



UNIVERSIDADE
ESTADUAL DE LONDRINA

CLAUDIANA TAVARES DA SILVA SGORLON

**A COMUNICAÇÃO COMO ESTRATÉGIA POLÍTICA NO
SERVIÇO SOCIAL**

Londrina
2014

CLAUDIANA TAVARES DA SILVA SGORLON

**A COMUNICAÇÃO COMO ESTRATÉGIA POLÍTICA NO
SERVIÇO SOCIAL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Serviço Social e Política Social, do Departamento de Serviço Social da Universidade Estadual de Londrina, para à obtenção do título de Mestre.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Vera Lúcia Tieko Suguihiro

Londrina
2014

**Catálogo elaborado pela Divisão de Processos Técnicos da Biblioteca Central
da Universidade Estadual de Londrina**

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)

S523c Sgorlon, Claudiana Tavares da Silva.

A comunicação como estratégia política no serviço social / Claudiana Tavares da Silva Sgorlon. – Londrina, 2014.
146 f. : il.

Orientador: Vera Lúcia Tieko Suguihiro.

Dissertação (Mestrado em Serviço Social e Política Social) – Universidade Estadual de Londrina, Centro de Estudos Sociais Aplicados, Programa de Pós-Graduação em Serviço Social e Política Social, 2014.

Inclui bibliografia.

1. Serviço social – Teses. 2. Comunicação – Teses. 3. Democratização da comunicação – Teses. 4. Acesso à informação – Teses. I. Suguihiro, Vera Lúcia Tieko. II. Universidade Estadual de Londrina. Centro de Estudos Sociais Aplicados. Programa de Pós-Graduação em Serviço Social e Política Social. III. Título.

CDU 36:316.77

CLAUDIANA TAVARES DA SILVA SGORLON

**A COMUNICAÇÃO COMO ESTRATÉGIA POLÍTICA NO SERVIÇO
SOCIAL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Serviço Social e Política Social, do Departamento de Serviço Social da Universidade Estadual de Londrina, para obtenção do título de Mestre.

BANCA EXAMINADORA

Orientadora: Prof^a Dr^a Vera Lúcia Tieko
Suguihiro
Universidade Estadual de Londrina - UEL

Prof^a Dr^a Regina Célia Escudero César
Universidade Estadual de Londrina - UEL

Prof^a Dr^a Mabel Mascarenhas Torres
Universidade Estadual de Londrina - UEL

Londrina, 10 de outubro de 2014.

AGRADECIMENTOS

A Deus e a Nossa Senhora... o que seria de mim sem a fé que eu tenho neles?

Aos meus pais, que souberam me orientar corretamente para não desistir dos meus sonhos e que estiveram em oração quando me aventurava pelas estradas em busca de novos conhecimentos.

Ao meu marido Reginaldo, que de maneira incondicional e com muito amor, compreendeu-me e incentivou-me nesta fase tão importante da minha vida, estando ao meu lado nos momentos em que mais precisei de apoio.

À minha irmã Ana Cláudia, meu cunhado Marco Aurélio, sobrinhos Bruno e Ana Clara, por serem o meu colorido em dias que tudo parecia cinza.

À professora e orientadora Vera Lúcia Tieko Suguihiro, pelo exemplo, comprometimento, profissionalismo e dedicação na construção deste trabalho e pelo conhecimento que adquiri ao longo destes anos que significaram muito para mim.

Aos/às amigos(as), que sempre estiveram presentes nas importantes fases da minha vida e que não se furtaram de dar a sua contribuição para que eu pudesse alcançar os meus objetivos e entenderam minhas ausências.

Ao professor Valdir Anhucci, que desde a graduação me ensinou muito e de forma muito generosa contribuiu para a realização deste sonho.

À minha prima Gisele de Cássia Tavares, que pacientemente revisou meus trabalhos para ingresso neste mestrado.

Ao amigo, digo isto com muito orgulho, Jefferson Ruiz, pelas brilhantes contribuições e palavras de incentivo no decorrer desta pesquisa.

Ao amigo Adhemar Campos de Oliveira, pela compreensão e entusiasmo de sempre.

Ao amigo Márcio Cristiano de Freitas, pela colaboração na formatação deste e de outros trabalhos em todas as etapas do mestrado.

A todos os professores do mestrado que contribuíram com o meu processo de formação profissional.

Aos professores Rozinaldo Antonio Miani e Mabel Mascarenhas Torres, pelas brilhantes contribuições a este trabalho no Exame de Qualificação.

À CAPES, pela concessão da bolsa, possibilitando maior aproximação e maior dedicação à produção do conhecimento.

Às profissionais entrevistadas, pela concessão de informações valiosas para a realização deste estudo.

E, finalmente, aos meus/minhas amigos/as de turma: Alicia, Loren, Gabriela, Ricardo e Ana. Sem vocês este processo de conhecimento não seria tão prazeroso e enriquecedor.

Nada é impossível de mudar

Desconfiai do mais trivial, na aparência singelo.

E examinai, sobretudo, o que parece habitual.

Suplicamos expressamente: não aceiteis o que é de hábito como coisa natural, pois em tempo de desordem sangrenta, de confusão organizada, de arbitrariedade consciente, de humanidade desumanizada, nada deve parecer natural nada deve parecer impossível de mudar.

Bertold Brecht.

SGORLON, Claudiana Tavares da Silva. **A comunicação como estratégia política no serviço social**. 2014. 146 f. Dissertação (Mestrado em Serviço Social e Política Social) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2014.

RESUMO

No Brasil, a velha estrutura política formou-se com um sistema comunicativo baseado nas relações interpessoais, no prestígio dos que compartilham de seus ideais. Hoje, porém, quando são evidentes o abalo dos sistemas tradicionais de política e de comunicação e o progresso das redes sociais, a sociedade clama por mudança, fruto do sentimento de ruptura generalizada, de frustração, de ressignificação dos aspectos da vida, resultado de anos da omissão e migalhas oferecidas pelo Estado como forma de mascarar todos os planos arquitetados com vistas a atender os interesses dos grandes detentores do poder, fomentados pela mídia. Em que pese a atual conjuntura, é importante reconhecer o papel transformador da comunicação em uma sociedade de classes, haja vista que a comunicação é capaz de gerar mobilização social, provocar mudanças, estabelecer estratégias e propagar valores ético-políticos e culturais. É preciso ainda estar ciente que vivemos em uma época de mercantilização generalizada, economias globalizadas e digitalização, fixadas em maximização de lucros, com forte presença da correlação de forças em cada conjuntura específica, culminando em esvaziamento dos poderes do Estado. As políticas oscilam entre a defesa do interesse público e as exigências de rentabilidade do setor privado. Assim, esta dissertação tem como preocupação central estudar o papel da comunicação no processo de acesso à informação como forma de garantir direitos à população, procurando analisar o processo de democratização da comunicação e a socialização da informação, a partir da experiência vivenciada pelos profissionais de Serviço Social, e a apropriação da comunicação como ferramenta de intervenção em seu cotidiano. Vale ressaltar que, reiteradamente o/a Assistente Social é chamado a intervir de forma qualificada nas legítimas defesas dos usuários pelos seus direitos, tendo em vista o processo de democratização das informações. O estudo permitiu ainda aprofundar o debate sobre o domínio do poder midiático, de modo a compreender a dominação econômica, política e cultural expressa por meio da comunicação. A pesquisa foi desenvolvida a partir dos estudos de campanhas e materiais impressos, visuais e áudios, elaborados pelo Conjunto Conselho Federal de Serviço Social (CFESS) e Conselho Regional de Serviço Social (CRESS) do Estado do Paraná.

Palavras-chave: Serviço social. Comunicação. Direitos.

SGORLON, Claudiana Tavares da Silva. **Communication as a political strategy in social service**. 2014. 146 p. Dissertation (Master's Degree in Social Service and Social Politics) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2014.

ABSTRACT

In Brazil, the old political structure was formed from a communication system based on interpersonal relationships, the prestige of those who share their ideals. Today, however, when the shake in the traditional politics and communication systems and the progress of social networking are evident, society cries out for change, as a result of the feeling of widespread rupture, frustration, reframing of life aspects, an outcome of years of omission and crumbs offered by the State as a way to mask all architected plans in order to meet the interests of the major power holders, fostered by the media. Despite the current situation, it is important to recognize the transformative role of communication in a class society, given that communication is able to generate social mobilization, cause changes, establish strategies and propagate ethical, political and cultural values. It's also necessary to be aware that we live in an era of widespread commercialization, globalized economies and digitalization, fixed on profit maximization, with a strong presence of the correlation of forces in each specific situation, culminating in emptying the State powers. Policies oscillate between defending public interest and profitability requirements by the private sector. Thus, this research project's central concern is to study the role of communication in the access to information process as a means of ensuring rights to the population, trying to analyze the process of communication democratization and information socialization, from the experience lived by Social Services professionals, and the appropriation of communication as an intervention tool in their daily lives. It is noteworthy that the social worker is frequently called to intervene in a qualified manner in the legitimate defense by the users of their rights, taking into account the process of information democratization. The study shall also further the debate on the domain of media power, in order to understand the economic, political and cultural domination expressed through communication. The survey was developed from studies of campaigns and printed, audio and visual materials, developed by the Joint Federal Council of Social Service (CFESS) and Regional Council of Social Service (CRESS) of the State of Paraná.

Keywords: Communication. Social service. Rights.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Celulares em jul./2014.....	45
Quadro 2 - Assinantes/conexões	47
Quadro 3 - Densidades	48
Quadro 4 - Domicílios.....	48
Quadro 5 - Linhas telefônicas 2012 – a cada 100 habitantes.....	49
Quadro 6 - Assinantes telefonia celular – 2011 – a cada 100 habitantes.....	49
Quadro 7 - Número de computadores pessoais – 2009 – a cada 100 domicílios	50
Quadro 8 - Usuários com acesso à internet – 2011 – a cada 100 habitantes	50

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABEPSS	Associação Nacional de Ensino de Pesquisa de Serviço Social
ABERT	Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e TV
AI-5	Ato Constitucional número 5
ANATED	Associação Nacional dos Tutores da Educação a Distância
ANATEL	Agência Nacional de Telecomunicação
ANCINE	Agência Nacional de Cinema
ANJ	Associação Nacional de Jornais
CBAS	Congresso Brasileiro de Assistentes Sociais
CF	Constituição Federal
CFESS	Conselho Federal de Serviço Social
CFESS-CRESS	Conjunto que reúne o CFESS e os CRESS
CGU	Controladoria Geral da União
CNAS	Conselho Nacional de Assistência Social
CAPS	Centro de Atenção Psicossocial
CRAS	Centro de Referência de Assistência Social
CRESS	Conselho Regional de Serviço Social
CPQD	Centro de pesquisas e telecomunicações da América Latina
DF	Distrito Federal
DIP	Departamento de Imprensa e Propaganda
EBC	Empresa Brasil de Comunicação
EBSERH	Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares
ECA	Estatuto da Criança e do Adolescente
ENADE	Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes
ENESSO	Executiva Nacional dos Estudantes de Serviço Social
FENAJ	Federação Nacional dos Jornalistas
FGV	Fundação Getúlio Vargas
FIES	Fundo de Financiamento Estudantil
FITERT	Federação Interestadual dos Trabalhadores em Empresas de Radiodifusão e Televisão
FITS	Federação Internacional de Trabalhadores Sociais
FNDC	Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação
FNDDH	Frente Nacional sobre Drogas e Direitos Humanos

HP	Hermenêutica em Profundidade
IBGE	Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBOPE	Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
IVC	Instituto de Verificador de Circulação
LAI	Lei de Acesso à Informação
LGBT	Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros
LOA	Lei Orçamentária Anual
LOAS	Lei Orgânica de Assistência Social
NUCRESS	Núcleo Regional de Serviço Social
UNE	União Nacional dos Estudantes
UNIOESTE	Universidade Estadual do Oeste do Paraná
PAC	Programa de Aceleração do Crescimento
PETI	Programa de Erradicação do Trabalho Infantil
PL	Projeto de Lei
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
PR	Paraná
PSOL	Partido Socialismo Liberdade
PUC	Pontifícia Universidade Católica
SC	Santa Catarina
SEAC	Serviço de Acesso Condicionado
SP	São Paulo
STF	Superior Tribunal Federal
SUAS	Sistema Único de Assistência Social
TV	Televisão

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
CAPÍTULO 1 – A HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO NO BRASIL	24
1.1 A LUTA PELA DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO NO BRASIL	53
CAPÍTULO 2 - O SERVIÇO SOCIAL E A COMUNICAÇÃO: CAMPOS DE DIREITO E AÇÃO POLÍTICA	64
2.1 CFESS MANIFESTA A PARTIR DE 2005.....	82
CAPÍTULO 3 - A DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO NO COTIDIANO DOS(AS) ASSISTENTES SOCIAIS	101
CONSIDERAÇÕES FINAIS	127
REFERÊNCIAS	134
APÊNDICES	141
Apêndice A - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido	142
Apêndice B - Termo de Compromisso.....	144
Apêndice C - Roteiro de entrevista.....	145

INTRODUÇÃO

Será esta liberdade, a liberdade de escolher entre ameaçadores infortúnios, nossa única liberdade possível? O mundo ao avesso nos ensina a padecer a realidade ao invés de transformá-la, a esquecer o passado ao invés de escutá-lo e a aceitar o futuro ao invés de imaginá-lo: assim pratica o crime, assim o recomenda.

