

# ABORDAGENS TEÓRICAS E PRÁTICAS EM PESQUISA

COORDENADORES

Patricia Biegging

Raul Inácio Busaello

ISBN 978-85-7221-363-9

2025

*Maurício João Vieira Filho*

## COMUNICAÇÃO NO FORTALECIMENTO DAS POLÍTICAS SOCIAIS E DOS DIREITOS HUMANOS:

MÍDIAS E CIDADANIA NO BRASIL

**RESUMO:**

Este texto nasce a partir de questões interdisciplinares entre Comunicação e Serviço Social que guiaram uma disciplina que ministrei. Tenho como objetivo discutir as tensões e as aberturas da comunicação no fortalecimento das políticas sociais, bem como as possibilidades da comunicação popular na construção da cidadania na atualidade brasileira. Para tanto, assumo uma escrita reflexiva-ensaística, que avança com discussões sobre as mídias e os processos de constituição da realidade e, em seguida, com as aberturas para a comunicação popular.

**Palavras-chave:** comunicação; políticas sociais; mídias; cidadania; Brasil.

## INTRODUÇÃO

A comunicação é uma ação cotidiana e presente em todos os momentos da realidade (França; Simões, 2016). Essa palavra polissêmica, com raízes etimológicas que remetem a um ato de compartilhamento, tem como significados dicionarizados acepções que se direcionam a um ato de linguagem oral, escrita ou gestual de transmissão de uma mensagem de um polo a outro, ou seja, de um emissor para um receptor (Comunicação, 2024). Essa perspectiva de transmissão, embora questionável na atualidade, ainda prevalece no entendimento do senso comum e ancorou um conjunto de estudos basilares para a gênese das teorias da comunicação, como a teoria hipodérmica que pensava em uma relação passiva dos sujeitos que estariam sendo introjetados por mensagens, ou o modelo de Harold Lasswell que esquematizava a comunicação em uma via de mão única entre o emissor dizendo algo e o receptor que foi atingido e teve consequências em sua realidade. Essa perspectiva constitui, como explica Vera França (2001), um paradigma informacional orientado pela transmissão de mensagens e seus efeitos, tornando a comunicação um processo mecânico e esquematizado em uma instrumentalidade.

À medida que os estudos no campo foram avançando, criou-se uma produção de conhecimento sobre os processos comunicativos que superou essa matriz simplificada e passou a entendê-los como ações imbuídas por trocas simbólicas entre interlocutores, constituídas pelos contextos, por estruturas e por relações de poder que complexificam as interações em percursos com permanente movimento e atualização (França, 2001). Nesse sentido, vale trazer ao centro das discussões as palavras de Luís Mauro Sá Martino e Ângela Marques (2015, p. 18), que evidenciam que “comunicar exige o estabelecimento de um quadro comum de sentidos, uma interface porosa que permite o encontro de subjetividades, de experiências,

pontos de vista” Logo, envolve práticas que ocorrem em um contexto específico por meio da linguagem. Ou como disse Paulo Freire (1984, p. 45), “[...] implica numa reciprocidade que não pode ser rompida”.

Esse processo comunicativo deve ser entendido como “[...] algo vivo, dinâmico, instituidor — instituidor de sentidos e de relações, lugar não apenas onde os sujeitos dizem, mas também assumem papéis e se constroem socialmente; espaço de realização e renovação da cultura” (França, 2001, p. 16). Essa base conceitual amplifica o entendimento da comunicação como um fenômeno envolto e composto por contextos, linguagens, sujeitos e dispositivos, em uma variabilidade que destaca a dinâmica relacional e múltipla (França; Simões, 2016). Tomar a posição informacional, que prevaleceu no século XX em razão de acontecimentos históricos que marcaram a constituição de entendimentos da realidade, restringe o modo como podemos ler e interpretar a realidade, simplifica a complexidade da vida e reduz a dinâmica a elementos pretensamente estáveis.

