

PROJETO SHANTALA: UMA AÇÃO ESTÉTICO-PRAGMÁTICA APLICADA À COMUNICAÇÃO SOCIAL

Carmen Lúcia Fagundes¹
Luciana Panke²

RESUMO: A função social da comunicação se manifesta no relato do Projeto Shantala - um Ato de Amor, desenvolvido em Foz do Iguaçu e Cidade do Leste (Paraguai), cujo objetivo foi difundir uma técnica hindu de massagem em bebês, nos sistemas público e privado de saúde da região. Entre as ações, destacamos a campanha realizada, tendo como base os preceitos da Comunicação Integrada e o referencial proposto pelo semioticista Charles S. Peirce.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Social; Relações Públicas; Campanha insitucional; estética peirceana; Shantala.

A responsabilidade da área da Comunicação está fortemente ligada ao seu papel social. Quando nos referimos a este campo, estamos falando de todas as ações mediadas por veículos como meios impressos, eletrônicos, audiovisuais e digitais. Isto significa uma infinidade de informações que circulam na sociedade auxiliando a determinar os rumos desses locais. Independente de ser informativo ou persuasivo, o conteúdo veiculado pode estimular a tomada de decisões. Nesse sentido, quando se trata de uma campanha de mobilização social, visando alterações de atitudes, as estratégias mais adotadas são as que conciliam a informação com a sensibilidade.

São inúmeros os sistemas de linguagem que usamos para nos relacionarmos com as pessoas e com as situações diversas que se apresentam no dia a dia. Nesse trabalho, fazemos referência a um tipo de linguagem especial, um sistema de signos utilizado, de certo modo, por todas as pessoas, sem, entretanto, que seja consciente. Daí o interesse em abordar um código de comunicação ainda pouco conhecido, mas que pode contribuir essencialmente na construção das relações entre homem e o seu meio.

1 Mestre em Comunicação e Semiótica, PUC/SP e Professora da União Dinâmica de Faculdades Cataratas – Foz do Iguaçu/PR contato: carmenluciafag@hotmail.com

2 Doutora em Ciências da Comunicação, ECA/USP, Professora da Universidade Federal do Paraná e autora do livro “Lula do sindicalismo à reeleição: um caso de comunicação, política e discurso” Editora Horizonte, 2010. Contato: panke@ufpr.br

A *Shantala*, que aqui chamamos de linguagem, é um conjunto de movimentos físicos que a mãe, ou outra pessoa, faz no corpo de um bebê. Os movimentos são harmônicos, possuem uma seqüência específica e proporcionam, de acordo com bibliografia especializada, inúmeros benefícios ao bebê. Sua origem remete ao do sul da Índia, onde é transmitida oralmente de mãe para filha. Por razão exclusivamente cultural, somente as mulheres fazem a massagem nos bebês.

Também conhecida como Yoga do bebê, a técnica pode ser considerada uma linguagem especial entre a mãe e o filho, pois vai desenvolvendo e despertando a criança para o seu mundo interior. Mundo esse que, espontaneamente, ele vivenciava dentro do ventre da mãe. Assim, o diálogo estabelecido por meio da massagem contribui para o desenvolvimento de um vínculo pleno entre a mãe e o bebê, que transcende o contato pele a pele. Desse modo, elimina, ainda, o estresse que por ventura a criança tenha vivenciado no trabalho de parto.

A técnica tem fundamentos no Yoga e na Medicina Ayurvédica (medicina tradicional da Índia) e se destina aos recém-nascidos a partir de um mês de idade, aproximadamente, entretanto não há limites para o início ou o término do processo. A *Shantala* pode ser usada como prevenção de neuroses e doenças, além de tratar bebês que já tenham sofrido algum tipo de trauma, carência afetiva ou problemas neurológicos. Para que todos os objetivos sejam alcançados, entretanto, deverá ser realizada de maneira correta, proporcionando um estreitamento na relação mãe/bebê. A direção dos movimentos, a seqüência e a concentração fazem parte constante desta prática, assim como, a conversa não-verbal e o olhar contribuirão para a aproximação entre mãe e filho.