Eduardo Galeano

Este estudo teve por objetivo pesquisar o papel da comunicação no processo de acesso à informação como forma de garantir direitos à população, por meio da organização dos órgãos representativos da categoria de assistentes sociais. Como objetivos específicos, apresentou: problematizar a dimensão política da informação na prática profissional dos Assistentes Sociais; discutir a comunicação produzida pelo conjunto Conselho Federal de Serviço Social (CFESS) e Conselho Regional de Serviço Social (CRESS), enquanto ferramenta de intervenção para a garantia de direitos da população; analisar as expectativas, experiências e demandas dos profissionais em relação à política de comunicação implementada pelo conjunto CFESS-CRESS e contribuir com as discussões sobre o papel da comunicação no processo de acesso à informação como forma de garantir direitos à população.

Como objeto, apresentou “a relação entre o Serviço Social e a comunicação na garantia de direitos da população”.

A escolha do tema teve uma vinculação direta à minha experiência profissional e pessoal, entre os anos de 2010 a 2012 em que apresentei um programa semanal na Rádio Comunitária São Pedro FM, intitulado Cidadania no Ar. O programa tinha como propósito informar os ouvintes sobre seus direitos, e como exercê-los nas mais diversas áreas. Por meio desta experiência foi possível perceber o quanto a população estava carente de informações sobre o acesso aos seus direitos na sociedade.

No Brasil, a estrutura política formou-se com um sistema comunicativo baseado nas relações interpessoais, no prestígio dos que compartilham dos mesmos ideais.

É importante reconhecer o papel transformador da comunicação em uma sociedade de classes, haja vista que a comunicação é capaz de promover a mobilização social, provocar mudanças, estabelecer estratégias de luta e consolidar valores ético-políticos e culturais.

É preciso ainda estar ciente que se vive em uma época de mercantilização generalizada, economias globalizadas e digitalização, fixadas em maximização de lucros, com forte presença da correlação de forças em cada conjuntura específica, culminando em esvaziamento dos poderes do Estado. Desta maneira, as políticas, bem como a mídia, oscilam entre a defesa do interesse público e as exigências de rentabilidade do setor privado.

Em uma época de grandes mercados globalizados, a concentração de poder sobre os meios de comunicação aumenta por meio do estabelecimento de grandes conglomerados empresariais. Desta forma, torna-se efetivamente estratégico a prática da comunicação na vida socioeconômica, política e cultural da sociedade, no sentido de reverter ou legitimar consensos, como também buscar a soberania popular e nacional, tendo como propósito apontar contra tendências à supremacia do grande capital.

Assim, o projeto de pesquisa teve como preocupação central estudar o papel da comunicação no processo de acesso à informação como forma de garantir direitos à população, procurando analisar o processo de democratização da comunicação e a socialização da informação, a partir da experiência vivenciada pelos profissionais de Serviço Social, e a apropriação da comunicação como ferramenta de intervenção em seu cotidiano. Vale ressaltar que, reiteradamente o/a assistente social é chamado/a a intervir de forma qualificada nas legítimas defesas dos/as usuários/as pelos seus direitos, tendo em vista o processo de democratização das informações.

A pesquisa foi desenvolvida, tendo por base as campanhas do CFESS Manifesta, elaboradas pelo conjunto CFESS-CRESS, por meio de materiais impressos, visuais e áudios.

O estudo se ancorou na Constituição Federal (CF) de 1988, em seu Capítulo V, parágrafo 5º do Artigo 220, que trata:

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

[...]

§ 2º - É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3º - Compete à lei federal: I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao Poder Público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

[...]

§ 5º - Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

[...]

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família¹.

[...]

Art. 223. Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal.

[...]

§ 5º - O prazo da concessão ou permissão será de dez anos para as emissoras de rádio e de quinze para as de televisão.

Art. 224. Para os efeitos do disposto neste capítulo, o Congresso Nacional instituirá, como seu órgão auxiliar, o Conselho de Comunicação Social, na forma da lei (BRASIL, 1988).

O presente trabalho também se embasou no Código de Ética dos Assistentes Sociais, Capítulo I, Artigo 5º, alínea C, em que explicita: “democratizar as informações e o acesso aos programas disponíveis no espaço institucional, como um dos mecanismos indispensáveis à participação dos/as usuários/as.” (CONSELHO FEDERAL DE SERVIÇO SOCIAL, 1993, p. 29).

Nesse processo foram utilizadas fontes de estudo bibliográfico, tais como: publicações do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, Coletivo

¹ No modo de produção capitalista a família é tida como o fator desencadeador para a agudização dos problemas sociais existentes, e por isso, o Estado vem implementando Políticas Sociais (em diversas áreas – saúde, assistência social – jurídica, etc.) visando “harmonizar” novamente o núcleo familiar, e o ajustamento dos indivíduos à ordem social estabelecida. Um claro retrocesso no processo de culpabilização dos indivíduos, em que a base material é desconsiderada, e a subjetividade é o fator essencial a ser trabalhado. Vale ressaltar que a base material e a subjetividade dos indivíduos estão intrinsecamente ligadas (CAVALCANTI; SILVA; SANTOS, 2013, p. 24).

Brasil de Comunicação Social Intervozes, Política Nacional de Comunicação do conjunto CFESS-CRESS, dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE) Países, leis etc., visto que tais fontes têm apresentado dados fidedignos e atualizados sobre o tema. Fornece ainda subsídios para compreender o processo de afirmação e materialização do compromisso que toda administração pública deve ter com a publicização da coisa pública. Isto garante ao/à cidadão/ã o direito ao acesso à informação e na democratização da comunicação, garantindo obrigatoriedade de transparência em suas ações, com maior controle da sociedade civil sobre os gastos públicos e a consequente efetividade dos investimentos públicos.

Assim, a pesquisa teve embasamento metodológico em Thompson (1995). CÉSAR (2012) “apresenta a interpretação hermenêutica como um método de compreensão das formas simbólicas que perfazem o mundo social” (CÉSAR, 2012, p. 19). Neste sentido, buscou-se vencer os problemas relacionados à interpretação e compreensão do objeto investigado.

Thompson assevera que “são construções significativas que exigem uma interpretação; elas são ações, falas, textos que, por serem construções significativas, podem ser compreendidas” (1995, p. 357).

“Esta metodologia considera necessária a realização da pesquisa a partir de um contexto sócio histórico de análise, que é compreendido e interpretado pelos sujeitos que nele estão envolvidos, definido como campo-sujeito de pesquisa” (CÉSAR, 2012, p. 16).

O aprofundamento teórico se deu através de extensa pesquisa bibliográfica, utilizando as fontes da imprensa escrita, tais como, jornais, revistas, livros, teses, dissertações, sites e outros meios necessários de autores, que nas suas diferentes obras, discutem de forma crítica as temáticas. Nesta perspectiva, o percurso teórico privilegiou o debate sobre a democratização da comunicação, a socialização da informação como condição para o acesso aos direitos e o papel do profissional como mediador/facilitador deste processo.

O universo da pesquisa foi composto pelas seguintes instituições: Núcleos Regionais do Conselho Regional de Serviço Social (NUCRESS) do Paraná, nas Regiões de Campo Mourão, Maringá, Cornélio Procópio e Foz do Iguaçu, CRESS de Curitiba, Seccional de Londrina e CFESS.

Os NUCRESS, segundo Coordenação do CRESS de Londrina (2014), são formados por profissionais de uma determinada região, que contribuem no encaminhamento político das atividades do conselho regional.

Os sujeitos da pesquisa foram Assistentes Sociais responsáveis pela coordenação de 04 (quatro) Nucess do Paraná, agente fiscal do CRESS-Seccional de Londrina, uma assistente social membro da Comissão de Comunicação do CRESS-Pr. – Curitiba e uma Conselheira do CFESS, também Coordenadora da Comissão de Comunicação deste Conselho Federal. A escolha dos sujeitos se deu pela necessidade de discutir como os organismos de representação tem se organizado e preparado os profissionais, agentes multiplicadores, para estabelecer uma rotina de comunicação, visando um alcance de resultados mais efetivos, mantendo-os mais atualizados.

A coleta de dados deu-se por meio da entrevista semi-estruturada:

[...] onde suas qualidades consistem em enumerar de forma mais abrangente possível as questões onde o pesquisador quer abordar no campo, a partir de suas hipóteses ou pressupostos, advindos, obviamente, da definição do objeto de investigação (MINAYO, 1994, p. 121).

As entrevistas foram realizadas individualmente, agendadas previamente, sendo solicitada a autorização para sua gravação e, em seguida, a sua transcrição na íntegra, com a assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (anexo). Neste fazer, Queiroz (1988, p. 82) adverte para a importância do próprio pesquisador realizar a entrevista e posterior transcrição.

Ouvir e transcrever a entrevista constitui, para ele, um exercício de memória em que toda a cena é revivida: uma pausa do informante, uma tremura de voz, uma tonalidade diferente, uma risada, a utilização de determinada palavra em certo momento, reavivam a recordação do estado de espírito que então detectou em seu interlocutor, revelam aspectos da entrevista que não haviam sido lembrados quando efetuou o registro do dia no caderno de campo, ou mesmo dão a conhecer detalhes que, no momento da entrevista, lhe escaparam. Cada vez que re-escuta a gravação, refaz de certo modo o contexto todo da entrevista na lembrança para explorá-la mais a fundo (QUEIROZ, 1988, p. 82).

Um pré-teste foi aplicado a fim de verificar as possíveis necessidades de ajustes na elaboração das questões, considerando as observações dos sujeitos envolvidos na pesquisa. Neste sentido, Thompson ressalta também, que:

Através de entrevistas, observação participante e outros tipos de pesquisa etnográfica, podemos reconstruir as maneiras como as formas simbólicas são interpretadas e compreendidas nos vários contextos da vida social. É evidente que essa reconstrução é, ela própria, um processo interpretativo; é uma interpretação do entendimento cotidiano – ou, como o denominarei, [...], uma interpretação das opiniões, crenças e compreensões que são sustentadas e partilhadas pelas pessoas que constituem o mundo social (THOMPSON, 1995, p. 363).

Ao interpretar e compreender as formas simbólicas dos sujeitos possibilita-se a elucidação das ações no curso cotidiano de suas vidas, considerando seus contextos e aspectos da vida, fundamentando a proposta da pesquisa em um processo interpretativo complexo, inserido em condições sociais e históricas específicas.

As entrevistas depois de gravadas e transcritas, foram sistematizadas e analisadas conforme técnica de análise de discurso.

