

DIVULGANDO DIREITOS SOCIAIS: ESTUDO APLICADO AS ESTRATÉGIAS DE PUBLICIZAÇÃO DO BENEFÍCIO DE PRESTAÇÃO CONTINUADA (BPC)¹

Ana Carolina de Oliveira²
Simone Cristina Dufloth³

RESUMO: O presente artigo tem por objetivo analisar as estratégias de comunicação e de publicização do Benefício de Prestação Continuada (BPC) adotadas pelos órgãos do governo federal, estadual, e municipal com competências legais atribuídas, no âmbito do município de Belo Horizonte. A metodologia da pesquisa utilizou procedimentos de pesquisa bibliográfica, documental e, de campo mediante entrevistas semiestruturadas a gestores e/ou responsáveis pelo BPC nos órgãos da esfera federal, estadual e municipal. As entrevistas semiestruturadas foram realizadas com os órgãos gestores que respondem pelo BPC, no município. Para os executores a pesquisa foi delimitada somente a Regional Venda Nova. A pesquisa configurou-se, portanto como de natureza qualitativa, pois, envolveu a análise das percepções dos gestores e/ou responsáveis pelo BPC. A pesquisa evidenciou a inexistência de estratégias institucionais e planejadas para divulgação para o BPC, e a falta de articulação e interação entre as instâncias pesquisadas.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação pública, Publicização, Assistência social, Benefício de Prestação Continuada, Direitos Sociais.

SPREADING SOCIAL RIGHTS: STUDY APPLIED THE PUBLICIZING STRATEGIES THE CONTINUED PROVISION BENEFIT (BPC)

ABSTRACT: This article aims analyze the strategies of communication and publicity of the Continued Benefit Provision (BPC) adopted by federal agencies, state and municipal legal competences attributed in the framework of municipality of Belo Horizonte. The research methodology used procedures bibliographical, documental and field through semi-structured interviews with managers and / or responsible for the BPC in federal agencies, state and municipal. The semi-structured interviews were held with managers organs that respond by BPC in the municipality. For executors research was delimited only New Regional Sales. The survey was configured so as qualitative in nature therefore involved the analysis of the perceptions of managers and / or responsible for the BPC. The research showed the absence of institutional strategies and planned to disseminating to the BPC, and the lack of articulation and interaction between institutions surveyed.

Keywords: Public communication, Publicization, Social Work, Continued Provision Benefit, Social Rights.

1. INTRODUÇÃO

O BPC é um dos benefícios que o Sistema de Proteção Social Brasileiro (SBPS) oferece a um público com características evidentes de exclusão decorrentes de sua condição física e socioeconômica. Trata-se de um direito constitucional, implantado no Brasil em 1993 e que começou a ser concedido em 1996. O recurso financeiro para o pagamento do benefício advém do orçamento da Seguridade Social. O benefício é administrado pelo Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS). A operacionalização para a concessão do BPC fica a cargo do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS).

O BPC atende a um público carente e com poucas chances de acesso pleno à informação, devendo, portanto, receber um cuidado especial por parte das instâncias governamentais, de forma a garantir a eficácia na concessão dos beneficiários. Apesar da importância desse benefício, muitas pesquisas evidenciam dificuldades na sua divulgação. Segundo Dulci (2010, p. 15), o Instituto Vox Populi, realizou uma pesquisa de opinião, em 2008-2009, e constatou que o “conhecimento do programa pela população em geral é, relativamente baixo, em contraste com nível muito elevado do programa Bolsa Família”. Em outra pesquisa Lobato, et. al. (2007) destacou um alto percentual de beneficiários do BPC que relataram insuficiência de informações disponíveis para os requerentes.

Partindo-se do princípio que rege a assistência social, destacado na Lei Orgânica de Assistência Social, Cap. II, Seção I, Artigo 4º, Alínea V, que estabelece a “divulgação ampla dos benefícios, serviços, programas e projetos assistenciais, bem como dos recursos oferecidos pelo Poder Público e dos critérios para sua concessão”, constata-se que, mediante os resultados dessas pesquisas, a divulgação e a publicização do BPC merecem ser estudadas. Nesse sentido, o presente artigo tem por objetivo analisar as estratégias de comunicação e de publicização do Benefício de Prestação Continuadas (BPC). A comunicação pública, para atingir seus objetivos com eficácia, ou seja, conseguir levar a informação ao seu público destinatário necessita, primeiramente, ter por base uma boa estratégia de divulgação.

As estratégias de comunicação, implementadas a partir de ações conscientemente planejadas, podem contribuir melhor com a efetividade dos resultados e com a ampliação dos benefícios concedidos. O presente trabalho trata-se de pesquisa exploratória, preponderante, qualitativa, realizada a partir de estudos aplicados nos órgãos de gestão e execução do BPC sediados município de Belo Horizonte.

2. SISTEMA BRASILEIRO DE PROTEÇÃO SOCIAL (SBPS): UM SISTEMA EM PROL DA GARANTIA DOS DIREITOS SOCIAIS

O Sistema Brasileiro de Proteção Social diz respeito a um conjunto de políticas e programas governamentais “com o objetivo de cobertura dos riscos sociais, garantia de direitos sociais, equalização de oportunidades e enfrentamento das condições de destituição e pobreza” (JACCOUD e CARDOSO, 2009, p. 58). Conforme apregoa Jaccoud e Cardoso (2009), a Constituição de 88, foi formulada pensando-se em políticas de cunho universalista que possibilitassem a expansão da cobertura das políticas sociais no que tange a serviços, garantia de renda, igualdade de oportunidades e de ser garantidor dos direitos básicos. A Constituição de 88 colocou na agenda pública uma série de temáticas que, até então, eram vistas como uma problemática de viés individual, ou seja, que não era função do Estado solucioná-las.

Dentre os avanços da Constituição de 1988 nas funções de responsabilidade estatal no que tange a necessidade de proteção social dos cidadãos, destaca-se: i) a instituição da Seguridade Social como sistema básico de proteção social, articulando e integrando as políticas de seguro social, assistência social e saúde; ii) o reconhecimento da obrigação do Estado em prestar de forma universal, pública e gratuita, atendimento na área de saúde em todos os níveis de complexidade; para tanto, o texto constitucional prevê a instituição do Sistema Único de Saúde (SUS), sob gestão descentralizada e participativa; iii) o reconhecimento da assistência social como política pública, garantindo direito de acesso a serviços por parte de populações necessitadas, e direito a uma renda de solidariedade por parte de idosos e portadores de deficiência em situação de extrema pobreza; dentre outras especificações.