“A comunicação é um processo de globalidade, em que sujeitos interlocutores, inseridos em uma dada situação, e através da linguagem, produzem e estabelecem sentidos, conformando uma relação e posicionando-se dentro dela” (França, 2016, p. 158). Em outras palavras, é por meio da comunicação que ocorrem compartilhamentos capazes de produzir experiências e afetações, bem como estabelecer relações de alteridade. Vera França (2016) argumenta sobre as afetações dos produtos midiáticos em nosso cotidiano, instituindo desejos de consumo, representações para as coisas do mundo e sentidos para o dia a dia. Assim, pela comunicação, realidades podem ser criadas ao passo que sentidos são atribuídos. É o que Pedrinho Guareschi (2001, p. 14) suscita quando pensa como os poderes da comunicação se estabelecem, “[...] tanto porque pode criar realidades, como porque pode deixar que existam pelo fato de serem silenciosas”. Por esse motivo, em contextos de crescimento tecnológico, midiático e plataformizado, cujos processos de desenvolvimento são exponenciais e em escala contínua, os debates

sobre a democratização da comunicação na sociedade precisam ser apreendidos com atenção e rigor, uma vez que a tematização dos direitos e da cidadania está diretamente relacionada aos contextos que afetam a vida de todas as pessoas. No Brasil, por exemplo, existe uma concentração dos meios de comunicação que recrudescem as possibilidades de debates e reflexões em temáticas que podem ou não compreender a realidade social.

Com essas premissas, o objetivo deste artigo é discutir as tensões e as aberturas da comunicação no fortalecimento das políticas sociais, bem como as possibilidades da comunicação popular na construção da cidadania na atualidade brasileira. Em caráter reflexivo-ensaístico, o texto avança em momentos com discussões sobre as mídias e os processos de constituição da realidade e, em seguida, com as aberturas para a comunicação popular. Trata-se, de tal maneira, de um esforço ancorado ao campo científico da Comunicação, o qual permite aprofundar e estudar fenômenos sociais a partir de uma ótica focalizada nos processos de circulação e compartilhamento das informações, nos discursos e nas interações como pluralidade e movimento (França; Simões, 2016).

## MOTIVAÇÕES PARA ESTA PESQUISA

Tomamos como aposta o sentido freiriano para a comunicação, isto é, um ato entre pessoas que participam conjuntamente e produzem conhecimentos para o mundo. Por meio do diálogo, abrem-se meios para mudar a sociedade e tornar essa prática libertadora (Lima, 2021). Paulo Freire (1983, p. 44) nos disse que somos seres em relação e vivemos em processos de transformação, em que “a intersubjetividade ou a intercomunicação é a característica primordial deste mundo cultural e histórico.” O educador complementa que “o mundo humano é, desta forma, um mundo de comunicação”

(Freire, 1983, p. 44), no qual as relações entre sujeitos nos processos comunicativos participam do ensino-aprendizagem.

Foi com essa motivação que ministrei a disciplina “Comunicação Social”, ofertada para o curso de “Serviço Social” na Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), no segundo semestre de 2024 e no primeiro semestre de 2025. Como professor substituto, assumi um desafio momentâneo, em que me deparei com algumas questões que cruzaram meu processo formativo na Comunicação. Como fazer uma abordagem interdisciplinar e unir os processos cotidianos que compõem a formação dos estudantes de Serviço Social? Como evidenciar a centralidade da comunicação em todas as relações sociais? Em que medida podemos conectar esforços para a constituição de um pensamento comum e dialógico?

A ementa protocolar da disciplina era abrangente a tal ponto que poderia ser uma vantagem para escolher conteúdos e leituras atuais que dialogassem na interface entre os campos, ao mesmo tempo que poderia gerar dispersão. Para evitar esse problema, optei por um planejamento interdisciplinar que envolvesse Comunicação e Serviço Social, atentando-se para questões atuais em torno das mídias e das plataformas, assim como abrindo possibilidades por meio da comunicação popular.

## **MÍDIA, PLATAFORMAS E SOCIEDADE BRASILEIRA**

O mundo é repleto de realidades, e a vida cotidiana é a realidade comum compartilhada por nós. Muitas vezes, esta é vista como natural e inerente devido ao nosso estado de vigília na experiência ordinária. No entanto, devemos considerar que se trata de um processo de construção que ocorre por meio da linguagem, cuja função é central no processo de significação, permitindo organizar o momento presente e atribuir acepções a tudo. A realidade, por sua vez, transcende aquilo que está presente neste instante, admitindo

aproximações e distanciamentos em um par que rege a experimentação do cotidiano. Essa ponderação já nos leva a compreender que a minha realidade não é um evento isolado do mundo; ao contrário, estamos em interação e comunicação constantemente em um mundo comum (Berger; Luckmann, 2004).