As seguintes categorias teórico empíricas foram estabelecidas para o trabalho: o acesso à informação e aos direitos, planejamento e estratégias de ação e a publicização de informações no exercício profissional como forma de possibilitar o acesso aos direitos. Como aponta Minayo (1994), a finalidade da análise é estabelecer uma compreensão dos dados coletados; verificar se os pressupostos da pesquisa confirmam-se ou não ou se respondem às questões levantadas; ampliar o conhecimento sobre o assunto pesquisado e relacioná-lo ao contexto cultural de que faz parte.

No caso do Brasil, especificamente, ao referir-se às formas de participação, controle social² e acesso às informações, é importante salientar que principalmente a transparência e o acesso às informações sobre a gestão pública tornaram-se fundamentais.

² [...] tem sua concepção advinda da Constituição Federal de 1988, enquanto instrumento de efetivação da participação popular no processo de gestão político-administrativa-financeira e técnico-operativa, com caráter democrático e descentralizado. Dentro dessa lógica, o controle do Estado é exercido pela sociedade na garantia dos direitos fundamentais e dos princípios democráticos balizados nos preceitos constitucionais (BRASIL, 2005, p. 51)

Foi realizada também pesquisa documental, por meio da leitura e análise de meios impressos, áudios visuais (spots, comerciais etc) publicações diversas e registros de encontros e reuniões que tinham como propósito a transmissão de informações de interesse da sociedade, principalmente no que se refere a acesso aos direitos, como forma de identificar a participação ou não do profissional na condição de mediador/facilitador deste processo.

De acordo com Soares (2010), a pesquisa documental é entendida como:

A forma de coleta de dados em relação a documentos, escritos ou não, denominados fontes primárias. Livros, revistas jornais, publicações avulsas e teses são fontes secundárias. Assim, documento é uma fonte de dados, fixada materialmente e suscetível de ser utilizada para consulta, estudo ou prova.

Tal procedimento foi explorado amplamente e esmiuçado para aprofundamento dos dados e que deram suporte ao desenvolvimento da pesquisa e análise das informações, levando em consideração aspectos históricos e sócio-culturais dos Nuress, CRESS e CFESS.

Em 2009, foi aprovada a Lei da Transparência, que “dispõe que a união, estados e municípios devem, de forma transparente, apresentar suas receitas e despesas”. Outros instrumentos se tornam essenciais para a publicização das informações, tais como: a Lei da Improbidade Administrativa, a Lei do Acesso à Informação Pública, a Lei da Ficha Limpa, além de Decretos e Portarias. Outro mecanismo de participação e controle do gasto público é o Portal da Transparência do Governo Federal³, cuja iniciativa é da Controladoria Geral da União (CGU), lançada em novembro de 2004, para assegurar a boa e correta aplicação dos recursos públicos. Tem como objetivo aumentar a transparência da gestão pública, permitindo ao cidadão/ã o acompanhamento da forma como o dinheiro público está sendo utilizado e que ajude na sua fiscalização.

Sobre a Lei 12.527, de 18 de novembro de 2011, conhecida como a Lei de Acesso à Informação (LAI), o Brasil deu um grande salto rumo à consolidação da democracia, ampliando os canais de participação cidadã, controle social e transparência pública (BRASIL, 2011).

³ Ver: <http://www.portaltransparencia.gov.br>.

O Brasil, cumprindo o compromisso assumido ante a comunidade internacional em vários tratados e convenções, regulamentou o artigo 5º, inciso XXXIII da Constituição Federal, inscrito no capítulo I – Dos direitos e Deveres Individuais e Coletivos, garantindo ao/à cidadão/ã o exercício do seu direito de acesso à informação. Esta ação faltava para regulamentar o acesso amplo a qualquer documento ou informação específica pleiteada pelo/a cidadão/ã. O texto constitucional define:

Todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado (BRASIL, 1988).

Neste sentido, a LAI, especificamente em seus art. 6º e 7º, vem ao encontro do texto constitucional e prevê o acesso como a regra e o sigilo, a exceção, estabelecendo que qualquer cidadão/ã poderá solicitar acesso às informações públicas, ou seja, àquelas não classificadas como sigilosas, conforme procedimentos que observará regras, prazos, instrumentos de controle e recursos previstos. Trata-se do reconhecimento do acesso à informação pública como um direito humano fundamental, como conjunto de técnicas, ações e processos que se organizam a partir de práticas comunicativas como estratégias de viabilização de informações e ideias, como disputa de hegemonia (BRASIL, 2011).

Desse modo, percebem-se avanços no que diz respeito ao acesso às informações públicas, mas alguns empecilhos ainda prevalecem para a implementação desta e de outras leis no país, como por exemplo, a carência de estímulo à participação do/a cidadão/ã no controle social para fiscalização e monitoramento da Administração Pública, a utilização de uma linguagem extremamente técnica, desencorajando a participação e entendimento da sociedade, e a conseqüente centralização das informações.

No que se refere às diferentes legislações, convém destacar: a Constituição Federal de 1988 (BRASIL, 1988), a Lei que trata da Regulamentação da Profissão e do Código de Ética Profissional - Lei n.º 8.662/93 (BRASIL, 1993), a Lei de Responsabilidade Fiscal, n.º 101 de 04 de maio de 2000 (BRASIL, 2000), Política Nacional de Comunicação do Conjunto CFESS-CRESS, Lei de Acesso à Informação Pública – LAI, n.º 12.527, de 18 de novembro de 2011 (BRASIL, 2011). Entre os

sites, registram-se: CFESS, Observatório da Imprensa, Brasil Escola, Carta Capital, Pragmatismo Político, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), Portal da Transparência, Intervozes, Direito à Comunicação, Associação Nacional de Jornais, Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT) e Para expressar a liberdade. Entre os autores, destacam-se: Dianne Figueiredo Arrais (2009), Marialva Barbosa (2013), Marcelo Braz (2009), Venício Lima (2011), Sérgio Capparelli (2004), José Paulo Netto (2006), Marilena Chaui (2000, 2001, 2006, 2008), Kênia Augusta Figueiredo (2009) e Dênis Moraes (2013).

Neste sentido, é importante que assistentes sociais também conheçam e debatam a influência que a comunicação exerceu e continua exercendo sobre as políticas públicas no Brasil, e qual o papel dos/das assistentes sociais neste sistema, o que implica reconhecer a importância de ações que promovam reflexões sobre o tema nas relações da sociedade atual, em consonância com o projeto societário maior, no processo de luta pela defesa da comunicação como garantia de acesso aos direitos.

Dessa maneira, percebe-se que a sociedade brasileira encontra-se desprovida de políticas públicas de comunicação que estejam efetivamente em consonância com as demais políticas em prol da garantia de direitos. É fato que os canais de televisão (TV) aberto, meio de comunicação que a população mais dispõe para ter contato com informações, entretenimento, lazer, cultura etc., ainda não tem despertado na população em geral, a informação enquanto um instrumento de luta pelos direitos à dignidade humana. O que se tem constatado é um consumo passivo, que naturaliza as situações de negação de direitos, reiterando valores e visões de mundo de acordo com modismos apregoados pelos programas televisivos que buscam pela maior audiência possível, (e para isso, utilizam-se de sofisticados radares, como pesquisas, rastreamentos, identificação de tendência, entre outros,) sem considerar a qualidade de conhecimentos a serem difundidos. Opta-se por projetos mercadológicos que reproduzem um projeto de sociedade baseado no consumo, em que indivíduos são persuadidos a buscar o que o mercado oferece e, muitas vezes, não dispõem de meios financeiros para isto. O que vemos são os índices de criminalidade aumentar por todas as regiões do país.

Devemos considerar ainda o poder de determinação que a grande mídia tem sobre aspectos relativos a vida humana, na medida em que tende a selecionar o que deve ser informado ou não à população, preservando seu poder e sua autonomia

sobre a regulação da informação, utilizando, muitas vezes, de sua capacidade de influir na formação do comportamento dos consumidores, despolitizando-os. Vale ressaltar que, segundo o site Intervozes (2014), existem hoje no Brasil muitos parlamentares que são sócios de emissoras de rádio e TV's comerciais, e que usam as concessões como moeda de favorecimento político, prática comum no Brasil, o que é proibido pela Constituição Federal. Muitos deles, inclusive, votam pela renovação da própria concessão. Sejam as emissoras de rádio e TV's comerciais, sejam as retransmissoras ou, mais recentemente, até algumas rádios comunitárias, boa parte das outorgas é dada aos políticos em troca de apoio. No caso específico, a comunicação é utilizada como máquina de poder, dada a sua presença determinante em todos os segmentos sociais, o que se pode chamar de poder invisível sobre a produção e reprodução da vida social.

É importante lembrar que cabe ao Estado assegurar as condições de acesso às informações, participação e representatividade dos diferentes segmentos da sociedade civil organizada, no processo de construção de identidade para garantir um equilíbrio tanto na atuação como na deliberação das três instâncias envolvidas: o próprio Estado (com serviço público de qualidade e diversificado), o setor privado (com fins lucrativos e responsabilidades sociais bem definidas) e a sociedade civil organizada (movimentos sociais, comunitários, e étnicos, associações profissionais etc.). Somente através desta forma de organização será possível dar sentido às relações entre sociedade civil, Estado e mercado, com capacidade de contribuir efetivamente na valorização dos direitos humanos fundamentais, primando por políticas públicas que apresentem critérios de equidade e combate à pobreza.

Em um contexto neoliberal em que o capital tem primazia, a comunicação constitui-se como terreno fértil para a manipulação midiática e o enfraquecimento da democracia. A comunicação em nosso país apresenta-se como um território de valorização do capital, impulsionando as privatizações e as desregulamentações, regido por um mercado mundializado, em que se privilegia o setor privado em detrimento dos interesses coletivos.

Para os donos da mídia, tem a máxima de que qualquer legislação democratizante fere o direito de expressão, ou seja, é uma ideia recorrentemente difundida na sociedade. Nesta linha, verifica-se que, embora a Constituição Federal de 1988 proíba a concessão de Rádio e TV's para Deputados e Senadores, o que constatamos diariamente é o uso do controle da mídia no Brasil por estes

representantes, e, quando não, utilizam do meio de comunicação como moeda para troca de favores, ou seja, uma verdadeira apropriação do bem público como ferramenta de favorecimento pessoal.

Vale ressaltar que a Constituição Federal, em seu Capítulo V, da Comunicação Social, art. 220, proíbe o monopólio e oligopólio midiático, o que, na realidade brasileira, ocorre um processo totalmente inverso (BRASIL, 1988). Os empresários e políticos, representantes das elites, ditam suas regras e não cumprem o que pouco a Constituição prevê. A pergunta que precisa ser feita é: Como menos de 10 famílias detêm o domínio da informação sobre mais de 190 milhões de brasileiros que só tem como opção trocar de canal ou desligar a televisão? Nesta perspectiva, o/a cidadão/ã brasileiro/a é visto/a somente como consumidor/a potencial de uma comunicação marcada por um controle seletivo de informações e opiniões, com silenciamento de ideias contrárias.

Outro aspecto a se destacar é a ineficiência do Estado na condução da política pública de comunicação, deixando evidente que a sua função tem sido de assegurar a soberania da produção capitalista, para conciliar os objetivos de rentabilidade do mercado, por meio da legitimação da ideologia neoliberal. Dentro da política de comunicação isto significa o exercício do poder das grandes mídias para incorporação de uma ideologia capaz de interferir na formação da opinião pública, a serviço de conveniências particulares do mercado que celebra os apelos consumistas e egocêntricos, em que se apresenta como única esfera capaz de demonstrar as aspirações e almejos da sociedade.

Assim, a forma como as políticas públicas de comunicação são conduzidas no Brasil, evidencia que a vida contemporânea é também regida pela perspectiva autoritária do mercado midiático, por meio de discurso que compromete o controle das informações e, de maneira sorrateira, vem tolhendo as ideias contrárias as de acumulação e concentração da riqueza. Nesta perspectiva, parte significativa da sociedade está destituída de práticas que promovam as reflexões críticas sobre esta condição e pensar em estratégias no sentido de romper com as práticas reiteradas de violação de direitos. Isto implica em criar condições de luta por um novo projeto societário, em que os/as cidadãos/ãs, de forma coletiva possam imprimir ações em que as suas vontades objetivas e subjetivas devam ser consideradas no atendimento de suas reais necessidades, em oposição aos ditames do capital, mas na luta em defesa da igualdade real na vida cotidiana com liberdade.