Segundo Jaccoud e Cardoso (2009), a Seguridade Social organiza-se em três pilares. O primeiro, constituído pela Previdência Social de caráter contributivo; o segundo pela política de Assistência Social de caráter não contributivo, representado pelo BPC e demais políticas de proteção social; e o terceiro, a Política de Saúde representada pelo SUS. Jaccoud (2009) afirma que a proteção social nos países ocidentais, no início do século XIX, estava associada a um sistema de cotizações obrigatórias que se organizavam pela via do Seguro Social. Todavia, esta forma não cobria toda população trabalhadora, mas apenas os trabalhadores formais, pois era necessário estar afiliado a Caixas de Seguro. Entretanto, a universalização da Proteção Social, segundo Jaccoud e Cardoso (2009) ocorreu com a instituição da Seguridade

Social. A Seguridade Social brasileira foi promulgada com a Constituição Federal de 1988, em conformidade com os moldes recomendados pela Convenção nº 102 da OIT. A Seguridade Social orienta-se pelos seguintes princípios: a) universalidade da cobertura e atendimento; b) uniformidade e equivalência dos benefícios rurais e urbanos; c) seletividade e distributividade na prestação de serviços; d) irredutibilidade no valor dos benefícios; e) diversidade da base de financiamento estruturada em Orçamento da Seguridade Social (autônomo); f) equidade na forma de participação no custeio, e g) caráter democrático dos subsistemas da Seguridade Social (previdência, saúde e assistência).

3. BENEFÍCIO DE PRESTAÇÃO CONTINUADA (BPC)

O BPC tem por objetivo proteger as pessoas idosas e pessoas com deficiência “em face de vulnerabilidades decorrentes da velhice e da deficiência agravadas pela insuficiência de renda, assegurando-lhes o sustento e favorecendo o acesso às políticas sociais e a outras aquisições” (MDS, 2010, p. 6).

Consiste na transferência de renda, de natureza não contributiva, no valor de um salário mínimo. Destina-se a pessoas com idade igual ou superior a 65 ou pessoas de qualquer idade com deficiência incapacitante de longo prazo de natureza física, mental, intelectual ou sensorial que impeça vida independente (PCD) ou trabalho. Em todos os casos, só serão contemplados pelo BPC aqueles que comprovem não possuir meios para prover sua própria subsistência nem tê-la provida por sua família, cuja renda familiar per capita seja inferior a ¼ do salário mínimo. Sendo assim, pessoas portadoras de doenças crônicas, HIV, e outras tantas deficiências em geral que o impossibilitam de prover seu sustento ou tê-lo provido por seus familiares e que se enquadram nos requisitos do programa também têm direito ao benefício.

Para um cidadão requerer o benefício, é necessário que o mesmo dirija-se a uma agência do INSS, e siga os seguintes procedimentos: i) preencha um formulário de solicitação; ii) apresente uma declaração da renda dos familiares; iii) comprove residência e apresente documentos de identificação pessoal e dos familiares que residem com ele. No caso dos deficientes físicos, é necessário passar por uma perícia, realizada por um médico e uma assistente social que comprove a deficiência e incapacidade para vida e trabalho. Pessoas que estejam internadas em hospitais, abrigos, instituições de longa permanência também podem requerer o benefício. Pessoas que não são alfabetizadas podem se utilizar da impressão digital para preenchimentos dos formulários ou designar um tutor. Cabe ressaltar, que pessoas domiciliadas nas ruas, também, podem requerer o benefício e o endereço a ser adotado como

referência será o endereço de algum serviço da rede socioassistencial que o esteja acompanhando ou de alguma pessoa com a qual mantém vínculos afetivos. Conforme o MDS (2011, p. 4), “o beneficiário recebe o benefício por meio de um cartão magnético a ser sacado na da rede bancária. Quando não houver rede bancária o pagamento será realizado por um órgão autorizado pelo INSS”.

Visando possibilitar que o beneficiário do BPC não permaneça nos chamados “bolsões de pobreza” – fato comum em programas de transferência de renda, que possuem como requisito para acesso ao programa à comprovação de baixa renda familiar per capita, e o desligamento do mesmo ao adquirir aumento de renda - o MDS criou o BPC na Escola e o BPC Trabalho, de modo, a melhorar a vida dos beneficiários. Possibilitando, assim, criar uma rede de proteção social. O BPC na Escola consiste de “um programa de Acompanhamento e Monitoria do Acesso e Permanência na escola dos portadores de deficiência com o objetivo de promover o acesso à educação e superação das barreiras para acesso e permanência” (MDS, 2011, p. 19). O subprograma entrou em vigor em 2007 voltado para beneficiários portadores de deficiência na faixa etária entre 0 a 18 anos. O BPC Trabalho tem por objetivo a “promoção do acesso ao trabalho às pessoas com deficiência beneficiárias do BPC, na faixa etária de 16 a 45 anos, por meio de ações articuladas entre os órgãos gestores da assistência social com as demais políticas públicas” (MDS, 2011, p. 20). Somada, a estas ações, desde setembro de 2010, os beneficiários e familiares estão sendo inseridos no Cadastro Único (CadÚnico) para serem incluídos nas políticas sociais.

3.1 O BPC como instrumento de redução da extrema pobreza

O Benefício, por conceder um salário mínimo, proporciona aumento de renda às pessoas que se encontram no patamar de extrema pobreza. Foi realizado um estudo com 3.953 indivíduos beneficiários e não beneficiários do BPC, onde se constatou que o benefício se configura como uma importante parte dos recursos a que dispõem as “famílias dos novos beneficiários, já que 95% dos beneficiários idosos e 94% de PCD contribuem financeiramente com as despesas domiciliares” (MDS, 2011, p. 260).

Cavenaghi (2011) é categórico ao afirmar que, junto ao crescimento da economia nacional, três políticas contribuíram para a redução da pobreza, são elas: i) os aumentos constantes do salário mínimo; sendo que o mesmo teve uma valorização de 50%, no período compreendido, entre 2002 a 2010; ii) expansão da cobertura do BPC; ii) aumento da cobertura

das políticas de transferências de renda. Pesquisa realizada com deficientes contemplados pelo BPC, na cidade de Unaí, Minas Gerais, concluiu que:

(1) o BPC se configura como mecanismo de segurança de renda e garante o consumo de bens básicos de alimentação, tratamentos de saúde e gastos com moradia dos deficientes e suas famílias; (2) as pessoas deficientes relacionaram a concessão do benefício com o aumento da independência social e financeira delas em relação as suas famílias, contribuindo para a ampliação das noções de autonomia e cidadania; (3) o BPC é um instrumento capaz de proteger os beneficiados e suas famílias da situação de vulnerabilidade social resultante da pobreza, desemprego e emprego informal, muito embora as mães das crianças deficientes saiam do mercado de trabalho para exercer o cuidado diário dos filhos e não recebam nenhum tipo de proteção social por parte do Estado (SANTOS, 2011, p. 790).

Na pesquisa realizada em Unaí, por Santos (2011), ficou nítido que o dinheiro do BPC é utilizado, prioritariamente, em alimentação, transportes, tratamentos de saúde, e gastos com moradia. Os mesmos resultados foram encontrados por Batista *et. al* (2009) que realizou uma pesquisa onde se constatou que 44% dos idosos e 46% dos deficientes, contemplados pelo benefício alegam que esta renda auxilia no sustento de seus lares. Dentre os entrevistados, 22% dos idosos e 27% dos deficientes concluem que a qualidade de vida aumentou consideravelmente.