O mundo ocidental teve a oportunidade de conhecê-la através do médico francês Frédérick Leboyer que, em uma de suas viagens à Índia, conheceu Shantala, nome da mulher que lhe ensinou a técnica. Leboyer fez um livro poético com o nome daquela mulher, lançado em 1976, e ilustrado com a seqüência de movimentos que Shantala realizava em seu bebê.

Em 1978, esta massagem chegou ao Brasil com a professora e criadora de método de Yoga para gestantes e pós-parto, Maria de Lourdes da Silva Teixeira (conhecida como Fadynha). Ela começou a aplicar a massagem em sua própria filha, bem como a ensinar aos grupos de mães com os quais trabalhava.

No ano seguinte, o programa “Fantástico” da TV Globo exibiu, pela primeira vez, uma reportagem sobre a técnica. A partir daí sucederam-se outras matérias na imprensa nacional. Somente quase 10 anos depois, em 1986, quando o livro de Leboyer foi traduzido em português, que se percebeu um interesse maior por parte dos profissionais ligados à área terapêutica. Isso possibilitou uma difusão maior, pois alcançou um público multiplicador, diretamente interessado em aplicar a técnica em sua área específica, como é o caso dos fonoaudiólogos, fisioterapeutas, pediatras, enfermeiros e psicólogos. Hoje a massagem é divulgada em diversos canais. Para se ter uma ideia, quase um milhão de páginas relacionadas ao tema estão disponíveis na internet.

ESTÉTICA

Para divulgar a Shantala conforme descrevemos abaixo, nos apoiamos nos pressupostos da teoria formulada por Charles Peirce, pois traz traços de originalidade que, a nosso ver, justificam neste trabalho a escolha por suas ideias em detrimento de outras. Assim, resgatamos algumas das características do seu pensamento que contribuem para se pensar numa possível ação estética que, tanto quanto podemos ver, deve funcionar como uma chave para a compreensão do Projeto Shantala.

A concepção de estética, no sentido peirceano, está intimamente relacionada à qualidade de sentimento, de fruição, daquilo que nos toca e que, de alguma maneira, ao sermos expostos, muda algo dentro de nós. Assim, supera a ideia de estética reduzida aos conceitos de beleza, ou mesmo de prazer, pois encontra os seus atributos na admirabilidade. Para Peirce (1999), a estética implica não naquilo que é belo, mas naquilo que é admirável sem qualquer razão que possa explicá-lo. Aquilo que nos atrai, mas que, de certa forma, não sabemos ao certo do que se trata na sua totalidade. Conforme Santaella (1994):

Cada ser humano, por mais simples e desintelectualizado, por assim dizer, que ele possa ser, é sempre movido, consciente ou inconscientemente, explícita ou confusamente, por um ou vários ideais maiores ou menores. São as metas que buscamos alcançar, os planos feitos à longo prazo, os sonhos que acalentamos e que conduzem nossos passos. Se as condições de adversidade e ou luta pela sobrevivência nua e crua não se tornarem tão brutas e assoberbantes a ponto de transformarem o ser humano num mero escravo do existir cotidiano, se a vida foi benévola o suficiente para não machucar o corpo ou o espírito com dores

irremediáveis, bem do fundo do nosso ser, vem uma questão. Não importa quão vago, incerto ou inadvertido possa ser o modo como ela se apresenta, trata-se sempre daquela interrogação crucial que não cessa de interpelar em cada um de nós: o que justifica a minha vida? (Santaella, 1994, p. 126-127)

A estética peirceana se volta para os modos de percepção e busca sua excelência naquilo que é admirável em si mesmo. Por isso, tem a função de determinar quais são os ideais, as metas supremas da vida humana que são adotadas deliberadamente, sem nenhuma imposição de nenhuma espécie, algo que está no íntimo de todo ser.