Este quadro só pode ser revertido na medida em que a sociedade civil organizada valer-se dos instrumentos legais e legítimos de controle e participação social sobre o poder midiático, de forma que atuem a serviço dos interesses da coletividade. Para tanto, cabe à sociedade civil ser protagonista político no processo de garantir a visibilidade e a transparência no trato da coisa pública e de interesse coletivo. Tais ações visam a garantia de políticas públicas mais consistentes que venham ao encontro das aspirações de segmentos da sociedade, de modo a inibir as práticas monopólicas de mercado.

Neste sentido, a sociedade brasileira ainda carece de políticas públicas de comunicação em consonância com o atendimento aos seus direitos. Faz-se necessário que os canais de TV abertos, meio em que a população mais dispõe para obtenção de informação, sejam organizados para ir além da busca pelo entretenimento, constituindo-se em espaços que assegurem a luta pela dignidade humana, por meio de acesso à informação, garantindo direitos. E, dessa maneira, este estudo se apresenta extremamente relevante, uma vez que problematiza a articulação entre o exercício profissional do/a assistente social e a comunicação como forma de garantir direitos.

O capítulo 1 da dissertação que ora se apresenta tratou de aprofundar as características históricas que permearam e permeiam o Brasil em relação à comunicação, considerando como ponto de partida a década de 1930, quando surgem os primeiros cursos de Serviço Social no país. Este panorama objetivou situar o/a leitor/a de como a comunicação é determinante para instituição de padrões de sociabilidade.

O capítulo 2 abordou a forma como o conjunto CFESS-CRESS vem estruturando a sua política de comunicação e como esta discussão foi e é desenvolvida, pensada pelos assistentes sociais e comissões de comunicação, em consonância com o projeto ético-político da profissão.

O capítulo 3 apresentou uma análise das informações coletadas junto às Assistentes Sociais sujeitos da pesquisa, com intuito de aprofundar as discussões em torno da relação entre o Serviço Social e a Comunicação.

Por último, foram elaboradas considerações a propósito da forma como o Serviço Social está se apropriando da comunicação para garantir direitos à população e quais os possíveis rebatimentos para o avanço da profissão.

CAPÍTULO 1

A HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO NO BRASIL

*A publicidade manda consumir e a economia o proíbe.
As ordens de consumo, obrigatórias para todos, mas
impossíveis para a maioria, são convites ao delito.
Sobre as contradições do nosso tempo, as páginas policiais
dos jornais ensinam mais do que as páginas de
informação política e econômica.
Este mundo, que oferece o banquete a todos fecha a porta no
nariz de tantos, é ao mesmo tempo igualador e desigual:
igualador nas ideias e nos costumes que impõe e desigual nas
oportunidades que proporciona.*

Eduardo Galeano

A referência deste estudo tem como ponto de partida as décadas de 1920 e 1930, especificamente o ano de 1936, em São Paulo, em que foi criada a primeira escola de Serviço Social do Brasil, completando em 2014, 78 anos. Nesta direção, aponta Martinelli (2005, p. 10) “trata-se, sem dúvida, de uma trajetória longa, fecunda, profundamente identificada com a construção do campo dos direitos sociais no Brasil [...]”.

Iniciamos a exposição das informações sobre a comunicação, a partir do jornal por se tratar de um veículo de comunicação que se popularizou na sociedade e que, entre 2011 e 2012, se manteve como o segundo maior veículo publicitário.

Somente a partir do século XX os jornais surgem no Brasil. Isto só foi possível pelas inovações técnicas que permitiram a reprodução de ilustrações de fotos e maior rapidez no processo de produção. Com relação à edição, mudaram o que era noticiado, dando agora mais ênfase à imparcialidade, às notícias policiais, jogo do bicho, notícias dos blocos carnavalescos, escândalos sensacionais, tudo com o objetivo de atingir o maior público possível. Neste momento há a necessidade de que as notícias cheguem aos leitores com rapidez, diminuindo as distâncias entre o público e o acontecimento. Esta característica ganhará mais força com o decorrer dos anos, propiciando o conhecimento dos fatos quase que instantaneamente.

Por meio de processos históricos e culturais no país, ocorre a ampliação de leitores através dos jornais, bem como a quantidade de impressos, acentuando múltiplas formas de comunicação. Constatava-se que apesar do limite para alcance da palavra impressa, em parte, em decorrência do analfabetismo, as estratégias

adotadas pelos periódicos indicavam sua expansão para além dos círculos dominantes da sociedade. Havia o desejo de que aqueles textos fossem para o conhecimento de mais pessoas.

No que se refere às mudanças nas formas de comunicação e informação, nota-se que a transitoriedade é uma das características principais da história da comunicação no país. Nos anos 2000 surgem agências de notícias virtuais capazes de reverter o pensamento único, abrindo as portas para discussões importantes no que concerne a modelos de desenvolvimento inclusivos e socializantes para acesso e democratização da comunicação no Brasil.

Neste sentido, em maio de 2013, o Jornal Folha de São Paulo (SALLOWICZ, 2013) divulgou um levantamento feito pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) com dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD). Informações interessantes foram reveladas por esta pesquisa, como por exemplo, que o acesso à internet cresceu 143,8% entre a população com 10 anos ou mais de 2005 para 2011, enquanto o crescimento populacional foi de 9,7%. Apesar do aumento, 53,5% dos brasileiros dessa faixa etária ainda não utilizam a rede, ou seja, uma parcela significativa da população não tem acesso à internet. Assim, de acordo com a mesma pesquisa, os jovens são os que mais acessam a internet. Os maiores percentuais foram dos grupos com idade de 15 a 17 anos (74,1%) e de 18 ou 19 anos (71,8%). O levantamento apontou ainda que quanto maior o número de anos de estudo, a inserção digital também é mais elevada. Deste modo, a escolaridade é fundamental para a inclusão digital.

Já na análise por sexo, o percentual de acesso à internet era maior para as mulheres, nos grupos etários até os 39 anos. Dos 40 aos 49 anos de idade, o percentual de internautas era igual para ambos os sexos e, a partir dos 50 anos, era maior para os homens.

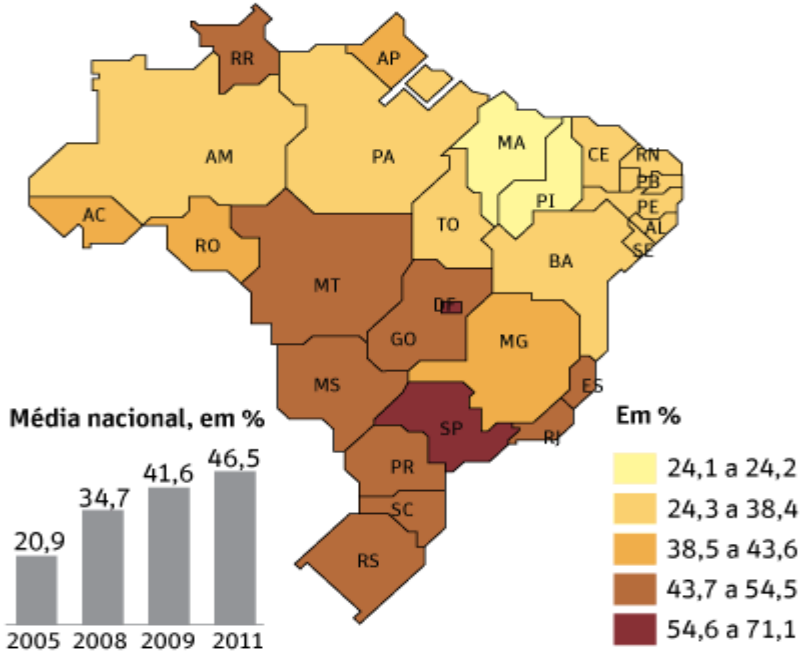
Ainda segundo o IBGE (apud SALLOWICZ, 2013), mais de 30% dos brasileiros não tinham celular de uso pessoal em 2011, conforme demonstra o gráfico abaixo, que traz também informações sobre internet:

Figura 1 - Conectados

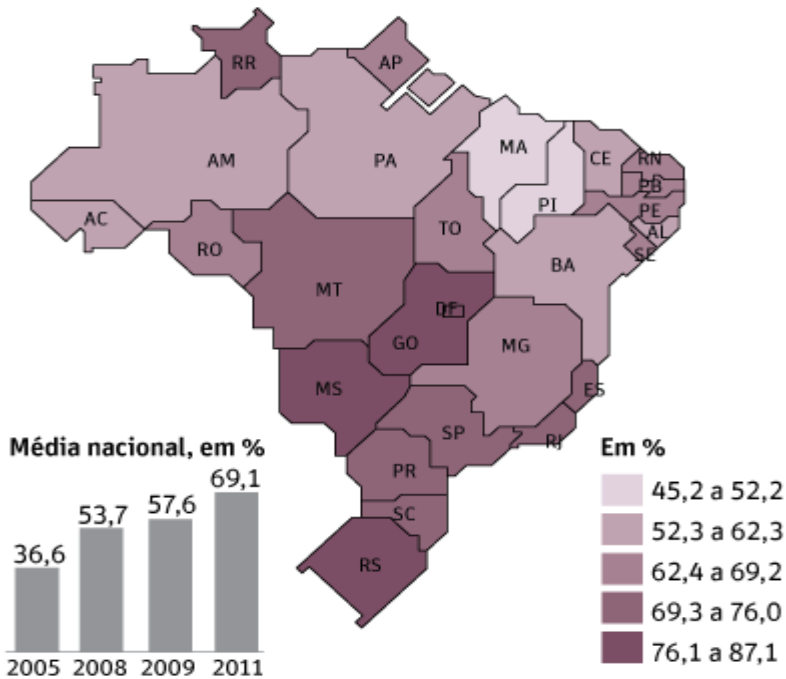
CONECTADOS

Veja o percentual da população com internet e celular por Estado em 2011

TÊM ACESSO À INTERNET



POSSUEM TELEFONE MÓVEL CELULAR



Fonte: IBGE

Fonte: Sallowicz (2013).

Conforme Silva (2013), os jornais brasileiros tiveram crescimento médio de 1,8% na circulação em 2012, mas o aumento se deveu ao avanço das edições digitais, que aumentaram 128% na comparação com 2011. Elas responderam por 100% do aumento no ano e já representam 3,2% da circulação total. Esse crescimento das edições digitais deve se manter em 2013, uma vez que os jornais brasileiros estão adotando, em número crescente, o sistema de cobrança pelo acesso a conteúdos digitais (paywall), a exemplo do que vem ocorrendo internacionalmente.

A Associação Nacional de Jornais (2013) diz estar consciente de que os próximos anos serão marcados por grandes desafios e por grandes oportunidades para as empresas jornalísticas, a Diretoria da ANJ constituiu, no final de 2010, o Comitê de Estratégias Digitais, que vem estudando o novo panorama e oportunidades de forma a apontar aos associados as estratégias mais adequadas para a manutenção do meio Jornal em plataforma papel e a exploração das novas plataformas, gerando valor para seus acionistas, seus parceiros empresariais, suas audiências e seus colaboradores.

Nesta perspectiva, no final dos anos 80 do século passado, começa a emergir no país uma transformação tecnológica que impactaria na mudança da comunicação analógica para a digital, transformando radicalmente as noções de tempo e espaço. São inovações ligadas principalmente às tecnologias da informática e da rede mundial de computadores (1990) que possibilitaram suprimir espaços, tornando as relações mais próximas, assim como o acesso a informações e leitura de livros digitais e novos diálogos entre autor e leitor. Do mesmo modo, insere-se nesta lógica a substituição do “ao vivo” para o “ultra-atual”, onde o público passa também a ser produtor de imagens e sons para a imprensa, munidos de celulares que registram em tempo real o acontecimento dos fatos. Nota-se ainda que a qualidade deixa de ser o ponto principal, onde todos são emissores e receptores das informações, produzindo um grande espaço de interação social, convergindo as mais diversas mídias. O que importa neste momento é a velocidade com que os fatos chegam até às pessoas, o que muitas vezes acarreta a desinformação e a superficialidade, pois há a transmissão de notícias errôneas, tendenciosas, com calúnias, difamações e informações que tem seu conteúdo legítimo deformado para divulgação massiva de verdades convenientes e rentáveis, num verdadeiro espetáculo de manipulação.