Batista *et. al*. (2009) destaca ainda pesquisa do IPEA que apresentaram os seguintes resultados:

Os dados mostram que a população idosa enquadrada na linha de pobreza e em situação de indigência atingiria metade desse grupo se não fosse o BPC, a previdência pública e os programas de transferência de renda. De fato, segundo a PNAD de 2004 apenas 3,6% dos idosos detinham renda per capita inferior a ¼ de SM, sendo considerados em situação de indigência. Contudo, se suprimidos os benefícios monetários oriundos dos programas de transferência de renda (PTR) e da seguridade social (BPC, aposentadoria e pensões públicas), 44,6% dos idosos passariam a deter uma renda per capita inferior aquele patamar (BATISTA ET AL, 2009, p. 14).

Entretanto, para que as pessoas que se encontram na extrema pobreza possam usufruir do BPC para redução da pobreza e, conseqüente, aumento no nível de bem estar é necessário que requeiram o recebimento do mesmo. Contudo, para tal, é necessário que, primeiramente, tenham conhecimento da existência do programa. Nesse sentido, apresenta-se o presente trabalho que propõe o estudo das estratégias de comunicação e de publicização do BPC para seu público-alvo.

4. O PROCESSO DE FORMAÇÃO DA ESTRATÉGIA

Segundo Nicolau (2011), o processo de formação da estratégia não é o mesmo em todas as organizações, pois resulta da conjugação de fatores externos (características e condições do meio envolvente) e de condições internas (dimensão, capacidades materiais e humanas, organizacionais) que vêm a influenciar cada ambiente organizacional. Sendo assim, o processo de formação da estratégia pode se dar por três formas: a) racional e formal, “baseados na racionalidade econômica para auxiliar os gestores na análise das alternativas estratégicas e tomada de decisão” (NICOLAU, 2011, p. 9); b) negociado entre os grupos sociais que integram as organizações; c) em construção permanente. Esse processo em construção permanente também é partilhado por Mintzberg (1985) e por Lindbloom (1959) através da noção de “incrementalismo lógico” segundo o qual a estratégia envolve forças em tão grande número e dimensão tão vasta de combinação de poderes que ninguém pode prever os acontecimentos em termos probabilísticos. “Então, a lógica indica que se deve proceder com flexibilidade” (MINTZBERG, 1985, *apud* NICOLAU, 2011, p. 12). Contudo, Nicolau (2011), chama atenção para o fato de que mesmo apresentados didaticamente separados, os três processos de formação da estratégia não se configuram como processos excludentes, pois, na prática em uma organização a formação da estratégia pode incluir, simultaneamente, os três processos.

Todavia, Nicolau (2011) chama atenção para o fato de que as estratégias planejadas nem sempre são as mesmas que as realizadas, “certas estratégias planejadas não chegam a ser ou só são parcialmente implementadas e certas orientações de decisões organizacionais não resultam de plano previo”. (NICOLAU, 2011, p. 14) Ou seja, o ambiente é quem define se a estratégia será mantida ou se passará por mudanças para adequar-se ao mesmo. Sendo assim, Mintzberg e Waters (1985 *apud* Nicolau 2011) fazem uma diferenciação do que seriam estratégias deliberadas versus estratégias emergentes. Sendo que estratégias deliberadas são as “que se realizam tal como foram explicitamente planejadas, através de um processo controlado; estratégias emergentes são padrões de ações consistentes realizadas apesar de (ou na ausência) de intenções” (MINTZBERG E WATERS, 1985 *apud* NICOLAU, 2011, p. 14). As estratégias emergentes podem surgir por intermédio de um ator ou núcleo central quanto partir de estruturas da organização. Nicolau (2011) destaca que estratégias puramente deliberadas ou puramente emergentes, raramente, acontecem.

Diante do exposto, anteriormente, é nítido o quanto a estratégia na comunicação pública tem papel importante na disseminação de informações à sociedade. A mesma dispõe de variados instrumentos, elementos e estratégias para melhor se adequar aos diversos públicos. A comunicação pública desperta o interesse da população por conta de seu viés interativo e por permitir, entre outras coisas, uma maior transparência dos atos dos órgãos, entidades e gestores públicos. Como em qualquer tipo de comunicação, existe um emissor-mensagem-receptor. Sendo assim, em qualquer área de política pública, é primordial que mensagem e receptor estejam em “sintonia”.

5. METODOLOGIA

Trata-se de pesquisa exploratória realizada a partir de estudo de caso realizado nos órgãos de gestão e execução do BPC sediados município de Belo Horizonte (CMBH). Quanto à forma de abordagem, o presente trabalho classificou-se de forma preponderante como pesquisa qualitativa. A natureza qualitativa do trabalho foi construída pela análise das estratégias de comunicação utilizadas pelos órgãos promotores e/ou gestores do BPC, preferencialmente, sediados no município Belo Horizonte.

Para propiciar um levantamento de dados que englobasse de forma abrangente as diferentes esferas de governo e, que ao mesmo tempo, viabilizasse a coleta e a análise de dados, optou-se por identificar no contexto de um único município os principais atores, oriundos de órgãos do governo federal, estadual e municipal, envolvidos com a divulgação do BPC. Partiu-se da premissa de que a coleta de dados só seria suficiente para a análise pretendida se envolvesse os diversos contextos e perspectivas da gestão e da execução (operacionalização) da divulgação do BPC pelos órgãos competentes. Nesse sentido, o trabalho enfocou as ações de comunicação promovidas pelos principais órgãos das esferas federal, estadual e municipal que atuam na gestão e/ou execução do BPC no município de Belo Horizonte. A capital do Estado de Minas Gerais possui, hoje, 33 unidades do CRAS, 09 unidades do CRAS-Plantão Social, 07 agências do INSS, e diversos Postos de Saúde e Hospitais Públicos. Desse modo, a delimitação para um único município ainda se configura extensa, em virtude da inexistência de uma equipe de pesquisa que pudesse levantar dados em todos os órgãos promotores e/ou gestores do BPC do município escolhido.

A coleta de dados envolveu pesquisas bibliográficas e de campo. A pesquisa bibliográfica proporcionou fundamentação teórica do trabalho mediante conceitos e

classificações estabelecidas na literatura sobre assistência social, dos programas de transferência de renda, direito do cidadão, bem como estratégia e comunicação. A pesquisa de campo foi realizada entre os meses de setembro a dezembro de 2012, nos órgãos que possuem vínculos de gestão e/ou execução do BPC em Belo Horizonte. No que diz respeito aos órgãos de gestão do benefício foram entrevistados representantes dos MDS, SEDESE, SMAAS, e INSS-Coordenação. No que tange aos órgãos que lidam diretamente com o público-alvo do benefício foram entrevistados representantes que atuam na Regional Venda Nova. Essa regional foi escolhida por ser uma regional com grande presença de idosos, um dos focos de atuação do BPC e o fato de ter sido oferecida abertura, por parte dos funcionários desta regional, para contribuir com a pesquisa. Foram envolvidos nas entrevistas realizadas na Regional Venda Nova, representantes do CRAS- Lagoa, CRAS-Plantão Social, INSS- agência Venda Nova, Posto de Saúde João Pinheiro. A coleta de dados na Regional Venda Nova foi feita mediante um roteiro de entrevista não estruturado e também de um roteiro entrevista semiestruturado. Visando complementar a percepção dos órgãos de execução que lidam diretamente com o público-alvo do benefício, do setor da saúde, foi entrevistado também um representante do Hospital das Clínicas que não possui seu recorte de atuação delimitado somente a Regional Venda Nova, mas, integra os órgãos de execução ligados a área da saúde. As assessorias de comunicação MDS, da SEDESE, da SMASS e, do INSS Coordenação também foram pesquisadas. No total foram 14 entrevistados. A identificação dos respondentes limitou-se a “respondente 1”, “respondente 2”, etc. a fim de se preservar o sigilo de sua identidade e função no órgão. Utilizou-se o mesmo roteiro de entrevistas em todos os órgãos, com exceção do MDS, onde foram incluídas algumas perguntas específicas ao órgão tendo em vista seu caráter de coordenador nacional do benefício. Também foi feito um roteiro específico para as assessorias de comunicação dos órgãos visando identificar o grau de participação do mesmo na divulgação do BPC.