Esse ideal estético foi identificado por Peirce como o *summum bônus*. Um ideal supremo, mas não absoluto. Por ser vago, se dá por si mesmo, sendo algo continuamente almejado, pois toda e qualquer materialização desse ideal estaria apenas particularizando uma instância dessa possibilidade ilimitada e, por isso mesmo, contínua, indefinida e inesgotável.

Portanto, esse ideal é o crescimento da razoabilidade concreta no mundo. Que coincide com o ideal pragmático, que, por sua vez, não deveria satisfazer os desejos de qualquer indivíduo particular, mas estar voltado para os propósitos humanos coletivos, pois o pragmatismo havia descoberto que, no processo de evolução, aquilo que existe vai, mais e mais, dando corpo a certas classes de ideais que, no curso do desenvolvimento, se mostram razoáveis (Santaella, 1998, p. 137).

O crescimento de potencialidades foi identificado como a razão criativa que gera as possibilidades para o crescimento contínuo no universo. Por sua vez, a razão criativa só se realiza através de ações, hábitos e mudança de hábitos. Ainda segundo Santaella (1994, p. 144), a razoabilidade concretiza-se e cresce na medida mesma em que nós adotamos o ideal estético da razoabilidade, somos guiados por ele, empenhamo-nos eticamente nele, enquanto a lógica nos fornece os meios do autocontrole crítico do pensamento para atingi-lo.

Desse modo, a estética se volta para os processos perceptivos, pois se presta ao crescimento do sentimento no universo, haja vista que a razão, para Peirce (1999), só evolui se for alimentada por novos e melhores modos de perceber, de sentir e de pensar, por isso é uma disciplina que estuda os processos de raciocínio, de pensamento auto-controlado.

Peirce (1999) propôs que a ação do pensamento fosse estimulada pela dúvida e que esta só cessaria quando atingisse a crença. Desta maneira, a função principal do pensamento é chegar a uma crença. Por sua vez, a crença conduz aos hábitos que funcionam como padrões de ação que preparam as ocorrências futuras, por isso se referem à finalidade pragmática de aproximar-se sempre e cada vez mais do ideal admirável, sem, no entanto, atingi-lo plenamente.

Começamos a perceber, desta maneira, como o pragmatismo se manifesta envolvendo, simultaneamente, razão e sensibilidade, ou seja, percebemos o mundo com nossos sentidos físicos. Assim, traduzimos tal percepção em raciocínio, cuja ação nasce na dúvida, cessa na crença e produz como efeito um hábito de ação de pensamento que, sucessivamente, se traduz em modos sensíveis de perceber o mundo.

Desta forma, a pragmática peirceana se ocupa das linguagens que estabelecem a ligação entre a intencionalidade estética e as ações que buscam atingi-la na prática. As linguagens, por sua vez, se estruturam por meio de elementos que partilham propriedades comuns e se articulam, a fim de se aproximarem o quanto lhes for possível do ideal estético.

No lugar do termo linguagem, marcado pelos limites da linguagem verbal, Peirce optou pelo termo mais técnico: “signo”, que designa tudo aquilo que, de alguma maneira, está para uma outra coisa. De acordo com Santaella (1994), a definição de signo em Peirce, tem uma natureza aberta, quer dizer, é qualquer coisa de qualquer espécie que seja – um pensamento, ação, sentimento, imagem, palavra, enfim, qualquer coisa pode funcionar como signo na medida em que está para outra coisa, seu objeto, que também pode ser qualquer coisa. O que os diferencia é a posição lógica que assumem na relação.

O objeto, portanto, é aquilo que determina o signo. Mas este só consegue representá-lo em parte, pois haverá sempre uma defasagem entre o signo e o objeto e, sendo assim, sempre será possível a existência de um signo diferente representando um mesmo objeto. Na busca de se aproximar cada vez mais do objeto, mais e mais signos são gerados, todos representando algum aspecto que o anterior omitiu em relação ao objeto. Por isso, o processo lógico que um signo suscita é sempre infinito.

