue Internationale des Sciences sociales, paris, Unesco, v.14, n.22, 1962 – dedicada a “Communication et information”.

GONZALES,A.Jorge.**Sociologias de las Culturas subalternas**. México: editora, Universidade Autônoma de Baja Califórnia, 1990.

————— Más(+) Cultura(S) Ensayos sobre las realidades Plurales. México: Editado pelo consejo nacional para la cultura y las artes, 1994.

LAZARFELD, Paul. **Os meios de comunicação coletiva e a influencia pessoal**. In Panorama da Comunicação Coletiva. Rio de Janeiro: Editora Fundo de Cultura, 1964.

MAIER J. RUMNEY Jay. Manual de sociologia. Rio de Janeiro: Zahar editores, 1975

MARTIN-BARBERO, Jesús. **De los medios de la comunicaciones**: comunicación, cultura y hegemonia. 3ª ed. México: GG Mass Midia, 1993.

OROZCO, Guillermo. **La audiencia frente a la pantalla**: una exploración del proceso de recepción televisiva. Lima: Diálogos de la Comunicación, 1991.

Site <http://www.maranguape.ce.gov.br/cidade/economia2.htm> – acessado em 20 de maio de 2004.

Site.<http://redeglobo6.globo.com/Globoreporter/0,19125,VGC0-2703-3131-3-48078,00.html> – acessado em 02 de junho de 2004..

WRIGHT C.R *Mass Communications: A sociological approach*, 2ª ed. New York: Random House, 1975.