A análise qualitativa da pesquisa relacionou as informações obtidas através das entrevistas com o referencial teórico que fundamentou o trabalho. Para tanto, buscou-se classificar os canais de divulgação relatados pelos entrevistados de acordo com as estratégias de comunicação estabelecidas na literatura estudada, identificando também aspectos limitadores e facilitadores da divulgação do BPC na perspectiva dos respondentes. A análise dos dados obtidos mediante entrevista aos gestores do BPC das três esferas de governo foi conduzida a partir de técnicas de análise de dados qualitativos, segundo referencial teórico metodológico de Gibbs (2009). A análise foi realizada em etapas que, segundo Gibbs (2009),

possibilitam agrupar e obter conclusões acerca do objeto de estudo. Os dados foram categorizados em cinco grupos: Estrutura e competência de divulgação; Processo de divulgação; Equipe e Infraestrutura; Recursos e material de divulgação; Fatores facilitadores e dificultadores da divulgação. Após a codificação foi possível realizar comparações entre as entrevistas. Para tal fim, utilizou-se do método de comparativo de Gibbs (2009), por meio de tabelas comparativas. As tabelas comparativas “qualitativas são uma forma conveniente de mostrar o texto proveniente de todo conjunto de dados, de uma forma que facilita uma comparação sistemática” (GIBBS, 2009, p. 103). Essa técnica permitiu comparar relatos de pessoas diferentes sobre um mesmo assunto e estabelecer padrões. As comparações de caso a caso “ajudam a entender relações entre fatores, fenômenos, contextos, casos e, assim por diante. Com essa informação é possível construir um modelo de situação que identifique causas, estratégias, condições que intervêm, ações e consequências” (GIBBS, 2009, p. 115). Sendo assim, segue a apresentação dos resultados alcançados.

6. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Os resultados da pesquisa desenvolvida consolidam a análise comparativa dos relatos dos entrevistados⁴ e os conceitos e demais abordagens estudadas da literatura acerca da temática do presente trabalho, tendo sido organizados a partir de 03 (três) perspectivas: a) órgãos de gestão; órgãos de execução; c) assessorias de comunicação dos órgãos de gestão.

6.1 A estratégia de divulgação do BPC na perspectiva dos órgãos de gestão

6.1.1 Ministério do desenvolvimento social e combate á fome (MDS)

A pesquisa constatou que o MDS, por ser tratar do órgão Coordenador do BPC, o mesmo é o responsável pela produção e envio de material informativo e de divulgação, tais como: folders, cartilhas, folhetos, etc. aos demais entes federativos. Essa produção e envio se dá por meio da sua Assessoria de Comunicação. No entanto, não existe uma verba orçamentária destinada exclusivamente à divulgação do BPC, como acontece, por exemplo, com o Bolsa Família: “o BF nasceu como um programa de governo, ele tinha uma verba especial de divulgação diferente do BPC” (Respondente 1). Em virtude de decisões políticas de alocação orçamentária, no caso do BPC, o que se constatou é que “não existe um orçamento só pra ser usado com o BPC, é pra ser usado na política de assistência. Às vezes, se produz material específico pro BPC e, às vezes em conjunto como os demais benefícios”

(Respondente 1). O baixo recurso orçamentário também figurou na fala da Respondente 2: “tem, mas, muito pequeno” (Respondente 2). Com relação ao uso da grande mídia algumas considerações revelam que não se utilizam deste meio de comunicação, também, por fatores orçamentários.

Em termos da mídia de um modo geral são utilizadas todas as mídias, dentro dos recursos disponíveis do Ministério que, na verdade, é muito pouco para fazer contratação de mídia específica ou de publicidade. [...] A imprensa divulga ou não dependendo do interesse, nós, não somos, como por exemplo, o Ministério da Educação que tem uma reserva de espaço na mídia garantido. A área de assistência tem esse déficit de estar utilizando a grande mídia, para divulgação e informação pública. Então, a gente aproveita os espaços que são possíveis (Respondente 1).

No que tange a frequência do envio de material, o mesmo é enviado assim que é produzido. No caso de material de edições passadas, o envio é mediante demanda. Compete ao Sistema de Gestão do SUAS (DGSUAS) o envio de material a sociedade e demais órgãos do governo.

Todavia, chama atenção uma ressalva que foi colocada acerca do por que o BPC não é muito divulgado. Tal fato, se dá porque ele não é uma “política de governo, é uma política de Estado [...] isso, o porquê dá não divulgação. Não se faz propaganda e com isso se perde muito do valor do benefício” (Respondente 2). E, acrescenta, “na sua pesquisa você já deve ter percebido, isso, o porquê dá não divulgação. O que se esta tentando, hoje, é que os Estados via município façam essa divulgação” (Respondente 2). Quando questionado se a forma como divulgação do BPC ocorre é suficiente para dar ciência aos potenciais beneficiários acerca da existência do mesmo, houve divergências entre as entrevistadas. Na visão do Respondente 2, acredita-se que não, pelo fato de ainda existirem muitas pessoas que desconhecem o benefício. Como revela o relato, a seguir:

É igual eu te falei, você, vai viajar conversa com uma pessoa do seu lado e, ela nunca ouviu falar. A gente fica surpresa. Mas é aquilo, você, conhece muito bem daquilo que você trabalha. Daí, você se surpreende e daí você vê que realmente precisa divulgar. Daí, você, vê que não é uma ou outra pessoa em um determinado lugar, são em todos os lugares. Então, há necessidade, sim, de maior divulgação porque as pessoas, infelizmente, não conhecem. É um programa fantástico que não tem um viés de apadrinhamento (Respondente 2).

O Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS) “entende” a estratégia de divulgação do BPC como produção de material informativo (cartilhas, folders, campanhas, etc.), treinamento e/ou capacitação dos profissionais ligados ao setor da assistência, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

Então, hoje eu posso entender que a estratégia do BPC são algumas campanhas, folders, cartilhas, capacitação de técnicos para difundirem na ponta, e a utilização de espaços públicos. O BPC não é divulgado na mesma quantidade que o BF porque ele tem outro apelo até mesmo para a sociedade, ele alcança um número muito maior de pessoas ele não é direcionado a um público tão específico a dois segmentos igual ao BPC (Respondente 1).