Quando um objeto aparece à mente, através de um signo, este produz na

mente do intérprete um signo mais evoluído e, no entanto, tão incompleto quanto o anterior. O processo de ação do signo (semiose) está em crescimento contínuo no universo, pois o signo é uma entidade aberta, que começa no objeto e busca se completar no interpretante.

Ao dar um significado a um signo qualquer, o interpretante leva a incompletude sgnica adiante, pois esse interpretante se tornará objeto de diversos outros signos e assim sucessivamente, ou seja, na tentativa de esgotar um signo qualquer, só o fazemos crescer na teia semiótica que constitui os sistemas de linguagens.

Na teoria filosófica de Peirce a verdade só pode ser extraída a partir da experiência. Toda e qualquer experiência, por sua vez, se dá para nós através de um sistema de linguagem, de signos, fenômenos a que atribuímos algum significado. Dependendo do modo como esse fenômeno se apresenta, despertará um significado que poderá ou não mudar algo em nós. Quando consegue atingir nosso sentimento, nossa crença e nossa conduta, vivenciamos uma experiência, ou seja, passamos a pensar de forma diferente, somos sensibilizados, incorporamos hábitos e acabamos por dar continuidade a uma cadeia gerada a partir de unidades de significado.

Desse modo se processa nossa relação com a realidade e com o mundo à nossa volta: sempre mediados por linguagens, sistemas de significações que vão dando origem a outros sistemas, numa cadeia de infinitas proporções. Neste sentido, as ações de Comunicação carregam um importante papel de estimuladoras nos sistemas de significação adotados em sociedade. As campanhas sociais mobilizadoras proporcionam um chamado à população de forma que se modifiquem atitudes e conceitos. O planejamento de Comunicação Integrada, aplicado às concepções de estética, acima abordadas, proporcionou os dados necessários para o relato do projeto que iniciou experimentalmente, em prol de uma causa social.

SHANTALA NA FRONTEIRA BRASIL PARAGUAI

As linguagens participam do ideal estético-pragmático, na medida em que contribuem com a razoabilidade concreta no mundo, através das mediações de nossas percepções e da mudança de nossas crenças, hábitos, sentimentos e ações. Ao considerarmos que toda linguagem se constitui por meio de um sistema de signos organizado cuja finalidade é a de representar e de transmitir

informações e que a *Shantala* também é um conjunto de movimentos físicos que tem por objetivo transmitir sentimentos, somente por isso já podemos considerá-la como uma linguagem.

Mas é mais do que isso. Ao nos depararmos com o momento em que é praticada – a fase inicial da vida, o nascer de todas as percepções – encontramos aquilo que lhe confere a natureza de um tipo de especial de linguagem, a sua admirabilidade. Por isso podemos chamá-la de linguagem estética, pois participa do crescimento da razão criativa no universo ao se relacionar com as qualidades de sentimento, de fruição, daquilo que nos toca e que, de alguma maneira, ao sermos expostos, muda algo dentro de nós. Pois, a estética, em Peirce, se volta para o que é admirável sem qualquer razão que possa explicá-lo.

Assim a *Shantala*, enquanto seqüência de movimentos físicos feitos pela mãe em um bebê, pode cumprir a finalidade de uma linguagem, pois a ação em si, de massagear e tocar a pele, aumenta o vínculo entre a mãe e o bebê, influenciando assim as primeiras impressões da criança sobre o mundo a sua volta. Como afirma Léboyer (1995, p.119) “é preciso alimentar os bebês. Sem dúvida alguma. Alimentar a sua pele tanto quanto seu ventre... Sim! Os bebês têm necessidade de leite. Mas muito mais de ser amados e receber carinho”.

Lembramos que o signo, assim como o objeto e o interpretante, é sempre incompleto. Na cadeia sónica sempre há espaço para o outro, para a dúvida. Assim, podemos dizer que cada movimento da técnica de massagem se constitui numa unidade de sentido, num signo que pode estar representando outros tantos signos. Como vimos, o objeto do signo pode ser um sentimento, neste caso, o sentimento essencial que nutre a relação entre mãe e filho: o amor incondicional. Os possíveis interpretantes, por sua vez, obedecendo a incompletude da cadeia sónica, podem ser, entre tantos outros, a satisfação e auto-realização.