Pedrinho Guareschi (2001) interpreta que a construção da realidade se dá por meio da comunicação, haja vista que vivemos em um mundo mediado por processos simbólicos e linguagens variadas. Paulo Freire (1984) também enfatiza que as realidades resultam de atos de linguagem que se dão na comunicação carregando marcas do pensamento e dos contextos. Um ponto fundamental ligado a essa lógica se refere ao poder sobre a significação, a representação e a possibilidade de enunciação da realidade que ocorre nas mídias (Guareschi, 2001). Quando nos atentamos ao cenário brasileiro, é perceptível como elas têm uma centralidade na vida da sociedade, na definição política, nas questões econômicas e nas construções das narrativas da história, conforme podemos observar a partir do levantamento realizado no Intervezes – Coletivo Brasil de Comunicação Social, por meio do Media Ownership Monitor Brazil 2017<sup>1</sup>, que salienta a concentração midiática em torno de alguns grupos, como Globo, Bandeirantes, Objetivo e Record. Em específico, o Grupo Globo forma um conglomerado com diferentes meios comunicacionais, como jornais, revistas, emissoras de televisão aberta e fechada e de rádio, gravadoras e mídias digitais, de ampla abrangência, lucratividade e conquista de públicos, sendo que, diariamente, atinge mais de 100 milhões de pessoas (Grupo Globo, [2024]).

Esse é um exemplo que ilustra como o cenário midiático brasileiro é crivado por um controle social composto por grupos

1 Os dados estão disponíveis para consulta em: <https://brazil.mom-gmr.org/br>. Acesso em: 15 jul. 2024. O mapeamento executado pelo coletivo representa um alerta social, ao passo que a sociedade precisa estar atenta ao modo como os processos comunicacionais midiáticos são desenvolvidos e controlados, os discursos que passam a desenvolver sentidos para a realidade dos indivíduos e as latências de tematizações importantes para a população.

privilegiados em concentrar os meios cujas operações ocorrem de forma hegemônica. Isso não significa que devemos associá-los ao contexto do paradigma informacional, como se fossem os únicos emissores que introjetam suas mensagens e seus conteúdos sobre nós em uma relação direta e verticalizada, mas, sim, aproximarmos do entendimento de que “os que detêm a comunicação chegam a definir os outros, definir determinados grupos sociais como sendo melhores ou piores, confiáveis ou não-confiáveis, tudo de acordo com os interesses dos detentores do poder” (Guareschi, 2001, p. 15). Um alerta semelhante foi realizado pelos conselhos federal e regionais do Serviço Social no Brasil que elaboram, continuamente, materiais sobre a necessidade da democratização da comunicação na sociedade e a busca por uma perspectiva dialógica apropriada para tematizar os direitos humanos de forma plena, ética e responsável. Na quarta edição do documento “Política Nacional de Comunicação CFESS-CRESS<sup>2</sup>”, as organizações se pautaram na questão da concentração midiática e evidenciaram como empresários e empresas familiares são detentoras de uma monopolização da comunicação no país<sup>3</sup>.

Desde que o Conjunto [CFESS e CRESS] incorporou o debate sobre comunicação e Serviço Social, reforçamos o coro de denunciar que o Brasil padece de uma estrutura de comunicação monopolizada, em que pouquíssimas e abastadas famílias são proprietárias de uma infinidade de veículos de comunicação, em uma estrutura chamada, na Comunicação Social, de ‘propriedade cruzada’. Isso significa que uma mesma pessoa é dona de emissoras de televisão, de rádio, de jornais e outras mídias, como portais de notícias. Essa situação foi se agravando ao longo

2 As siglas se referem ao Conselho Federal de Serviço Social (CFESS) e Conselhos Regionais de Serviço Social (CRESS).

3 Apesar de o quinto parágrafo do artigo 220 da Constituição Federal explicitar que “os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio” (Brasil, 1988), a conjuntura brasileira difere da lei, uma vez que detentores de outorgas de concessão pública possuem diferentes meios de comunicação em seus grupos empresariais.

de décadas, com a aproximação dessas famílias, donas das mídias, com grupos políticos e de fundamentalistas religiosos, dando espaço para uma pauta conservadora e antidemocrática, e contribuindo para eleger esses sujeitos para o Congresso Nacional (Comissão de Comunicação do CFESS, 2023, p. 13).