6.1.2 Secretaria de estado de desenvolvimento social (SEDESE)

No Estado de Minas Gerais, quem responde pela área da assistência é a Secretaria de Estado de Desenvolvimento Social (SEDESE). Foi constatado na pesquisa que a SEDESE não produz material de divulgação acerca do BPC; somente encaminha o material recebido do MDS.

Quando questionado se a forma como divulgação do BPC ocorre é suficiente para dar ciência aos potenciais beneficiários da existência do mesmo, verificou-se que, na visão da SEDESE, que sim, em razão da atuação do CRAS junto ao público-alvo. Como demonstra o relato a seguir: *“o público alvo do BPC é também o público demandatário dos serviços ofertados no CRAS. Portanto, a divulgação é permanente e bem próxima”* (Respondente 3).

A SEDESE não conjuga como sua função e/ou atribuição, prioritária, a divulgação do BPC e, sim, como um suporte quando demandado pelos municípios: *“a divulgação do benefício é uma ação executada pelos municípios e vinculada ao INSS local. [...] quando há uma atividade específica de mobilização nos municípios o Estado é um parceiro no momento das divulgações”* (Respondente 3). Mediante isso, é possível concluir que na SEDESE não existe nenhum tipo de estratégia de divulgação institucional e planejada referente ao BPC. O que se constatou foi à atuação no sentido de fornecer capacitações e treinamentos para os municípios no que tange a aspectos da política de Assistência Social, de modo geral.

Ressalta-se que, a Esfera Estadual, não destina recursos a serem utilizados especificamente na divulgação do BPC. O Estado destina recurso para os municípios, mas cabe ao gestor decidir sobre a utilização. *“O Estado co-financia os municípios por meio do Piso Mineiro de Assistência Social, em que o gestor opta em aplicá-lo nas ações de proteção básica e especial”* (Respondente 3). Cabe ressaltar, que o Estado não recebe, do MDS, recursos (orçamento) específicos a serem utilizados com o BPC e, sim, para a gama de serviços e programas assistências sobre responsabilidade da gestão do Estado. Como se pode constatar no relato a seguir,

Não, no que se refere ao BPC, exclusivamente. Porém, o recuso federal repassado ao Estado destina-se também para divulgação em geral que ocorrem por meio do nosso Curso Telepresencial, Boletins Informativos, site e e-mail institucional. (Respondente 3).

6.1.3 Secretaria municipal adjunta de assistência social (SMASS)

No município de Belo Horizonte, quem responde pelo Setor da Assistência é a Secretaria Municipal Adjunta de Assistência Social (SMAAS). A SMAAS assimila como inerente a sua função e/ou atribuição à divulgação do BPC. Segundo a entrevistada, “penso que a responsabilidade é de todos. Do governo federal, governo local, técnicos, conselhos de direito e sociedade civil” (Respondente 4).

Entretanto, mesmo dispondo do entendimento que a SMASS possui atribuições e competências com relação à divulgação do BPC ao público-alvo e a sociedade de modo geral, a mesma não produz material informativo acerca do benefício. Embora dispondo de setores de comunicação social e assessoria de comunicação na instituição, o único material informativo sobre o BPC que dispõe é quando recebe do MDS. Os materiais que são produzidos internamente dizem respeito aos demais serviços e programas assistenciais de cada órgão. “Cada gerência é responsável pela produção de materiais informativos para lançar algum serviço. Nenhum órgão publica material sobre o BPC para distribuição” (Respondente 4).

A secretaria utiliza-se da atuação de profissionais dos órgãos junto ao público dos serviços/ programas/ projetos para divulgarem os benefícios socioassistenciais de modo geral. Conforme relato da entrevistada “ a divulgação faz parte oferta de serviços que atendem ao público da assistência social. Não existe estratégia diferenciada para atender os candidatos a esse benefício” (Respondente 4).

Visando entender se a estratégia de divulgação sofreu alterações, questionou-, se: Desde o início do BPC, em 1996, até hoje, houve alguma mudança nas atribuições e/ou funções destinadas ao órgão no que se refere ao BPC? E especificamente no que se refere à divulgação do Benefício? A resposta, por parte da SMAAS, foi que não ocorreram mudanças. Parte, em razão do fato de não haver uma legislação específica que defina como deve ser feita a divulgação do BPC por intermédio dos órgãos participantes da política de assistência social. Conforme demonstra o relato, a seguir:

A legislação vem sendo alterada para se adequar aos avanços da assistência social e a dinâmica da sociedade. Uma vez que não existe nenhuma legislação que trata da divulgação, não houve nenhuma alteração nesse sentido. Uma vez que o benefício transversaliza a assistência, a divulgação faz parte da rotina de trabalho (Respondente 4).

6.1.4 INSS- coordenação municipal

Também na esfera municipal encontra-se a Coordenação do Serviço Social do INSS responsável pela gestão do BPC em Belo Horizonte. Ressalta-se que é um órgão ligado

diretamente a Esfera Federal, mas, com atribuições de coordenação municipal. O INSS é responsável pela operacionalização do BPC no município. Constatou-se na pesquisa que, com relação ao modo como ocorre à divulgação do BPC para a sociedade, na visão da entrevistada, a divulgação acontece por intermédio da atuação de profissionais da rede socioassistencial, principalmente dos CRAS, hospitais e postos de saúde.

É de boca em boca, um trabalho de formiguinha, constante, dos técnicos que atuam na rede socioassistencial. Principalmente, profissionais do serviço social e médicos que estão nos hospitais, nos centros de saúde, nos CRAS, nas ONG's, Sociedade São Vicente de Paula, por exemplo, sempre esta divulgando. Isso faz parte da formação do assistente social, independente, de trabalhar na saúde, na assistência, na prefeitura ou na previdência. Uma das minhas tarefas e conhecer o que existe e ofertar. Cabe à pessoa querer aquilo ou não, mas, dizer que aquilo existe, me cabe. Cabe ao profissional saber dos serviços/programas e recursos e informar ao cidadão (Respondente 5).

O INSS-Coordenação assimila como inerente a sua função e/ou atribuição à divulgação do BPC. Destaca-se que no, caso deste, há o entendimento que não só cabe ao órgão divulgar quanto a todos demais que fazem parte da política de assistência social possibilitando, assim, a ampliação da inclusão de beneficiários ao programa.

No que tange ao modo como se configura a estratégia de divulgação por parte do órgão e, quais os meios de divulgação utilizados, para promoção do BPC. O órgão utiliza-se da atuação de profissionais do próprio órgão junto ao público dos serviços/ programas/ projetos para divulgarem os benefícios socioassistenciais de modo geral, “[...] nosso trabalho é justamente divulgar o BPC. Ainda que a gente não trabalhe com palestra para o usuário, nossa tarefa é passar o entendimento da política de assistência social” (Respondente 5).