Esta mudança de entendimento sobre a comunicação faz surgir a imprensa de massa, que segundo Barbosa (2013, p. 199):

A imprensa, definitivamente, só se transforma na imprensa de massa quando passa a incluir no seu noticiário as teias das notícias que levam a uma resposta interpretativa baseada nas afetações que as narrativas constroem. Os leitores poderiam se identificar com o personagem da trama e ver no relato aproximações com sua vida cotidiana. Podiam, ao contrário, imaginar um mundo de sonho que saía das páginas das publicações para a sua imaginação criadora.

Assim, esta imprensa de massa é vista como ideias, perspectivas, atitudes, imagens e outros fenômenos que são julgados como preferidos por um consenso informal contendo as particularidades de uma dada cultura, especialmente a cultura ocidental. Há uma forte relação de influência da mídia nas relações sociais, fazendo com que essa coleção de ideias permeie o cotidiano da sociedade.

Vale ressaltar que a imprensa de massa é frequentemente produzida com o aspecto de trivial e simplificada para que se possa encontrar uma aceitação consensual através do contexto maior.

Em decorrência deste novo olhar sobre a imprensa, adotando novas estratégias comunicacionais, explorando o visual, obteve-se uma maior atenção do leitor e fez com que grupos antes excluídos da sociedade, agora se tornassem leitores dessas publicações.

Os meios de comunicação vão se alterando e se aperfeiçoando, procurando atender às exigências do mercado. Dessa maneira, passa-se a viver um momento no qual a comunicação e a troca de experiência também ganharam seu lugar e passaram a ser o diferencial dos negócios provocando transformações nas relações sociais.

Neste movimento, números atuais sobre os veículos de informação foram divulgados pelo IBGE, no final de 2011, especificamente sobre o rádio e a televisão (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO, 2011). Apesar da crescente popularização dos computadores, cresceu em 12% o percentual de domicílios brasileiros com TV, nos últimos dez anos. De acordo com último Censo do IBGE, 97% dos lares tem televisores, frente aos 85% do ano de 2000. Constata-se uma preponderância da TV sobre os demais meios de comunicação.

Também no mesmo período, percebeu-se que a presença de aparelhos convencionais de rádio caiu de 87,45% para 81,4% do total. Entretanto, essa queda deve ser analisada com cautela, pois com a modernização e a convergência tecnológica, os receptores tradicionais de rádio cedem espaço a novos aparelhos, como celulares, computadores, smartphones e tocadores de MP3 (a exemplo dos Ipods).

Ao final de 2010, 36% dos 202,9 milhões de aparelhos celulares estavam equipados com aparelhos de rádio, uma soma aproximada de 75 milhões de receptores. O número deve ser maior em 2011, pois desde 2002, a quantidade de domicílios com celular cresce mais de 15% ao ano.

A área econômica da Associação Brasileira de Rádio e Televisão (ABERT) considera que os diversos receptores de rádio no Brasil deram um salto nos últimos anos, chegando a casa dos 300 milhões.

Um grande número de receptores de rádio também está nos veículos. Se considerar que 80% dos 29,9 milhões de carros possuem aparelho de rádio. São mais 23,92 receptores agregados à vida dos brasileiros.

Ainda sobre o rádio, segundo o Censo da Radiodifusão realizado pela Abert (2014), as emissoras de rádio faturaram R\$ 1,6 bilhão em 2007. O dado é da pesquisa Perfil socioeconômico do setor de rádio no Brasil, realizada pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), em Brasília.

Um outro estudo encomendado pela Abert revela que a venda de espaço publicitário rendeu ao setor R\$ 1,5 bilhão. Os dados mais recentes, divulgados pelo projeto Intermeio, indicavam um faturamento de R\$ 767,2 milhões em 2007.

Divulgado em setembro de 2008, o levantamento da FGV, com base nos dados de 917 emissoras – um terço do total de rádios são cadastradas pela Anatel e pelo Ministério das Comunicações.

Segundo a pesquisa, a maior parte do faturamento (89,2%) resulta da venda de espaço publicitário. Os principais anunciantes são o comércio varejista (45%), telecomunicações (8,2%) e o ramo de perfumaria e farmácia (7%). As três esferas de governo somam 17,8%. Dessa maneira, o estudo mostra um peso maior do rádio no mercado publicitário.

De acordo com o censo de 2011, as emissoras comprometem a maior parte de sua receita com custeio, pagamento de impostos e de salários (62,9%). As rádios AM reservam sete vezes mais espaço para a música nacional (21,1%) do que para a

estrangeira e ocupam 41,7% de seu tempo com programas informativos (jornalismo e variedades). Nas emissoras FM, a música nacional também predomina, com 37,5%.

O estudo mostra também que 43,2% da mão-de-obra empregada pelo setor tem entre o ensino médio completo e o superior completo. E ainda que a melhor remuneração concentra-se nas regiões Sul e Sudeste, em rádios AM.

Sobre o processo da história do Rádio no Brasil, é interessante as particularidades da radiotelefonia, entre elas a necessidade que os donos tinham de contar com a colaboração dos demais, já que o som não era de qualidade. Isto incitava o silêncio total. Outra característica deste período é que revistas e jornais publicavam colunas que explicavam como cada proprietário deveria montar em casa seu sistema de recepção sem fio. Esta era uma demanda apresentada pelos leitores, receber informações sobre como montar sua própria aparelhagem.

Com a evolução do rádio, a sala de visita ganhava outro aspecto, agora como deleite dos mais abastados, que numa atitude coletiva, deixavam fluir a imaginação e possibilitava a diversão em família e às vezes, até mesmo dos vizinhos, também identificados como “televizinhos”. Barbosa (2013, p. 282). Mas até o final da década de 1920, o rádio, como meio de comunicação, continuou experimentando lentas transformações. Em meio a estas mutações surge a opção pela compra dos aparelhos prontos. Esta alteração como forma de adquirir o rádio, enfrenta certa dificuldade, pois o custo é alto para a maioria das pessoas.

Com relação à evolução do rádio, Calabre (apud BARBOSA, 2013, p. 230) menciona que “o desenvolvimento do rádio brasileiro na década de 1920 foi freado por razões de ordem técnica, mas também em função da turbulenta conjuntura política na qual se viveu períodos constantes de estado de sítio”. Neste sentido, havia uma preocupação em que o rádio se transformasse em instrumento de divulgação de acontecimentos e ideias, colocando em jogo os planos do governo de soberania.

Durante o Estado Novo, período em que Getúlio Vargas governou o Brasil de 1937 a 1945, ficou marcado, no campo político, por um governo ditatorial, que resistia à democracia. Neste período o rádio é visto como ponto estratégico para divulgar sua ideologia. Assim, para levar adiante seu projeto de formação de aparelho burocrático, cria, em 1939, o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), com a missão de disseminar a ideologia de Getúlio Vargas. Destaca-se que o

dono do império que irá se difundir no Brasil com o nome de *Organizações Globo*, o Senhor Roberto Marinho, compunha o conselho deste órgão de censura.

É justamente neste período que os meios de comunicação foram controlados, levando diversos grupos a fecharem seus jornais, revistas e rádios⁴. Mas também será neste tempo que o rádio ganhará maior popularidade, pois o governo vê neste meio uma forma de divulgar em uníssono a sua imagem, e para isso, incentivará sua apropriação de maneira massiva. Estas iniciativas permitiram, que nos anos 1950, o rádio, como meio de comunicação, já estivesse definitivamente implantado. Neste sentido, Ciotola (2013) enfatiza que no Estado Novo a autopromoção das ações de governo, através da radiodifusão tornou-se uma atividade institucional.

Contudo, a disseminação dos ideais de Getúlio não se dava através das radionovelas, mas através da *Hora do Brasil* e, esporadicamente, pelos discursos do presidente. Era desta forma que o rádio se apresentava como instrumento valioso para sustentar a ditadura getulista, e especificamente o discurso dominante, num país que na época apresentava índices alarmantes de analfabetismo. Foi também neste período que se iniciou a divulgação de leis trabalhistas, como carteira assinada, oito horas de trabalho, descanso aos domingos etc. Estas informações eram repassadas a partir de 1944, diariamente, pelo Ministro do Trabalho, Alexandre Marcondes Filho. Tratava-se de uma estratégia do governo atual mostrar que era competente e que se preocupava com os trabalhadores, que, em contrapartida, eram classificados como trabalhadores pacíficos, pertencentes a uma sociedade ordeira.

Getúlio Vargas, através do rádio, aproximou-se do povo para garantir o sucesso de seus planos. Coloca ainda que nesta época houve a produção de bens simbólicos a serviço da legitimação política, onde o Estado objetivava mobilizar e influenciar os/as cidadãos/ãs para que seus planos tivessem êxito. Sobre isto, Chaui (2001, p. 12) aponta que:

⁴ No pensamento marxiano, percebe-se um movimento semelhante no seguinte trecho: “[...] a burguesia demonstrou sua cólera contra seus representantes literários, sua própria imprensa. As sentenças, condenando ruinosas multas e a descabidos períodos de encerramento ditadas pelos júris burgueses por qualquer ataque de jornalistas burgueses contra os desejos usurpatórios de Bonaparte, por qualquer tentativa da imprensa de defender os direitos políticos da burguesia contra o Poder Executivo, assombravam não só a França, mas toda a Europa.” (MARX, 2008, p. 100)

Além de se apropriar da elaboração nacionalista, feita nas etapas anteriores (expansão e “unificação” do território, “espírito do povo” e raça), o nazi-fascismo e os vários nacionalismos desse período contaram com a nova comunicação de massa (o rádio e o cinema) para “transformar símbolos nacionais em parte da vida cotidiana de qualquer indivíduo e, com isso, romper as divisões entre a esfera privada e local e a esfera pública e nacional”. A primeira expressão dessa mudança aparece nos esportes, transformados em espetáculos de massa, nos quais já não competem equipes e sim se enfrentam e se combatem nações (como se viu nos Jogos Olímpicos de 1936, no aparecimento do Tour de France e da Copa do Mundo). Passou-se a ensinar às crianças que a lealdade ao time é lealdade à nação. Passeatas embandeiradas, ginástica coletiva em grandes estádios, programas estatais pelo rádio, uniformes políticos com cores distintivas, grandes comícios marcam esse período como época do “nacionalismo militante”.

O momento político brasileiro em que Getúlio Vargas enfrenta suas maiores dificuldades também marca a importância dos meios de comunicação de massa para definir os rumos políticos do país. Getúlio mais uma vez enxergava nos meios de comunicação a possibilidade de conseguir o apoio popular. Mas, em contrapartida, todos os grandes jornais da época se uniram contra Vargas, em decorrência da crise que o país vivenciava. Este foi o papel desempenhado pelo rádio, pois através dele muitos acontecimentos políticos foram difundidos.

Na história da comunicação no Brasil, nota-se uma nova tendência comunicacional, estabelecida a partir da Era de Ouro do Rádio, em decorrência da sedimentação de uma linguagem própria, levando a elaboração de uma programação que visava uma maior identificação com o público. Surgem neste momento os ídolos populares e as variadas manifestações culturais, sempre tendo como finalidade atrair mais público. Desta maneira, Giannotti (2004, p. 80), menciona que:

A era de ouro do rádio, entre nós, vai de 1936, quando foi estruturada a *Rádio Nacional*, logo encampada pelo Estado, até 1950, data do aparecimento da televisão. O gênero mais importante das transmissões de rádio, rapidamente, passou a ser a radionovela. No ano de 1945, só a *Rádio Nacional* transmitia diariamente 14 novelas diferentes.