Incutido a isso, podemos refletir sobre o fortalecimento de determinadas perspectivas e a dominação dos meios comunicacionais que impactam o estabelecimento de significados culturais, os processos de subjetividade e as relações fundadas na sociedade. Lembra-nos Pedrinho Guareschi (2018, p. 138) que “quem detém a palavra, os meios de comunicação, está continuamente estabelecendo as definições e as conotações valorativas dos acontecimentos e das pessoas. Aqui a importância fundamental da leitura crítica da mídia”. Esse procedimento crítico se torna cada vez mais crucial, dado que não escapamos às mídias, conforme Roger Silverstone (2001) argumenta, nem mesmo conseguimos viver sem elas. A mídia faz parte de quem somos e nós fazemos parte dela, o que estabelece um conjunto de organizações para a vida social, a compreensão do mundo e a produção dos conhecimentos. “Ela filtra e molda realidades cotidianas, por meio de suas representações singulares e múltiplas, fornecendo critérios, referências para a condução da vida diária, para a produção e a manutenção do senso comum” (Silverstone, 2001, p. 20).

Todas essas questões sobre os controles das mídias são fundamentais quando sabemos que 88% dos domicílios brasileiros possuem acesso à TV aberta — apesar de ser um número em declínio, ainda assim representa uma expressiva porcentagem do território nacional. E que mais de 72 milhões de domicílios brasileiros, cerca de 92,5%, utilizaram internet em 2023, segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) Contínua divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)

(NERY, 2024)<sup>4</sup>. Logo, as mídias são centrais nas experiências, nas mediações e no consumo das pessoas, seja para fins de informação ou entretenimento, estabelece-se uma produção de significados, valores, conhecimentos e memórias.

Precisamos ir além e reconhecer as relações estabelecidas pelos avanços da internet nos processos comunicacionais. Em contextos de convergência midiática, como nos elucidada Henry Jenkins (2013) sobre os fluxos de conteúdos em interconexão que alteram a cultura, estamos envolvidos pelos serviços midiáticos e das plataformas digitais. Sobre estas, vale pensar desde o Google e suas abrangências nas atividades on-line, passando por aquelas destinadas ao consumo de alimentos e transportes, como *iFood* e *Uber*, até mesmo às maneiras de sociabilizar projetadas pelo Instagram. Esses inúmeros mecanismos ganharam projeção a partir dos anos 2010 e se articularam às práticas cotidianas da vida por meio de serviços, os quais são envoltos por camadas de algoritmos, políticas de regulamentação e lógicas lucrativas e comerciais (D'Andréa, 2020).

Um alerta efetuado pelos conselhos do Serviço Social aponta para uma problemática mais delicada que envolve pontos enevoados sobre regulamentações e qualidade nos ambientes digitais<sup>5</sup>, aspectos que exigem esforços críticos para o entendimento na matriz social.

Essa questão, que envolve esses grandes conglomerados internacionais de comunicação e os provedores e controladores da tecnologia da internet (representantes do capital), coloca em risco a distribuição da informação e o tráfego de conteúdo em um espaço virtual que deveria

4 Válido delinear que existem diferenças nas geolocalizações brasileiras, em termos de urbanidade e ruralidade, que impactam nos modos de consumo dos meios de comunicação, assim como a disponibilidade de sinal e técnica.

5 Recentemente, o Brasil foi palco de uma decisão importante para engatinhar um interesse mais aprofundado sobre a necessidade do debate em relação à regulamentação das plataformas digitais com a suspensão dos serviços da plataforma X, antigo Twitter, a partir da ordem do Supremo Tribunal Federal (STF), na figura do ministro Alexandre de Moraes. Essa decisão ocorreu em razão de a plataforma não indicar um representante oficial no país e descumprir decisões da justiça brasileira.

ser democrático. Controle que ocorre também nas redes sociais, que se dizem democráticas, mas possuem algoritmos que controlam se determinado conteúdo chegará a ser distribuído nesses espaços. [...] Ou seja, é na realidade brasileira de concentração da propriedade dos meios de comunicação e no desrespeito ao Marco Civil da Internet no Brasil (que deveria estabelecer princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil), que se impõe o desafio de inserção da voz e das lutas do Serviço Social, essencialmente contrárias aos interesses capitalistas, e sim na defesa de uma sociedade livre e radicalmente democrática (Comissão de Comunicação do CFESS, 2023, p. 14-15).

Como se nota, no Brasil, esse debate caminha a passos lentos e requer trabalhos contínuos para o entendimento das dimensões das plataformas, seus avanços e suas atualizações, bem como os impactos causados nas políticas sociais. Vale lembrar que são nesses espaços digitais que os fluxos das mensagens são disseminados em velocidades aceleradas ao passo de não haver controle dos alcances e dos efeitos causados. Em contextos de desinformação crescente e avolumamento de conteúdos audiovisuais, a comunicação deve ser objeto de leituras críticas, uma vez que já sabemos que a digitalização das mídias e plataformas alterou a conjuntura social e se consolida com processos imbuídos por interesses capitalistas, jogos de poder e definições de significados.