Vale ressaltar ainda que *Shantala*, assim como outros códigos de comunicação, se dá com a complementação de outras linguagens. Além da utilização mãos, o principal canal na transmissão da informação, também utiliza o poder de comunicação dos olhos e da fala. Pois no processo de construção de significados, mais e mais signos vão sendo gerados a fim de participar da evolução das linguagens e dos modos mais sensíveis de perceber o mundo.

Guiados pelo ideal estético-pragmático de Peirce, de possibilitar o crescimento de ideias razoáveis no universo, através da utilização de linguagens, um grupo de cerca de 30 alunos do curso de Comunicação Social, orientados pelas autoras, desenvolveu o Projeto Shantala – Um ato de amor, nas cidades de Foz do Iguaçu e Cidade do Leste, no Paraguai. O público inicial era voltado à comunidade de local, no desenvolvimento do projeto, no entanto, foi ampliado para as comunidades vizinhas ao lago de Itaipu tanto do lado brasileiro como paraguaio.

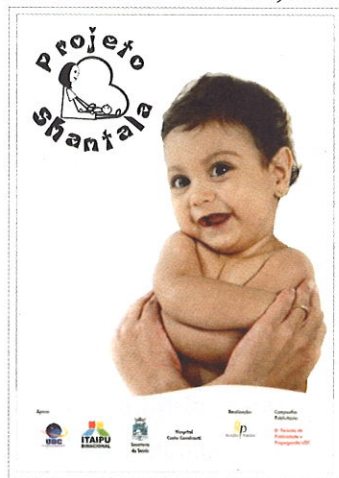
A proposta foi inserir, por meio de campanha institucional, a difusão do método de massagem em bebês na tríplice fronteira. Importante ressaltar que o projeto integrado de comunicação envolveu estudantes de três habilitações: Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas. Para tanto, iniciamos o trabalho com a realização de pesquisa quantitativa a fim de obter dados referentes ao número de nascimentos, quantidade de maternidades, unidades de saúde públicas, consultórios pediátricos, obstétricos e hospitais. A partir daí, começamos a elaborar o material que se encarregaria de transmitir as informações ao grande público.

Optamos pela criação de duas mídias específicas: uma cartilha impressa e um vídeo educativo. A cartilha pelo fato da mãe poder levá-la para casa e utilizá-la na hora de praticar a massagem, como também por poder ser emprestada para outra mãe. O vídeo por apresentar a técnica com os movimentos de cada sequência, dando assim maior segurança ao realizá-los. Ambos com termos simples e acessíveis a públicos diversos. A seleção do conteúdo informativo se deu através de consultas na obra de Leboyer e entrevistas com profissionais de fisioterapia e terapia corporal. A produção fotográfica e edição das imagens tiveram apoio de empresas especializadas.

Assim, com a participação das organizações: Itaipu Binacional, Hospital Ministro Costa Cavalcanti, Secretaria Municipal de Saúde, UDC, Studio 1 e Vision Art, foram produzidas 20.000 cartilhas em português e 7.000 em espanhol e um Vídeo bilíngüe com duração de 8 minutos (foram reproduzidos 100 dvds e 50 vhs). O material é distribuído à população, e foi repassado à Secretaria Municipal de Saúde, 9ª Regional de Saúde do Paraná e Programa Saúde na Fronteira, da Itaipu Binacional, para os municípios paraguaios.

O projeto também contou com o apoio do Instituto RPC, através da

veiculação de vt de 30' com 5 inserções diárias durante uma quinzena na programação da Rede Globo local. O filme institucional chamava a atenção para a técnica de massagem e informava sobre a disponibilidade do material nas unidades de saúde. Do mesmo modo, teve o apoio das mídias impressa e eletrônica, local e regional, com a veiculação de reportagens e participação em programas de entrevistas. Além disso, cartazes da campanha foram afixados nos locais de distribuição do material didático, conforme a ilustração abaixo.