Diante desse contexto, o rádio solidifica sua função como fonte de informação e comunicação de massa a distância. Nesta linha, Chaui (2006, p. 44) afirma que:

O poder de persuasão e convencimento do rádio levou a seu uso político (cotidiano e intenso) pelo nazismo, considerado por muitos pensadores o verdadeiro início da comunicação de massa porque descobriu e explorou a capacidade mobilizadora do rádio. Conferências de intelectuais nazistas, discursos de Hitler, transmissão de paradas miliares, juvenis, infantis, femininas, entrevistas com militantes do partido nazista, transmissão de notícias diretamente das frentes de guerra, concertos e óperas de compositores alemães “autênticos” foram empregados para convencer a sociedade alemã da grandeza, da justiça e do poderio do Terceiro Reich.

Será neste sentido que na América Latina, Getúlio Vargas, no Brasil, e Evita Perón, na Argentina, utilizará o poder da nova descoberta na comunicação, dando sentido a erupção deste meio de comunicação na vida política e econômica do país. Desta forma, o rádio representará um estágio atualizado de nossa história, pois demarca um tipo de comunicação que ainda é presente: a comunicação oral, predominante até os dias de hoje. Dessa maneira, segundo Giannotti (2004, p. 82):

O rádio rapidamente passou a ser o principal instrumento de propaganda do regime. Este instrumento passa a ter um alcance muito maior do que os jornais. Mas não são frios números estatísticos que explicam a importância central do veículo rádio. Dos 25 milhões que as estatísticas davam como alfabetizados, no Brasil da época, pouquíssimos tinham o hábito de ler jornais. O rádio era o instrumento universal.

Este cenário é favorável para que o rádio continue evoluindo e alcançando mais espaço. Foi então, a partir daí, que este meio de comunicação transformou-se em um grande instrumento que ligaria a produção ao consumo de bens, através, principalmente, da publicidade, que tinha como foco aquecer o mercado. Desta forma, buscava-se convencer empresas a veicular anúncio no novo meio, demonstrando resultados que confirmassem o seu poder de alcance. E foi devido a isto, e, ao mesmo tempo estimulando o uso de uma programação mais popular, que se constituiu numa das mais importantes fontes para a consolidação das emissoras no Brasil. Mais que isso, na verdade, a influência de agências estrangeiras no rádio também tiveram um decisivo papel na elaboração e sedimentação de uma economia para o rádio. Tinham a função de produzir ou ajudar a produzir programas voltados para as novas massas consumidoras e, em seguida, negociavam a venda das audiências a seus anunciantes. Estimulavam, assim, verbas publicitárias para o

rádio, moldando a radiodifusão brasileira à imagem do sistema comercial americano. Todavia, observa-se que este estado de dependência ainda prevalece nos dias de hoje nos mais diversos segmentos, onde a mídia é persuadida e pressionada a seguir a risca a cartilha dos que financiam suas atividades.

É fato que a relação entre os meios de comunicação e o capitalismo é utilizada como instrumento de poder, que maximiza forças produtivas de acumulação e tornam-se essenciais para o funcionamento do capitalismo globalizado. A regra é definida para que a política de comunicação veicule a publicidade, fomentando os comportamentos necessários para o consumo e nada, além disso. A democratização dos meios de comunicação fica a mercê da desigualdade gerada pela mídia que só quer estimular vendas e lucros, muitas vezes negando direitos. Não obstante, a comunicação se revela como um item de promoção na sociedade, pois a carência de informações leva à ausência de cidadania e a despolitização, fragilizando as conquistas já empreendidas no que se refere ao acesso aos direitos. Um dos pilares em que descansa o poder das classes opressoras é sem dúvida a comunicação, muitas vezes exercendo o papel de empresa política que trabalha para o mercado e para o Estado. A imprensa, ao criar ideologias e propagandas, acaba por ditar o comportamento político dos governantes e da mesma forma, dos donos do poder midiático. Desta maneira, a corrupção nas altas esferas do Estado e a busca desenfreada de lucro pelo mercado, geram maior decadência e pobreza intelectual nos meios de comunicação.

Diante deste fato, concordamos com Kliksberg (2002, p. 43), quando escreve que:

A igualdade de oportunidades e, em certa medida, de resultados, constitui não apenas um preceito ético, mas também uma necessidade imperiosa, porque cada vez são maiores as evidências de que a excessiva desigualdade provoca o conflito social.

Essa nova lógica capitalista que impulsiona o consumo e reitera a individualização e a fragmentação, ignora a defesa do consumidor consciente, trazendo uma perda considerável para o/a cidadão/ã e, evidentemente, para a democracia. Segundo a publicação “Uma agenda democrática para as comunicações brasileiras (DANTAS, 2008, p. 19), este fenômeno é o que pode ser chamado de linguagem americanalhada “customização”. É o enfraquecimento de

grupos e indivíduos, que tendem a defender somente seus pontos de vistas mutuamente excludentes, gerando um desequilíbrio social que veta a luta por razões coletivas.

Este processo de individualização produz na sociedade um efeito alienante, já que o indivíduo exterioriza seus anseios de forma parcializada, avessa ao contexto em que se encontra, realizando simultaneamente, um apagão nas identidades coletivas capazes de gerar conflito social e transformações.

Desta forma, nota-se que esta questão veio se aprofundando até chegarmos aos dias de hoje, onde, por meio de grandes mercados globalizados, a concentração de poder sobre os meios de comunicação aumenta através do estabelecimento de grandes conglomerados empresariais, formados em meio a uma legislação ineficaz, cheia de remendos e de brechas que facilitam barganhas políticas e a concentração dos meios de comunicação nas mãos de poucos e poderosos grupos econômicos. No Brasil e, em diversos outros países, a concentração dos meios de comunicação resulta na pouca (ou quase nula) pluralidade na informação. As notícias consumidas diariamente são elaboradas e propagadas por poucos. Sendo assim, torna-se efetivamente estratégico a prática da comunicação na vida socioeconômica, política e cultural da sociedade, no sentido de reverter consensos, como também buscar a soberania popular e nacional, tendo como propósito apontar contra tendências à supremacia do grande capital.

Sobre a televisão, antes da divulgação de sua chegada ao Brasil, em 1939, havia sido realizada no Rio de Janeiro uma Feira de Amostras para sua exposição. O público que se fez presente neste evento obteve as informações sobre este acontecimento devido à maciça divulgação realizada pelos jornais e revistas da época, que classificavam a novidade como “a maravilha do século”. Neste momento o novo aparelho ainda apresentava imagens embaçadas e pouco nítidas, mas mediante o entusiasmo e deslumbramento com o novo invento, poucos destacaram os problemas das primeiras transmissões da televisão. Estavam lá montados, onze aparelhos para a demonstração. Era uma iniciativa partida do governo do Estado Novo em parceria com o Terceiro Reich Alemão⁵ (SANTIAGO, 2014).

⁵ Terceiro Reich foi um termo cunhado pela propaganda do regime nazista da Alemanha, e que tinha como objetivo demonstrar a grandeza do projeto de Hitler para transformar seu país em uma incontestável potência mundial.

De certo modo, é possível dizer que o/a cidadão/ã, neste momento, já é visto somente como consumidor potencial, numa soberania popular sem voz, marcada por um controle seletivo de informações e opiniões, manifestações de interdição e silenciamento de ideias contrárias, regida pelas regras da desigualdade e concentração de riquezas, onde o mercado impera sozinho na regulação da vida contemporânea.

Analisando o aspecto visual do novo invento, a comparação mais frequente realizada era com a fotografia, pois possibilitava a transmissão de imagens produzidas a milhares de quilômetros de distância, tornando possível o desejo humano de transportar-se como um aparelho tecnológico de comunicação.

Em 18 de setembro de 1950, acontece a inauguração da primeira televisão no Brasil, localizada em São Paulo, chamada TV Tupi. Mas neste momento, o novo invento ainda não era um assunto muito difundido. Havia certa desconfiança sobre a novidade. Somente no decorrer do ano é que foram vistos anúncios nos jornais oferecendo aparelhos de televisão. Percebia-se que a presença do rádio ainda era forte na cena comunicacional dos anos de 1950.

A televisão é inserida no Brasil durante tempos de transição, em 1950 trazida por Assis Chateaubriand⁶, que para divulgar a novidade comprou 200 aparelhos de TV e instalou em pontos movimentados da cidade de São Paulo.

A televisão, apresentada sobre um panorama em que o rádio teve domínio estabelecido depois de anos, trazia consigo uma vantagem: o aspecto da comunicação oral, muito bem aceita num país de pouco leitores. Assim é que, segundo Giannotti (2004, p. 82):

Em 1964, a burguesia, associada ao capital internacional, deu um golpe de Estado e implantou uma ditadura militar a serviço do capital brasileiro e internacional. Era preciso garantir a expansão capitalista do Brasil e manter o equilíbrio dos blocos mundiais que se enfrentavam na chamada Guerra Fria. Para isso era necessário dar um golpe e silenciar as forças populares. Era preciso acabar com o projeto nacional-desenvolvimentista que exigia reformas democratizantes de caráter popular, dentro do clima geral do populismo reinante.

Esta tomada de decisão tinha como propósito manter o país em ordem e abafar os almejos da esquerda⁷ e para isto foi apoiado por diversos segmentos da

⁶ Sobre o tema consultar Chatô, o rei do Brasil (1994).

época, como: moradores da cidade e do campo, classe média, clero conservador, empresários, sindicalistas de direita, militares etc. Foi nesta conjuntura que se propagou estratégias capazes de gerar consensos e neutralizar qualquer ameaça que se fizesse presente.

Entretanto, acompanhando esta inserção da televisão na cena midiática no Brasil, pode-se afirmar que a mesma é um dos meios mais acessíveis “financeiramente” para se ter informação. Mas é importante chamar a atenção para que a televisão não permite conversar, trocar ideias, mobilizar, questionar, pois é um meio de comunicação que só permite receber informações. Ou seja, não há espaço para o diálogo ou contestações e sim para o entretenimento. Neste caso, a comunicação não é vista como um bem público, apesar de em muitos casos prevalecer-se de recursos públicos para se manter. Prevalece o monopólio e a mercantilização, em detrimento da comunicação como direito humano, que possibilite a disputa por hegemonia. Não se constitui ainda como espaço de denúncia a toda forma de exploração, opressão, violação e desrespeito aos direitos humanos, desse modo, não há meios para o fortalecimento dos movimentos sociais e da classe trabalhadora na perspectiva crítica e emancipatória. Isto porque, conforme já apresentado neste estudo, a concentração midiática vem promovendo um controle sobre todas as atividades sociais, levando à crença de que é a tecnologia que determina a sociedade, e não esta como suas ferramentas. Nesta perspectiva, vale lembrar o que Nogueira (1998, p. 283) coloca:

A mesma perspectiva, porém, pode converter-se em programa de ação quando manuseada por elites conservadoras. Da constatação de que vivemos hoje sob o império das imposições coercitivas da globalização capitalista não seria difícil, por exemplo, extrair um programa político dedicado a materializar a ideia de que tudo ficaria facilitado se, ao invés de resistir, buscássemos nos acomodar aos fatos.

É preciso enxergar a comunicação como um direito humano, capaz de opor-se aos ditames do capital, compreendendo-os como instrumentos da luta política contra hegemônica, por uma sociedade justa, igualitária e sem opressão de qualquer tipo. Entende-se o direito humano à comunicação como um direito ao mesmo tempo

⁷ Como registro histórico, vale a pena mencionar o papel da música nos meios de comunicação deste período enquanto manifestação artístico-cultural de forte teor político e que foi alvo da censura. Para conhecimento, 10 músicas de protesto à Ditadura Militar (GOULART, 2012).

individual, coletivo e difuso, em oposição à ideia da informação e da cultura como mercadorias, como meros objetos de consumo.

Os anos de 1960 foram vistos como terreno fértil para a televisão, pois neste período já se havia apreendido de outros países o conhecimento técnico que viabilizava seu uso e criou-se uma linguagem própria que atendia as expectativas do público, que agora era enxergado com mais nitidez pelos profissionais da área e almejado como um público que precisa ser capitaneado pela televisão, por meio de uma linguagem mais próxima. É também nesta década que o público da televisão é transformado em “índices de audiência”, por uma necessidade publicitária como retorno da programação apresentada.