Carlos D'Andréa (2020, p. 22) esclarece que, "de fato, a concentração de mercado, a dificuldade de se discutir regulações, a opacidade das mediações algorítmicas e o avanço de práticas tóxicas e de intolerância são algumas das tendências que, neste final dos anos 2010, são problemas sem uma solução aparente". Embora seja um contexto capitalista capaz de nos desanimar pela concentração de meios e poder, da coleta de dados e dos infundáveis conteúdos gerados e consumidos a todo instante, há tentativas de resistência — que avançaremos na seção seguinte. Nesse sentido, Pedrinho Guareschi (2018) nos indica um duplo movimento que deve ser conduzido

concomitantemente, quer dizer, devemos ter uma análise aprofundada das mídias e de quem possui amplo poder para comunicar e disseminar (des)informações<sup>6</sup> na atualidade, assim como entender as formas de resistência que podem ser executadas como crítica ao hegemônico e capazes de abrir horizontes ao diálogo crítico.

## COMUNICAÇÃO POPULAR ENTRE TENSÕES E ABERTURAS DE HORIZONTES PARA AS POLÍTICAS SOCIAIS E OS DIREITOS HUMANOS

Como aponta Vera França (2001, p. 16), a comunicação deve ter “atenção à presença de interlocutores, à intervenção de sujeitos sociais desempenhando papéis, envolvidos em processos de produção e interpretação de sentidos — mais do que simples emissores e receptores”. Esse entendimento é fundamental quando abordamos a comunicação popular e seus processos de entendimento das realidades sociais, visto que precisa estar em sintonia com as demandas da população e em uma busca por reivindicações que seguem no contrafluxo da mídia hegemônica brasileira.

Contudo, um aspecto anterior ao avanço pela relevância da comunicação popular no estabelecimento de políticas sociais se refere à compreensão de que o contexto brasileiro é envolvido e constituído por desigualdades sociais que produzem marginalizações e condições de vulnerabilidade, estruturando a vida de indivíduos e grupos

6 Apesar de não ser o foco deste artigo, um fenômeno que ganha outros contornos na contemporaneidade e avança de maneira desenfreada pela sociedade é a desinformação, que tem a capacidade de atrapalhar o debate público e a produção de conhecimentos, assim como dificultar os processos de compreensão da realidade pelas pessoas. Simultaneamente, precisamos ter cuidado com o excesso de conteúdos presentes nas plataformas digitais em sistemas de rolagem infundável de telas com cada vez mais estímulos e sentidos.

(Peruzzo, 2022). Significativo entender, segundo Cicilia Peruzzo, que as pessoas nos contextos de desigualdade social não estão excluídas do sistema capitalista e dos mecanismos coercitivos que agem no cotidiano para efetivar essa relação de poder, e sim como parte incorporada de uma engrenagem que estabelece os lugares de exploração e de opressão a serem ocupados por elas. Prova disso é apresentada com dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) que assinalam a concentração de riqueza na mão de poucos indivíduos, isto é, o 1% mais rico do Brasil possui 28,3% da renda total do país (Estudos..., 2023). Para haver uma concentração tamanha de riqueza é necessário um movimento contrário feito por exploração de muitas pessoas para atingir esse patamar. Juntamente às questões econômicas, que se relacionam diretamente com ausência de empregos ou trabalhos precarizados e exploratórios, estamos em um país com índices alarmantes de violência, criminalidade e fome. Dessa forma, concordamos com Cicilia Peruzzo (2022) que enfatiza o quanto há, no mesmo país, situações extremas de violência e descaso e, simultaneamente, parcelas com acúmulo de patrimônios e poderes econômicos. Para a pesquisadora, existe uma persistência de articulações que se voltam às ações de reivindicação por direitos humanos e melhores condições de bem-estar, se atentando para a complexidade dos processos comunicacionais. Por meios dos movimentos sociais e das organizações populares — em geral, compostos por grupos em condição desprivilegiada nessa matriz social — são travadas lutas e reflexões para evidenciar pautas negligenciadas pelas mídias hegemônicas e lançar luzes para situações vividas (Peruzzo, 2022; 2024).