6.2 Estratégias de divulgação do BPC na percepção dos órgãos de execução

6.2.1 Órgãos da área da saúde: posto de saúde João Pinheiro e Hospital das Clínicas (HC)

No que se refere aos órgãos que entram em contato face a face com beneficiários e possíveis beneficiários do BPC, a pesquisa constatou que, por se tratarem de órgãos que lidam diretamente com o público-alvo, o principal meio de divulgação não poderia ser outro que o contato face a face durante o processo de atendimento dos profissionais. Contudo, os profissionais têm ciência que ainda existe muita gente que, ainda, não sabe do BPC. No caso do HC, o público a ser atendido é bem maior que o contingente de assistentes sociais – já que poucos médicos e enfermeiras conhecem o BPC. Então, por mais que divulguem, não

conseguirão alcançar a todos. Dos internados no hospital, uma margem de 80% não conhece o BPC, mas é possível que esse número seja bem maior, como pode ser observar no relato, a seguir:

Tem setores que tem 100 leitos somados os acompanhantes, então, não dá para irmos a todos os leitos. Mas, às vezes outros pacientes escutam o que estamos conversando e passam pro outros. [...] De todos os pacientes que estão internados aqui, hoje, eu diria que 50%, não conhece. Talvez uns 80%, e estou deixando uma margem de 20% que sabe do BPC, mas, tendo ciência que esse número está muito grande (Respondente 6).

A despeito de se utilizarem dos profissionais para divulgação do BPC, esta não se configura como sendo uma estratégia de divulgação institucional, planejada, formulada pelo setor da saúde ou até mesmo pela esfera municipal, já que não foram encontradas normas e orientação dos próprios órgãos acerca de os incentivarem a promoção do BPC seja no âmbito de atuação ou na comunidade local. Os cursos e capacitações por parte da área da saúde dizem respeito a assuntos gerais. As palestras e cursos, por parte do INSS, órgão operacionalizador do benefício, são escassos sendo que as mesmas acontecem mais por demanda do que por uma programação sistemática de intercâmbio entre as instituições. Diante disso, quem orienta a divulgação do BPC aos pacientes está mais atrelado aos profissionais atuantes no cargo do que a gestão do hospital ou orientação municipal tanto da assistência social quanto da área da Secretaria de Saúde. As entrevistas afirmam que,

as capacitações que acontecem no hospital são gerais nada específico da área da assistência social. Nós entramos em contato como INSS eles vem e capacitam. A indicação de divulgar, o BPC, para as pessoas é passada de um funcionário pra outro. E quando chega alguém novo, ou muda de setor, o profissional antigo orienta acerca de como deve ser sua atuação profissional (Respondente 6).

Um grupo de assistentes sociais da regional Venda Nova fez contato com assistentes sociais do INSS Agência Venda Nova que se propuseram a dar um curso sobre benefícios previdenciários em geral, aonde foi abordado o BPC; o fato ocorreu há anos atrás, o curso foi ministrado com bastante empenho, contudo, é uma pena não ocorrer com regularidade (Respondente 7).

6.2.2 Órgãos de execução da regional venda nova

Na pesquisa foi possível verificar que o órgão de execução da Regional Venda Nova, por se tratarem de órgãos que lidam diretamente com o público-alvo, assim como os órgãos da área da saúde o principal meio de divulgação utilizado não poderia ser outro que o contato face a face durante o processo de atendimento dos profissionais. Observou-se que nesses casos a divulgação do benefício acontece não só dentro dos órgãos, mas em palestras e visitas a comunidade. No caso do INSS Venda Novas, as assistentes sociais, realizam visitas as pessoas internadas em hospitais e casas de repouso. Contudo, as visitas a comunidades

carentes, por intermédio de pedidos da associação de moradores, não é uma tão ação frequente quanto gostariam os profissionais. Pois, por ser tratarem de trabalhadores o melhor horário para palestras seria, no período da noite, e a instituição não fornece o suporte para que as assistentes façam palestras no período noturno. Transformando, assim, a divulgação nessas localidades num processo um tanto quanto informal pelo fato de não haver uma rotina de visitação as comunidades que procuram por palestras e/ou orientação, como demonstra o relato, a seguir:

Então, o que acontece via de regra, é que a maioria das palestras é na parte da manhã e, as pessoas não querem, preferem a noite. O que acontece é que o INSS não dá apoio pra gente, sabe, então você vai por sua conta e risco. Hoje, eu, não faço isso mais, nós não temos um apoio de estrutura institucional. Essa divulgação não está estabelecida em rotinas, fica parecendo até um caráter informal, sendo por conta e risco das assistentes, e eu, não faço isso mais (Respondente 8).

Entretanto, do mesmo modo que os profissionais da área da saúde, os entrevistados têm ciência de muitas pessoas que ainda não sabem da existência do BPC. Pois, ao serem questionados: Em sua opinião, a forma como divulgação do BPC ocorre é suficiente para dar ciência aos potenciais beneficiários da existência do mesmo? É unânime entre os respondentes que não. Pois, avaliam a divulgação como falha e defasada, e que não atinge a todos que poderiam estar recebendo, inclusive pessoas portadoras de doenças crônicas graves. Como atestam as próprias entrevistadas,

É falha, tem muita gente que poderia estar recebendo e não está. Principalmente, os que mais precisam pessoas com doenças crônicas, AVC, câncer e, coisas assim; que não são as deficiência “clássicas”. Quando a pessoa nasce com deficiência é culturalmente divulgado que essa pessoas tem direitos. Mas, quando é uma doença de característica diferenciada, tipo doença mental, ou uma doença crônica grave, não tem esse conhecimento do direito ao BPC (Respondente 8).

Eu acho, que o modo como ocorre a divulgação, de boca em boca, ou através dos profissionais da rede é muito deficiente, fica muito defasado. Muita gente que poderia estar sendo beneficiário não é atingido (Respondente 10).

Objetivando entender se as funções e/ou atribuições dos órgãos com relação à divulgação do BPC sofreram alterações desde sua implantação, questionou-se: Desde o início do BPC, em 1996, até hoje, houve alguma mudança nas atribuições e/ou funções destinadas ao órgão no que se refere ao BPC? E especificamente no que se refere à divulgação do Benefício? Por meio do qual foi possível aferir que não, o que mudou foram atribuições ligadas ao formato do BPC, no que diz respeito à divulgação, não há registro de que havia ou há uma normativa acerca do modo como devem proceder, como ressaltou a entrevistada, “agora... falar que tem uma regra saída de Brasília, falando que vocês vão trabalhar tanto dias com divulgação, não tem. Essa “logística” não tem” (Respondente 9). Segundo relatos, o que

foi possível detectar é que a divulgação do BPC, no caso do INSS Venda Nova, em seu início, foi bastante ampla e intensa, o órgão dispunha de bastante material de divulgação.

6.3 Estratégias de divulgação do BPC na perspectiva das assessorias de comunicação dos órgãos de gestão

No MDS, quem responde pela assessoria de comunicação é a ASCOM, conforme declaração da assessoria, a estratégia de divulgação do BPC utiliza-se, principalmente, de comunicação de massa, e destaca a primazia que é dada, ao uso do rádio, e a produção de material, mas também, utilizam-se da comunicação direta e segmentada, contudo, em menor frequência. Os recursos utilizados pra divulgação do BPC advêm do orçamento da Secretaria Nacional de Assistência Social. Os materiais que são produzidos, pela ASCOM, compreendem folders, cartilhas e manual operacional, com uma periodicidade, em média, de três vezes por ano. Quando questionado se a assessoria recebe ou segue alguma norma ou determinação do modo como deve ser feita a divulgação do BPC para a população, foi declarado que “a Ascom procura seguir as normas de divulgação destinadas ao público atendido pelos dois programas (BPC, Bolsa Família” (Respondente 11).