A consagração da televisão no Brasil trouxe sérios e preocupantes resultados para os dias de hoje. Nossa cultura oral continuou cristalizada e sendo aprofundada. Com relação a isto, interessantes dados são trazidos por Giannotti (2004, p. 85), quando compara o número de leitores diários de jornais no Brasil e no Japão. Ainda segundo Giannotti (2004, p. 84), em pesquisa junto à *Folha de São Paulo*, no dia 15 de junho de 2003, sua tiragem chegava a 413 mil exemplares, fruto de uma promoção da época que aliava a venda do jornal a um livro. Enquanto isso, no Japão, no mesmo dia, o *Asahi Shimbun* teria uma tiragem de 12 milhões por dia. Isto reflete aspectos culturais que vão através dos tempos se solidificando e dando outros rumos à história de um país, fazendo com que o Brasil seja hoje visto como formado por um público não habituado à leitura. Devido a este traço histórico que insiste em se fazer presente, seja pela falta de formação ou de investimento, em 2012, foi divulgada uma pesquisa que apresentava o índice de qualidade elaborado pela empresa Pearson de materiais e serviços educacionais, que expunha o Brasil na penúltima posição da lista, atrás de nações como Colômbia, Tailândia e México. Apenas os estudantes da Indonésia perdem para os brasileiros (EDUCAÇÃO..., 2012). Essas avaliações compreendem o aprendizado de matemática, leitura e ciências durante o ciclo fundamental (1º a 9º ano). Na ocasião, foram avaliados 39 países mais a região de Hong Kong.

Diante destas informações e de outras tantas, que comparadas a diferentes países, tornam-se ainda mais evidentes, é possível afirmar que o Brasil é um país que não lê.

Ainda sobre a história da televisão no Brasil e suas implicações, passamos a crítica que demonstra que um dos objetivos do Governo e de seus aliados da época

era propagar a individualização, necessária também para evitar dissensos. Desta maneira, Williams (apud BARBOSA, 2013, p. 270), coloca que:

Assim, mesmo supostamente como espectador individual, dentro da sua casa, o público, na imaginação televisual preconcebida, é visto na situação de “privatização móvel”. Esta privatização facilita a disjunção de um comportamento privado e de um público e, ao mesmo tempo, obscurece a relação entre ambos. A televisão seria o meio por excelência dessa situação qualitativamente nova. Ao mesmo tempo em que ajuda a mascarar o isolamento com o sentimento de construção de outra proximidade, num segundo nível ajuda a produzir uma noção de consenso numa sociedade que vive de maneira dispersa e atomizada.

Esta tecnologia, inserida entre modos de se relacionar, interfere diretamente na imaginação televisual das pessoas, imersas em mundos privados que decorrem da capacidade inventiva do homem de emitir e receber informações. Esse movimento dar-se-ia por meio da junção da época do rádio e cinema, que tornou as pessoas mais conhecidas e os acontecimentos mais próximos. Nasce, a partir de então, o comportamento econômico do consumidor que de dentro de casa, sentado em sua poltrona, passa a receber estímulos para a busca do desejado. É a interferência do mundo exterior que começa a ganhar espaço e vai se aperfeiçoando de maneira tão eficiente que chega aos dias de hoje como forma de criação de identidade e pertencimento.

Na década de 1960, mas especificamente, em 1964, o Golpe Militar se impõe com restrições violentas à liberdade de expressão. Foi amplamente apoiado à época e um pouco antes por grandes jornais, como O Globo, Jornal do Brasil e Diário de Notícias. Marca a história que um dos motivos que conduziram ao Golpe foi uma campanha, organizada pelos meios de comunicação. Para convencer as pessoas de que Jango levaria o Brasil a um tipo de governo semelhante ao adotado por países como China e Cuba, ou seja, comunista, algo inadmissível naquele tempo, quando se dizia que o que era bom para os Estados Unidos era bom para o Brasil.

Dentro deste panorama, as principais cidades brasileiras foram invadidas por soldados armados. A União Nacional dos Estudantes (UNE), foi incendiada pelos militares. As associações que apoiavam João Goulart foram tomadas pelos soldados.

No ano seguinte, em 1965, as liberdades civis foram reduzidas e o poder do governo aumentou.

Ainda neste momento os meios de comunicação se veem envoltos a relações de poder e que a censura política abateu violentamente a imprensa. Assim, para obter êxito em seus planos de imprimir a ideologia estadonovista, as elites políticas, juntamente com os intelectuais da época se uniram para utilizar os meios comunicacionais privilegiados para alcançar um público tido naquele momento como massa amorfa, que necessitava de direcionamento intelectual e educacional.

No que decorre sobre a influência dos meios de comunicação e sua ligação com o desenvolvimento dos partidos políticos brasileiros, compreende-se que os mesmos são marcados por lutas empreendidas ao longo dos anos, com forte interesse político partidário. Hoje este panorama ainda prevalece.

Ao analisar o oligopólio no Brasil, Motta (1999, p. 34) apresenta que “os partidos agrupavam a pequena elite política do período, composta de vereadores, deputados (provinciais e gerais), senadores, presidentes de províncias, ministros de Estado, mais seus auxiliares e correligionários”. Convém refletir como esta estrutura organizacional da política ainda está muito presente nos dias de hoje, perpetuando a cultura do patrimonialismo e do coronealismo e da restrição à representatividade de parte da sociedade que se encontra desprovida de meios financeiros para apresentar suas propostas eleitorais.

Como na política, considera-se ainda a determinação da grande mídia sobre aspectos relativos à vida humana em geral. Nesta linha, a imprensa dita as palavras de ordem em momentos de crise no mundo, movimento que é claramente percebido também nos dias de hoje. Através disso, seleciona o que deve ser conhecido ou não, preserva seu poder e sua autonomia sobre a regulação da informação, colocando-se acima de todos os poderes representativos eleitos pelo povo.

Foi em função da censura à imprensa, que teve maior intensidade entre os anos de 1969 a 1978, que diversos meios de comunicação tiveram que habituar-se aos mecanismos que o Estado utilizava para controlar as informações veiculadas. Este processo de início era realizado pelas Forças Armadas, mas depois passou a ser de responsabilidade do Ministério da Justiça e, por fim, da Polícia Federal. Entre as ações desempenhadas estavam: a ocupação dos prédios por militares, atos de vandalismo, como também o fechamento de órgãos da imprensa. A orientação do

Governo para a imprensa era que deveriam além de informar, orientar a população para que não se opusessem às ordens dos militares.

Diversos estudiosos da história da comunicação no Brasil mencionam que uma das ferramentas para consolidação do Golpe Militar foi a inauguração da *Rede Globo de Televisão*, criada através de um acordo altamente escuso e contestável com o grupo americano *Time-Life*. Nesta linha, a revista *Caros Amigos*, num especial chamado “Mídia: A grande batalha para a democracia” coloca que “a Rede Globo é o melhor exemplo quando se pensa em privilégio para a grande mídia”. Naquele momento, tratava-se da criação de um meio de comunicação que fosse eficiente o bastante para suplantar qualquer ameaça que pudesse surgir contra o poder vigente. Registra-se também neste período que, ao final de 20 anos de ditadura, o Brasil já tinha o quarto maior canal de televisão do mundo, resultado de uma aliança que ofertava a proteção do sistema aos seus aliados. Diante deste cenário, Gioannotti (2004, p. 84) salienta que “em 69, logo após a implantação do Ato Constitucional nº5 (AI-5), que foi a consolidação e radicalização do regime autoritário, a *Globo* leva ao ar a primeira operação em rede do país, com o *Jornal Nacional*”. A partir disto, consagra-se na televisão um programa oficial dos militares, onde não se expunha os problemas do país, tão pouco se falava de economia em baixa.

Com relação a isso, Gellner (1996, p. 110) fala sobre as ferramentas que foram utilizadas historicamente para que os interesses de poucos fossem mantidos, e que hoje permanecem presentes:

Em geral, há duas possibilidades de manter a ordem: a coerção e o consentimento. Os que pretendem perturbar o sistema existente e modificar a distribuição de papéis em proveito próprio são impedidos de fazê-lo, quer através de ameaças, se necessário cumpridas, quer através de restrições internas, que os fazem internalizar um sistema de idéias e convicções que inibe a conduta desviante. Na prática, estes dois mecanismos funcionaram. Eles não existem separados; atuam em conjunto. Acham-se tão intimamente entrelaçados que é impossível desvincular suas contribuições para manter a ordem social (GELLNER, 1996, p. 110).

São meios como os citados acima que perpetuam as relações sociais impondo sobre os mais fracos os ideais dos mais fortes.

Durante a ditadura, embora todos os órgãos da imprensa, em princípio fossem censurados, o acompanhamento dos militares se dava com mais intensidade sobre os jornais alternativos, que criticavam com mais frequência o regime imposto.

Como forma de manter o controle, o governo cooptava seus aliados na imprensa através de questões econômicas, de caráter empresarial da imprensa. Em decorrência da mudança do cenário político, econômico e midiático, a política saiu da cena da imprensa, fazendo com que fosse expulsa dos noticiários. Para suprir esta lacuna, muitos meios de comunicação tiveram que optar pelo apelo às narrativas de sensações, através de notícias sobre tragédias, crimes violentos e hediondos e para o erotismo.

As novelas tiveram papel de protagonistas para a consolidação do modelo econômico e administrativo da televisão no país, adaptando-se ao perfil do público receptor e às inovações colocadas à época, como capacitação de pessoal, emprego de temas inerentes à realidade brasileira, apelo ao melodramático e debate crítico sobre a história eram vividos pelos personagens. Assim, a novela é transformada no produto de maior sucesso da televisão brasileira.

Como já mencionado neste estudo, ao Jornal Nacional coube a tarefa de difundir o projeto político dos militares, mas também registram-se outros jornais que marcaram história, como o *Imagens do Dia*, indo ao ar apenas dois dias após a inauguração da TV Tupi, dia 20 de setembro de 1950, canal 6 de São Paulo, sendo a primeira estação de TV do país. Em janeiro de 1952, outro noticiário é criado pela TV Tupi: o *Telenotícias Panair*. No mesmo ano, na Tupi do Rio, surge o telejornal considerado o mais importante da década de 50: o *Repórter Esso*. Apresentado por Gontijo Teodoro, o jornal era feito de notícias nacionais e internacionais. Em 1953, ele começou a ser transmitido, também, pela TV Tupi de São Paulo. Em 1962, a TV Excelsior passa a exibir o *Jornal de Vanguarda*. No final dos anos de 1970 a TV Bandeirantes reformula o telejornalístico *Os Titulares da Notícia*, que passa, também, a dar voz ao telespectador popular e inova ao valorizar o trabalho do repórter, que deixa de ser apenas um locutor responsável por narrar as informações e começa a fazer parte diretamente da cobertura dos acontecimentos (SECCHIN, 2007).

As relações de poder mudaram no país com a abertura política e com o processo de redemocratização. A década de 1980 representou um tempo de ampla crise econômica, política e social, que tinha como particularidade a exacerbação do

individualismo, pela violência urbana e pela corrupção da estrutura administrativa do Estado. Em seguida, nos anos de 1990, o Estado apresenta-se desmantelado e com a impossibilidade de boas perspectivas no plano econômico. A década de 1990 é marcada ainda pela convergência entre as telecomunicações e a informática e o uso doméstico dos computadores. Em 1995, o Ministério das Comunicações e o da Ciência e Tecnologia liberam a operação comercial da internet no Brasil. Alguns anos depois, o número de internautas já era superior a 2,5 milhões.

Nesta nova fase tudo é visto como transitório e está em permanente construção e reconstrução. O que se adquire hoje como um aparelho de som, celular, computador, equipamentos para uso doméstico etc., talvez amanhã já tenha um substituto que ofereça mais recursos tecnológicos, tornando-se rapidamente obsoletos. Entretanto, o constante lançamento de novos produtos, cria e necessidades até então inexistentes em nossas vidas, marcado não somente pela criação de novas tecnologias, mas também de evolução daquilo que já existe.