Há que se lembrar que o Brasil é um país crivado por disputas polarizadas em torno dos direitos humanos, o que prejudica a garantia de segurança para todas as pessoas. Temos que entender que, embora sejam direitos previstos na Constituição Federal e que deveriam ser basilares na vida em sociedade, a realidade se apresenta com tensionamentos por meio de tentativas de retirada de conquistas, apagamentos históricos e violências constantes. Isto é,

[...] tomando por base o Brasil que traz violações históricas de direitos das mulheres, negros e indígenas, nos últimos anos recrudescem ensaios de negação da igualdade, apesar de garantida em leis, e da responsabilidade cívica perante o outro e ao interesse público que se manifestam na intolerância, na discriminação e na dominação (Peruzzo, 2024, p. 241).

Para que haja chances de alterar esse contexto histórico e patente no país e construir uma cidadania ativa, uma alternativa se dá com o estabelecimento de mobilizações por meio da comunicação popular. A cidadania, por sua vez, se estabelece por meios dos direitos civis, políticos e sociais garantidos para as pessoas. Cicilia Peruzzo (2009) resgata que a cidadania é parte de um percurso histórico, em uma processualidade de aperfeiçoamento e lutas que se dão a partir de pressionamentos exercitados de forma coletiva e por movimentos sociais. Para isso, historicamente, há movimentos que mobilizaram meios tradicionais de comunicação e engajamento, como panfletos e jornais, ou ainda por meio das aberturas midiáticas e plataformizadas da cultura digital, com redes sociais digitais e formas de instaurar processos de sociabilidade on-line.

Entretanto, existem tensões e entraves nesses processos, sobretudo no Brasil. Conforme Cicilia Peruzzo (2009) apresenta, os meios de comunicação da grande mídia (como rádio e TV aberta) não se abrem para essa finalidade, o que exige alternativa e construção de meios próprios para que os movimentos sociais se façam ver e ouvir. Seja com blogues, em tempos iniciais da internet, ou, após o avanço da Web 2.0, com as plataformas digitais, criam-se brechas para adentrar com mensagens e demandas. Trata-se de fazer resistência e lutar por condições menos desiguais. Se a cidadania é formada por *pessoas, sociedade, direitos humanos e comunicação*, há que se notar cada elemento constituidor está em fluxo e atualização, exigindo leituras da realidade e ações capazes de se tornarem efetivas nas questões públicas (Peruzzo, 2009).

Por fim, a comunicação deve ser entendida como um direito para a cidadania ser exercida e para que a consolidação de políticas sociais em prol dos direitos humanos se efetive na sociedade brasileira (Peruzzo, 2009). No entanto, não se deve perder a dimensão de que a comunicação, envolta pelas relações de poder, precisa ser apreendida de forma crítica e aprofundada para o debate sobre políticas sociais. A comunicação popular deve ser, assim, incentivada para a mobilização de movimentos sociais e organizações voltadas aos direitos das pessoas, entendendo os poderes e as dificuldades nesse processo. Isso se deve, sobretudo, por estarmos preocupados com as constituições do poder, como já suscitado por Roger Silverstone (2001), uma vez que as mídias são responsáveis por conformar experiências, mediar nossas relações, desenvolver tecnologias, alavancar consumo, cristalizar ou apagar memórias, definir alteridades, entre outros tantos poderes imbuídos em sua composição.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme Pedrinho Guareschi (2001, p. 13) afirma, “já se tornou lugar-comum dizer que a comunicação é o quarto poder”, depois do executivo, legislativo e judiciário — instâncias que organizam e distribuem o sistema político —, porém é um erro tomá-la nessa posição, sendo que é “[...] o primeiro e o mais forte dos poderes”, e não se trata de uma lógica governamental. A importância da comunicação como parte constituinte e ordinária da vida nos chama atenção para diferentes facetas que compõem esse fenômeno e sua essencialidade no mundo, entre as quais demos ênfase, neste artigo, às políticas sociais e suas relações com as mídias e a cidadania. Nesse sentido, o pensamento de Paulo Freire (1984, p. 45, grifo do autor) nos traz uma chave que potencializa nossa argumentação: “[...] na comunicação, não há sujeitos passivos. Os sujeitos co-intencionados ao objeto de seu pensar se *comunicam* seu conteúdo”.

Um ponto basilar é compreender que a comunicação não é um simples processo de transmissão de informações, como definições dicionarizadas, populares e teóricas costumam tomar para simplificar a apreensão, mas, sim, um processo complexo entre interlocutores que ocorre a partir da linguagem em determinados contextos (França, 2001, 2016).