Além da veiculação massificada da campanha, ainda se fez necessário nos aproximarmos do Pólo Regional de Educação Permanente em Saúde, coordenado pela 9ª Regional de Saúde do Paraná, para realização de um curso de sensibilização em Shantala. Participaram do evento 25 profissionais de enfermagem do município de Foz do Iguaçu. Entre os participantes, somente dez por cento já tinha ouvido falar na técnica. O curso, assim, contribuiu para formação do multiplicador da ideia, essencial para a difusão da campanha em si.

Em pesquisa avaliativa realizada nas unidades de saúde, seis meses após o lançamento do projeto, detectamos que nem todas as unidades disponibilizavam o material à população. Na maioria dos casos, por ausência de recursos humanos ou técnicos, como aparelho de dvd, ou ainda por falta de um local físico apropriado. Entretanto, quando alguém solicitava o material nessas unidades era encaminhado para outra que o disponibilizava.

Já no Hospital Ministro Costa Cavalcanti, o material foi repassado a todas as gestantes que faziam o acompanhamento pré-natal. Perguntamos aos enfermeiros sobre um possível retorno quanto à aplicabilidade da técnica por parte das futuras mães que recebem o material, tal informação, porém, se

tornou difícil de mensurar, haja vista, que, na maioria das vezes, as mães não têm mais contato com esses profissionais.

Optamos então por realizar pesquisa qualitativa, com um universo de trinta mães escolhidas aleatoriamente, a fim de saber sobre os resultados da técnica. Das entrevistadas, cerca de quarenta por cento faziam a massagem em seus bebês regularmente e acreditavam que os benefícios eram atingidos, os bebês eram calmos, mais felizes e também independentes. Vinte por cento, praticava a massagem em períodos desregulados, mas também acreditavam que alguns dos benefícios eram atingidos. E, por fim, quarenta por cento das entrevistadas não praticava a massagem em seus bebês porque a criança não deixava ou porque não encontrava tempo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A ação continuada do Projeto Shantala, no decorrer do período aponta o sucesso do planejamento executado. Os dados apresentados indicam o impacto da proposta e os benefícios obtidos com a técnica de massagem. Até hoje o Hospital Costa Cavalcanti ensina a técnica nos cursos ministrados a casais. Sem contar os postos de saúde, cerca de 3600 pessoas tiveram acesso direto ao conteúdo produzido pela campanha. Entretanto, como mostramos anteriormente, as linguagens se dão na interrelação de seus elementos e dos contextos em que são utilizadas. Cabe, portanto, aos profissionais de Relações Públicas, e da comunicação social, como um todo, estimular seus públicos a partir das linguagens adotadas em suas ações.

Assim, se somente algumas mães pararem para tocar e conversar com seus bebês, mesmo que poucas vezes, ainda assim acreditamos que foi possível participar do crescimento das potencialidades criativas do universo, dando o acesso não somente às novas informações, mas, principalmente, estimulando o uso consciente de um novo código de comunicação que pode contribuir diretamente no modo de perceber, pensar e agir .

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- LEBOYER, Fréderrick. **Shantala: massagem para bebês: uma arte tradicional**. 5ªed. São Paulo: Ed. Ground, 1995.
- LEFEVRE, Fernando & LEFEVRE, Ana Maria C. **Promoção da Saúde: a negação da negação**. Rio de Janeiro: Vieira & Lent, 2004.
- NÖTH, Winfried. **A Semiótica no Século XX**. São Paulo: Anna Blume, 1996.

PEIRCE, Charles S. **Semiótica**. 3ª ed. São Paulo: Perspectiva, 1999.

SANTAELLA, Lucia. **Estética de Platão a Peirce**. 2ª ed. São Paulo: Experimento, 1994.

_____. **Semiótica Aplicada**. São Paulo: Pioneira Thompson, 2002.

_____. **Teoria Geral do Signo**. Como as linguagens significam as coisas. São Paulo: Pioneira, 2000.

www.institutoaurora.com.br acessado em 22.07.06 às 21h.