Na SEDESE, conforme relatos apurados na pesquisa, não existe uma estratégia de divulgação específica para o BPC o mesmo é divulgado em conjunto com as demais ações da Subsecretaria Municipal de Assistência Social. A SEDESE divulga o BPC, unicamente, por meios de comunicação de massa, ou seja, por intermédio do site institucional, portal de notícias do Governo de Minas, jornais, rádio e TV. Ressalte-se que quando questionado se a assessoria recebe ou segue alguma norma e/ ou determinação do modo como deve ser feita a divulgação do BPC, para a população, por intermédio da atuação do órgão, foi declarado que não, que “a divulgação é feita dentro dos padrões da secretaria (release para toda a imprensa)” (Respondente 12). Demonstrando assim, que o órgão não recebe nenhuma orientação do MDS acerca do modo como deve proceder na divulgação (promoção) do BPC aos municípios.

Na SMASS, conforme declaração da assessora de imprensa, o BPC é divulgado em conformidade com os demais benefícios da Política Nacional de Assistência Social, por meio de comunicação direta, por intermédio da atuação dos profissionais do CRAS, CREAS, e Plantão Social e por meio da divulgação no Diário Oficial, site institucional e imprensa do município. Entretanto, foi ressaltado, que a “divulgação específica do BPC deve ficar a cargo das ações do Governo Federal” (Respondente 13). Outro ponto destacado, pela entrevistada, é que o órgão não recebe recurso federal nem estadual para utilizar na produção de material de

divulgação e informativo do BPC. Quando questionado se a assessoria recebe ou segue alguma norma ou determinação do modo como deve ser feita a divulgação do BPC, foi declarado que “nunca receberam nenhuma instrução, nesse sentido” (Respondente 13). Um ponto, importante a ser destacado, é que quando questionado: Por que o BPC é bem menos divulgado na grande mídia (TV, rádio e jornais de grande circulação) do que o BF, Brasil sem Miséria e outros programas de governo? Isso ocorre por causa de verbas orçamentárias ou porque a estratégia de divulgação desses programas é diferente? Foi, novamente, ressaltado que o BPC diz respeito a um direito constitucional e o BF um programa de governo, que se utiliza da ampla divulgação na mídia como um instrumento de legitimação do benefício á sociedade, como pode ser observado no trecho, a seguir,

as estratégias de divulgação são as mesmas. O que ocorre é que o BPC está previsto na Constituição de 1988 e foi regulamentado pela Lei 8.742 de 7 de dezembro de 1993. São 3,7 milhões de pessoas atendidas com pagamento de um salário mensal e têm orçamento maior do que o do Bolsa Família. Previsão orçamentária do BPC para 2013 é aplicar 31 bilhões. O Programa Bolsa Família, que atende 13,9 milhões de famílias, enfrentou fortes críticas desde o início e houve necessidade de uma divulgação intensa para mostrar o funcionamento do programa, as ações implantadas para unificar cadastros, atualizar informações e monitorar as contrapartidas nas áreas de educação e saúde (Respondente 11).

A pesquisa constatou ainda que, no INSS-coordenação, o BPC é divulgado em conjunto com os demais benefícios previdenciários. O benefício é divulgado tanto por meio da comunicação direta, por intermédio da atuação dos profissionais das agências de bairro quanto por comunicação e campanhas internas utilizando de cartazes, fly e palestras, quanto mediante comunicação de massa (rádio e tv). Quando questionado se a assessoria recebe ou segue alguma norma ou determinação do modo como deve ser feita a divulgação do BPC para a população por intermédio da atuação do órgão, foi declarado que não. O órgão não recebe recursos de cunho federal a ser usado na produção de material de divulgação do benefício. E, também não recebe material de divulgação do BPC produzido pelo MDS. Com relação à produção de material, por parte do INSS, foi declarado que “o órgão produz material de campanha comercial (mídia e massa), a assessoria produz material específico para atender demandas regionais e locais” (Respondente 14).

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Benefício de Prestação Continuada (BPC) é um dos poucos, se não o único, que disponibiliza um salário mínimo a idosos e deficientes físicos. Sendo assim, conforme pesquisas do IPEA (2010) e demais pesquisas de mesma natureza, o mesmo consegue incidir

de forma direta na redução da extrema pobreza. O fato de o benefício constar na Constituição de 1988, em seu artigo 203, demonstra, a importância do BPC como instrumento de inserção dos mais vulneráveis, físico e economicamente, no Sistema Brasileiro de Proteção Social (SBPS). Entretanto, para que tais fatos ocorram, primeiramente, é necessário que as pessoas quem possuam direito ao benefício saibam da existência do mesmo.

Conforme os relatos dos gestores entrevistados no MDS, INSS-Coordenação, SEDESE e SMAAS (Prefeitura de Belo Horizonte) conclui-se que desde a implantação do Benefício, em 1996, até hoje, não foram constatadas estratégias institucionais, planejadas e construídas de forma articulada com todos os órgãos envolvidos com o BPC para se divulgar com efetividade o benefício ao seu público-alvo. De outro lado as entrevistas com os executores do BPC no INSS-Venda Nova, CRAS-Lagoa, CRAS-Plantão Social de Venda Nova, Posto de Saúde João Pinheiro e Hospital das Clínicas revelaram que existe uma iniciativa pessoal, inerente da própria formação profissional, dos profissionais da rede socioassistencial no intuito de esclarecer sobre o benefício. Essa iniciativa foi identificada também no resultado dos questionários aplicados aos beneficiários deficientes, que afirmaram em quase sua totalidade ter tomado ciência sobre o BPC por intermédio de um profissional da rede socioassistencial.

Na presente pesquisa, ao se indagar sobre a existência de uma estratégia de comunicação para o BPC, teve-se como foco a estratégia institucional e planejada pela qual, a partir de um agente coordenador, são oferecidas as condições informacionais e de infraestrutura adequadas para sua operacionalização, bem como são articuladas iniciativas integradas de envolvimento de todos os atores para objetivos comuns. Contudo, verificou-se na pesquisa a estratégia de divulgação do BPC consistiu, basicamente, da produção de folders, cartilhas, folhetos, etc. e, treinamento dos profissionais da área. O fato de não existir verba orçamentária que seja destinada exclusivamente a divulgação do BPC e, sim, em conjunto com os demais programas, poderia contribuir para a situação ora apresentada.

A pesquisa evidenciou nos relatos de alguns respondentes a inexistência de norma e/ou orientação do MDS, acerca do modo como deve ser feita a divulgação do benefício. Esses relatos sinalizam a falta de articulação e de integração de alguns órgãos com o MDS no que tange a uma possível estratégia institucional, planejada, para a divulgação do BPC.