Lembremos que comunicar, para Paulo Freire (1984), está interconectado à coparticipação das pessoas em processo de pensar e construir conhecimentos a partir dessa relação. Fundamenta-se como base do diálogo capaz de transformar o mundo e determinados contextos. Nesse fenômeno, há uma característica política por se tratar de ações humanas que podem mudar a realidade e a existência. Dessa forma, a comunicação poderia ser considerada como libertadora ao conseguir valorizar a humanidade e o diálogo empenhado com a justiça social (Lima, 2021). Por tudo isso, comunicação não é transferência ou transmissão de um lado ao outro, mas uma troca, que precisa ser crítica e engajada, responsável e ética.

Os processos comunicacionais desenvolvem significações para as coisas do mundo, a subjetividade e a alteridade. Muitas vezes, esse movimento se dá por meio das mídias e suas abrangências na sociedade. No Brasil, temos a televisão e a internet se estendendo pelos lares e impactando diretamente no modo como vivemos e somos, consumimos e representamos. No entanto, ao invés de termos uma visão catastrófica dos meios de comunicação, como se tudo estivesse perdido e dominado, devemos erguer leituras críticas das mídias a fim de estabelecermos mecanismos de filtragem dos conteúdos consumidos e de apreensão das relações de dominação reproduzidas nos veículos (Guareschi, 2018). É entender que as mídias hegemônicas agendam as tematizações que desejam acentuar, podem impactar e influenciar a opinião pública, reforçar determinados estereótipos e visões depreciativas contra grupos sociais, visibilizar (ou não) políticas sociais (Silverstone, 2001). Dentre os exercícios propostos por Pedrinho Guareschi (2018) para cada

tipo de mídia, dependendo da sua linguagem e de sua materialidade (impressa, televisiva/audiovisual, publicitária, imagética, radiofônica etc.), algumas questões se sobressaem e devem ser provocadas no cotidiano, tais como: de quem é a responsabilidade social de determinado meio de comunicação? Quais os objetivos e as finalidades ao narrar determinado acontecimento e não outro? Qual a linha editorial seguida por um meio de comunicação? Qual o contexto em que os interlocutores estão envolvidos? Quais os sentidos almejados e em disputa nesse ato de linguagem? (Guareschi, 2018). Essas são algumas perguntas norteadoras para um avanço crítico em relação às estruturas midiáticas que precisam ser amplamente circuladas para que as pessoas não tenham uma leitura simplista das organizações e meios de comunicação.

Ademais, devemos ter como alicerce o fato de que “[...] as tecnologias da mídia, como todas as outras tecnologias, têm o social atrás, em frente de si, e impregnado nelas” (Silverstone, 2001, p. 267-268). Nesse sentido, as mídias têm implicações no exercício do poder e nos processos políticos e sociais e, portanto, são constituintes do exercício da cidadania e do desenvolvimento das informações (Silverstone, 2001). Mesmo que, hegemonicamente, exista uma concentração de grandes meios de comunicação no Brasil, há resistências tentando miná-los para que sejam percebidas.

Os movimentos sociais devem trazer as culturas populares ao centro (Peruzzo, 2022), lutar pela cidadania das pessoas (Peruzzo, 2009) e comunicar pelos direitos humanos (Peruzzo, 2024). É nessa toada que

Especialmente os meios populares, comunitários e alternativos desenvolvem processos de contracomunicação, pois em geral atuam na contramão informativa e na incidência política perante as forças dominantes resistentes a mudanças culturais e estruturais, como no controle da mídia e do poder econômico, político e ideológico (Peruzzo, 2024, p. 246).

A comunicação deve ser um objeto público e para a sociedade, e não restrito a indivíduos detentores de dinheiro em busca desenfreada por lucro (Comissão de Comunicação do CFESS, 2023). Porém, a realidade, mesmo que regulada por leis, está distante de mudar em sua totalidade e alcançar esse ideal. Por isso, para que políticas sociais sejam propostas em sintonia aos direitos humanos, é preciso movimentos contestatórios que se valem das comunicações como um poder para exercitar a cidadania e garantir o exercício democrático.

## REFERÊNCIAS

BERGER, Peter Ludwig; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade:** tratado de sociologia do conhecimento. 24. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2004.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 15 jul. 2024.

COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO DO CFESS. Serviço Social e comunicação: um diálogo com a sociedade. *In:* COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO DO CFESS. **Política de Comunicação CFESS-CRESS.** 4. ed. Brasília: CFESS, 2023, p. 10-22.

COMUNICAÇÃO. *In:* MICHAELIS, Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa. São Paulo: Editora Melhoramentos, 2024. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/comunica%C3%A7%C3%A3o/>. Acesso em: 23 set. 2024.

D'ANDRÉA, Carlos Frederico de Brito. **Pesquisando plataformas online:** conceitos e métodos. Salvador: EDUFBA, 2020.

ESTUDOS revelam impacto da redistribuição de renda no Brasil. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, Brasília, 4 ago. 2024. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/portal/categorias/45-todas-as-noticias/noticias/13909-estudos-revelam-impacto-da-redistribuicao-de-renda-no-brasil#:~:text=0%20Brasil%20%C3%A9%20conhecido%20por,desigualdade%2C%20especialmente%20nos%20anos%202000.> Acesso em: 23 set. 2024.

FRANÇA, Vera Veiga. Paradigmas da Comunicação: conhecer o quê?. **Ciberlegenda**, [S. l.] n. 5, 2001. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36784/21359>. Acesso em: 15 jul. 2024.

FRANÇA, Vera Veiga. O objeto e a pesquisa em Comunicação: uma abordagem relacional. *In*: MOURA, Cláudia Peixoto de; LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em comunicação**: metodologias e práticas acadêmicas. 1. ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016, p. 153-174.

FRANÇA, Vera Veiga; SIMÕES, Paula. **Curso básico de teorias da comunicação**. 1. ed. São Paulo: Autêntica, 2016.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?**. 7. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

GRUPO GLOBO. **Grupo Globo**. [2024]. Disponível em: <https://grupoglobo.globo.com/>. Acesso em: 23 set. 2024.

GUARESCHI, Pedrinho A. (Coord.). **Comunicação & Controle Social**. 4. ed. Petrópolis. Editora Vozes, 2001.

GUARESCHI, Pedrinho A. Para uma leitura crítica da mídia. *In*: GUARESCHI, Pedrinho A. **Mídia, educação e cidadania**: para uma leitura crítica da mídia. 3. ed. Porto Alegre: Evangraf, 2018, p. 121-202.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 1. ed. São Paulo: Aleph, 2013.

LIMA, Venício Artur de. **Paulo Freire**: a prática da liberdade, para além da alfabetização. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro; MARTINO, Luís Mauro Sá. Um olhar múltiplo sobre as Teorias da Comunicação. *In*: MARTINO, Luís Mauro Sá; MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro (Orgs.). **Teorias da comunicação**: processos, desafios e limites. 1. ed. São Paulo: Plêiade, 2015, p. 9-22.

NERY, Carmem. **Internet foi acessada em 72,5 milhões de domicílios do país em 2023**. IBGE. 2024. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/41024-internet-foi-acessada-em-72-5-milhoes-de-domicilios-do-pais-em-2023#:~:text=A%20Internet%20era%20utilizada%20em,%25%20para%2081%2C0%25>. Acesso em: 23 set. 2024.

PERUZZO, Cíclia Maria Krohling. Culturas Populares na folkcomunicação e na Comunicação Popular, Comunitária e Alternativa: da decodificação mediática à resistência política.

**Revista Internacional de Folkcomunicação**, [S. l.], v. 20, n. 44, p. 174–203, 2022.

Disponível em: <https://doi.org/10.5212/RIF.v.20.i44.0010>. Acesso em: 15 jul. 2024.

PERUZZO, Cíclia Maria Krohling. **Fundamentos Teóricos da Comunicação Popular, Comunitária e Alternativa**. 1. ed. Vitória: EDUFES, 2024.

PERUZZO, Cíclia Maria Krohling. Movimentos sociais, cidadania e o direito à comunicação comunitária nas políticas públicas. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**, [S. l.], v. 11, n. 1, p. 33-43, 2009. Disponível em: <https://andi.org.br/wp-content/uploads/2020/10/21.-Movimentos-sociais-cidadania-e-o-direito-a-comunicacao-comunitaria-nas-politicas-publicas.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2024.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** 1. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

**Maurício João Vieira Filho**

Professor substituto e doutorando em Comunicação na Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e graduado em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal de Viçosa (UFV).

*Lattes:* <http://lattes.cnpq.br/6714652801645355>.

*Orcid:* <https://orcid.org/0000-0001-9638-7390>.

*E-mail:* [mauriciovieiraf@gmail.com](mailto:mauriciovieiraf@gmail.com).