Se de um lado os gestores dos órgãos coordenadores do BPC no governo federal, estadual e municipal retrataram uma realidade onde a divulgação do BPC acontece de forma espontânea e desintegrada não configurando a existência de uma estratégia institucional,

planejada, de divulgação do benefício, a pesquisa pode também apurar a percepção dos respondentes de uma das nove regionais da Prefeitura de Belo Horizonte. Na perspectiva dos profissionais da Regional Venda Nova que lidam diretamente com o público alvo do benefício não se configura de forma clara uma estratégia de divulgação institucional, planejada, com resultados efetivos para a divulgação do BPC. Também na visão das assessorias de comunicação das três instâncias de governo não se detecta nenhuma orientação institucional no que tange ao modo como deva ser realizada a divulgação do BPC. O que fazem é agir de acordo com demanda dos órgãos. Contudo, foi constatada na pesquisa a utilização dos meios de comunicação de massa (releases, notas em jornais, tv ou rádios) no uso da divulgação do benefício. Somente a Assessoria de Comunicação do MDS, ASCOM, produz material de divulgação do BPC. Essa iniciativa indica ações desarticuladas evidenciando mais uma vez a falta de uma estratégia institucional, planejada, de caráter integrador.

Com o objetivo de provocar novos trabalhos dentro desta temática, outras pesquisas proporcionariam uma visão mais abrangente. Além disso, a produção de trabalhos acadêmicos e de cunho científico contribuiria para ampliar a discussão temática desenvolvida neste artigo acerca da divulgação e das estratégias de comunicação atreladas ao BPC, que ainda se apresentam escassos, em decorrência da pouca literatura acadêmica existente sobre o tema. Tendo em vista que o benefício utiliza recursos públicos, não se pode tratar um benefício dessa natureza sem a devida atenção. Por fim, a formulação de estratégias de divulgação e de publicização adequadas ao perfil do público-alvo do BPC possibilitaria o aumento da cobertura do benefício entre o público elegível.

REFERÊNCIAS

BATISTA, Anália Soria et AL. **Os idosos em situação de dependência e a proteção social no Brasil**. 2009. IPEA. Texto para discussão 1402. Disponível em <http://www.ipea.gov.br/sites/000/2/publicacoes/tds/td_1402.pdf> Acesso em 15 de julho de 2010.

BRASIL. Lei 8.742, de 7 de dezembro de 1993. Dispõe sobre a Assistência Social e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, 3 de dez. 1993.

BRASIL. Decreto 6.214, de 26 de setembro de 2007. Regulamenta o benefício de prestação continuada da assistência social devido à pessoa com deficiência e ao idoso de que trata a Lei 8.742, de 7 de dezembro de 1993, e Lei 10.741, de 1 de outubro de 2003, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, 28 de set, 2007.

BRASIL. **Lei Orgânica da Assistência Social. n.º 8.742/1993**

CAVENAGHI, Suzana. **A contribuição das políticas públicas na recente redução da pobreza e das desigualdades no Brasil.**2011. Disponível em <[www.http://cienciapolitica.servicos.ws/abcp2010/arquivos/9_6_2010_17_23_42.pdf](http://cienciapolitica.servicos.ws/abcp2010/arquivos/9_6_2010_17_23_42.pdf)>. Acesso em 10 de dezembro de 2012.

GIBBS, Graham. **Análise de dados qualitativos.** Porto Alegre: Artmed, 2009. Coleção Pesquisa Qualitativa.

IPEA. **Seguridade Social. Edição Especial. Políticas Sociais: acompanhamento e análise.** Edição Especial, n. 13, 2007. Disp. Em : www.ipea.gov.br/sites/000/2/publicacoes/bpsociais/bps_13/BPS_13_completo.pdf> Acesso em 19 de julho de 2010.

IPEA. **Políticas Sociais: acompanhamento e análise.** Edição, n. 16, 2008. Disp. em <http://www.ipea.gov.br/sites/000/2/publicacoes/bpsociais/bps_16/BPS_16_Completo.pdf> Acesso em 24 de julho de 2010.

IPEA. **Políticas Sociais: acompanhamento e análise.** Edição Especial, 2007. Disp. <www.ipea.gov.br/sites/000/2/publicacoes/bpsociais/bps_13/BPS_13_completo.pdf> Acesso em 24 de julho de 2010.

JACCOUD, Luciana; CARDOSO, José Celso Jr. **Questão social e políticas sociais no Brasil contemporâneo.** Brasília: IPEA, 2009 (reimpressão).

LOBATO, Lenaura de Vasconcelos Costa *et. al.* Avaliação do Benefício de Prestação Continuada. CAP. 10. **In: Avaliação de políticas e programas do MDS: resultados: Bolsa Família e Assistência Social.** / Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome; Secretaria de Avaliação e Gestão da Informação – Brasília, DF: MDS, SAGI, 2007.

MDS. **Cartilha BPC- Benefício de Prestação Continuada da Assistência Social.** 2011. Disponível em <www.mds.gov.br> Acesso em 23 de março de 2012.

MDS. **Avaliação de Política Programas e do MDS- Resultados. Volume 2-Bolsa Família e Assistência Social.** Ministério do Desenvolvimento Social e Combate a Fome. Brasília, 2010.

NICOLAU, Isabel. **O conceito de estratégia.** INDGE/ ISCTE. Lisboa, Set. de 2011.

OLIVEIRA, Ana Carolina de. **ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DO BENEFÍCIO DE PRESTAÇÃO CONTINUADA (BPC): o caso de Belo Horizonte.** Dissertação (Mestrado em Administração Pública) Escola de Governo Paulo Neves de Carvalho, Fundação João Pinheiro, Belo Horizonte, 2013.

SANTOS, Wederson Rufino dos. **Deficiência e BPC: o que muda na vida das pessoas atendidas?** Ciência & Saúde Coletiva, 16(Supl. 1):787-796, 2011.

VOX POPULLI,2009.**In:DULCI, Otávio Soares. BOLSA FAMÍLIA E BPC: A formação de uma agenda governamental de avaliação.** Texto disponível em <http://www.sinteseeventos.com.br/bien/pt/papers/otavio SoaresdulciBOLSAFAMILIAEBPC.pdf> > Acesso em 30 de março de 2011.

NOTAS

¹ Trabalho apresentado no XXXVII ENANPAD, 2013. Rio de Janeiro.

² ESCOLA DE GOVERNO DA FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO. Mestre em Administração Pública (2013) pela Fundação João Pinheiro/MG, Graduada em Ciência Sociais pela Puc Minas (2010). Endereço profissional: Edifício Minas - 14º andar Rodovia Pref. Américo Gianetti, nº4143. Bairro: Serra Verde, Belo horizonte / MG. CEP: 31630-900. E-mail: ana.carolina@social.mg.gov.br

³ ESCOLA DE GOVERNO DA FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO. Doutora em Ciência da Informação pela Universidade Federal de Minas Gerais (2002). Mestre em Ciências e Técnicas Nucleares pela Universidade Federal de Minas Gerais (1994). Bacharel em Administração de Empresas pelo Centro Universitário UNA (1988) e em Engenharia Elétrica - Sistemas Eletrônicos pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (1989). Atualmente é Pesquisadora em Ciência e Tecnologia da Escola de Governo Professor Paulo Neves de Carvalho da Fundação João Pinheiro. E-mail: sduf@uol.com.br

⁴ Os relatos encontram-se em seu formato original de modo a não comprometer sua veracidade. Somente algumas alterações de ortografia foram realizadas.