Neste sentido, Rousso (apud BARBOSA, 2013, p. 339) comenta que “a percepção do mundo se transformou, passando a ser voltada para o futuro”, numa procura incessante de aquisição de bens que correspondam ao prazer de ter em seu poder algo inteiramente novo, inviável, às vezes, para a maioria da população. O que fica evidente nesta fase é que a comunicação, conforme apresentada na Constituição Federal de 1988 como sendo um direito humano fundamental, tem o tratamento apenas comercial. Com relação a isto, Soares (2013, p. 26) numa reportagem da revista Caros Amigos, intitulada “A ditadura da grande mídia cala o país” chama atenção para o fato de que “no Brasil temos mais liberdade de empresa do que imprensa”. Esta batalha entre dois mundos é que agora entra em cena, acirrando as discussões sobre a necessidade de democratização dos meios de comunicação no país. Mas sobre isto, trataremos mais detalhadamente adiante.

A partir das últimas décadas do século XX, surgem as expressões “sociedade da informação”, “sociedade da comunicação” ou ainda “sociedade em rede”. Estes termos serviram para caracterizar o momento em que se vivia a quebra da noção de espacialidade, removendo-se fronteiras, conectando-se com aparelhos tecnológicos a milhares de distância. Desta forma, Barbosa (2002 apud BARBOSA, 2013, p. 119) aponta:

Na última década do século XX já podíamos enfatizar que a sociedade contemporânea não se definia como tal sem os meios de comunicação. A influência de sua ação na sociedade já era de tal ordem que podíamos dizer que as atividades econômicas, políticas e sociais já eram permanentemente mediatizadas pela adoção de um novo modelo informacional.

Esta transformação social provoca diferentes percepções, como uma sincronia com os acontecimentos, fazendo com que a categoria de espaço fosse alterada, bem como, a forma como se passou a viver a duração do tempo. Isso se dá por um mercado implacável que implantou uma nova lógica simbólica que transforma em passado tudo o que não é a última novidade. Evidencia, assim, uma cultura sem território e caracterizada pela velocidade. Estas palavras especificamente ganharão mais peculiaridade nos anos 2000, quando junto delas estará a aceleração e a mudança, criando-se a obrigação cotidiana de incorporar o novo e renovar a cada instante. Este caminho que idolatra o novo foi uma estratégia implantada pelo capitalismo, usa a tecnologia para renovar seu próprio aparelho produtivo, menosprezando qualquer apelo à cidadania.

Para que o modelo descrito acima tivesse êxito, cria-se uma elite formada por grupos econômicos, políticos e midiáticos, cujo objetivo principal seria formar coalisões que garantissem que seus interesses fossem preservados. Este é o modelo que ainda impera no país, e que nos provoca a fazer uma leitura mais crítica sobre o impacto dos meios de comunicação sobre a vida das pessoas, lembrando que esta decisão é dificultada pelos detentores do poder pelo fato de apresentar um grande risco para a convencional comunicação social privada, já que o espectador na era atual se torna também produtor de conteúdo. Assim, esse instrumento de acesso já é encontrado em vários lugares e linguagens. Por exemplo, ao acessar um site e poder se expressar por meio dele, isto representa a liberdade de expressão na prática, pois ao mesmo tempo em que ele possibilita o acesso às informações, instrui e possibilita o debate e a inserção de novas e inesgotáveis ideias. Esses indivíduos passam a ser o "público receptor", onde lhes é possibilitado interagir com provocações que dão sequência as discussões que alimentam as páginas principais de conteúdo. Essas discussões representam avanços significativos ao ocorrerem em domínio público, pois quanto maior a quantidade de pessoas e ideias em debate, maiores e mais complexas é o resultado dessas discussões.

Dentro destas inovações tecnológicas, podemos citar o telefone celular, que oferece liberdade de interação e condução do processo comunicacional. Dessa forma, sobre eles, a Agência Nacional de Telecomunicação (Anatel), acusava que no final de 2000, já existiam mais de 23 milhões de telefones em todo o mundo. Dessa maneira, segundo a Teleco – Inteligência em Telecomunicações, dados preliminares da Anatel indicam que o Brasil terminou Jul/13 com 267,0 milhões de celulares e 134,81 celulares/100 habitantes. Estas informações podem ser confirmadas pela tabela abaixo:

Quadro 1 – Celulares em jul./2014

	Jul/12	Dez/12	Jun/13	Jul/13
Celulares	256.410.790	261.807.903	265.741.217	266.999.184
Pré-pago	81,49%	80,55%	79,43%	79,23%
Densidade	130,49	132,79	134,35	134,81
Crescimento Mês	279.723	1.764.471	215.322	1.257.967
	0,1%	0,7%	0,1%	0,5%
Crescimento Ano	14.179.287	19.576.400	3.933.314	5.191.281
	5,9%	8,1%	1,5%	2,0%
Crescimento em 1 ano	36.058.078	19.576.400	9.610.150	10.588.394
	16,4%	8,1%	3,8%	4,1%

Nota: celulares ativos na operadora. Densidade calculada com a projeção de população do IBGE (Rev. 2008) para o mês respectivo.

Fonte: Teleco (2014).

Já com relação ao mercado brasileiro de TV por assinatura, o jornal Valor Econômico, em reportagem de março de 2013, diz que este mercado encerrou fevereiro com 16,662 milhões de assinantes, o que representou um crescimento de 25% em relação ao mesmo mês do ano passado (BOUÇAS, 2013). Na comparação com janeiro deste ano, houve um incremento de 0,98%, com a adição de 161,8 mil novos usuários. As informações são da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel).

Considerando o número médio de 3,2 pessoas por domicílio, divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (apud AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES, 2013), o serviço de TV por assinatura atingiu aproximadamente 53,3 milhões de pessoas no país. Em fevereiro do ano passado, o serviço de TV por assinatura atingiu 43,9 milhões de brasileiros.

Entre as operadoras, a NET/Embratel manteve a liderança, com 8,711 milhões de assinantes. No mês, a companhia registrou uma adição de 72,3 mil assinaturas. Em relação a fevereiro do ano passado, o crescimento foi de 19,5%.

Em seguida está a SKY/Directv, que registrou uma adição de 71,8 mil novos assinantes, para 5,217 milhões de usuários. O incremento em relação ao ano passado foi de 30%.

A Oi encerrou fevereiro com uma adição de 17 mil assinaturas, passando a 809,2 mil. Em um ano, a companhia elevou em 117,9% o número de assinantes.

A Telefônica, por sua vez, registrou uma queda de 19% nas assinaturas em relação a fevereiro de 2012, para 564,9 mil assinantes. Em relação a janeiro deste ano, no entanto, houve uma recuperação, com a adição líquida de 21,3 mil novos usuários.

Em seguida estão a GVT, com adição de 16,6 mil usuários e total de 468,2 mil assinantes; Algar, com adição de 2,5 mil assinantes, para 118,3 mil; e ViaCabo, com aumento de 557 assinantes no mês, para 108,5 mil. Em resumo, é cada vez mais crescente a influência deste meio de comunicação na vida dos brasileiros. É preciso também alertar que este meio passou por uma mudança considerável quando foi aprovado pelo Congresso Nacional o PL 116/2010, que regula o setor de TV por assinatura.

De acordo com reportagem divulgada pelo site “Observatório do Direito à Comunicação”, em janeiro de 2012, cujo título era “Caminhos para regulamentação nova lei” (RIBEIRO, 2012) registrava que a TV por assinatura, segundo a Anatel, desde 2010 apresenta um crescimento de 30% ao ano, foi o objeto principal da Lei 12.485/11, sancionada em setembro de 2011, que tramitou no Congresso por quatro anos e que passa agora por regulamentação, tanto por parte da Anatel quanto pela Agência Nacional de Cinema (Ancine).

A lei trouxe mudanças significativas, nem todas visíveis aos usuários. Entre elas, a criação do Serviço de Acesso Condicionado (SeAC) que coloca sob as mesmas normas modalidades de TV por assinatura antes regulamentadas de forma diferenciada. Há hoje três tipos principais de tecnologia possíveis para o serviço: satélite (DTH), microondas (MMDS) e por cabo. Para o assinante, independente da tecnologia, o serviço era o mesmo: pagar para ter acesso a um conjunto de canais. Porém, do ponto de vista regulatório havia diferentes normas para cada uma dessas tecnologias, como por exemplo, o carregamento obrigatório de canais públicos para

o cabo e a dispensa dos mesmos para os serviços oferecidos via satélite ou microondas. Com a nova lei, o carregamento obrigatório dos canais públicos passa a ser válido para todos, acaba o limite ao capital estrangeiro e a atuação das operadoras de telecomunicações no mercado TV a cabo é permitida.

Uma inovação também apresentada na legislação é a aplicação das normas para qualquer empresa que comercialize conteúdo audiovisual organizado em canais de programação, independente se ofertado pela televisão, internet ou telefone celular. Esta inovação estabelece que pacote de canais já oferecidos por operadoras de telefonia celular ou por provedores de internet também estão submetidos às novas regras do SeAC. Os canais apresentados de forma avulsa (canais a la carte), bem como outros conteúdos com horário definido de programação (como filmes e esportes oferecidos pelo Pay-per-view) são passíveis também da regulação desta lei.

Mais alguns dados importantes foram levantados pela Teleco- Inteligência em Telecomunicações (ESTATÍSTICAS..., 2014):

Quadro 2 - Assinantes/conexões

Milhões	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<u>Celulares</u>	99,9	121,0	150,6	174,0	202,9	242,2	261,8
<u>Telefones Fixos</u>	38,8	39,4	41,3	41,5	42,0	43,0	44,3
<u>Banda larga</u>	5,7	7,7	10,0	11,4	13,8	16,3	17,0
<u>TV por Assinatura</u>	4,6	5,3	6,3	7,5	9,8	12,7	16,2
<u>Usuários de Internet</u>	32,5	39,0	62,3	67,5	73,9	79,9	94,2

Fonte: Teleco (2014).

Quadro 3 - Densidades

por 100 hab.	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<u>Celulares</u>	53,6	64,2	79,2	90,5	104,7	123,9	132,9
<u>Telefones Fixos</u>	20,8	20,9	21,6	21,6	21,7	22,0	22,5
<u>Banda larga</u>	3,1	4,1	5,3	5,9	7,1	8,4	8,6
<u>TV por Assinatura</u>	2,5	2,8	3,3	3,9	5,0	6,5	8,2

Fonte: Teleco (2014)

Quadro 4 - Domicílios

% com	2005	2006	2007	2008	2009*	2010	2011
Rádio	88,0%	87,9%	88,1%	88,9%	87,8%	81,4%	83,4%
Televisão	91,4%	93,0%	94,5%	95,1%	95,6%	95,0%	96,9%
Telefone (Fixo ou Celular)	71,6%	74,5%	77,0%	82,1%	84,1%	87,9%	89,9%
Microcomputador	18,6%	22,1%	26,6%	31,2%	34,6%	38,3%	42,9%
Microcomputador com acesso à Internet	13,7%	16,9%	20,2%	23,8%	27,3%	N.D.	36,5%
Total de Domicílios (milhares)	53.114	54.610	55.770	57.557	58.566	57.324	61.292

Nota: Até 2003, não inclui a população da área rural de Rondônia, Acre, Amazonas, Roraima, Pará e Amapá. *Em 2009 o PNAD revisou os valores devido as novas estimativas utilizadas para o cálculo dos pesos para expansão da amostra.

Fonte: Teleco (2014)

Ainda para melhor aprofundamento da questão dos meios de comunicação, observaremos alguns dados apresentados pelo IBGE PAÍSES (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2014), onde é possível promover um paralelo com determinados países da América Latina.

Quadro 5 - Linhas telefônicas 2012 – a cada 100 habitantes

PAÍS	NÚMEROS
Argentina	24,87
Bolívia	8,71
Brasil	21,88
Paraguai	5,87
Peru	12,55
Uruguai	28,55
Venezuela	24,91

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2014).

Percebe-se que neste quesito, o Brasil encontra-se em quarto lugar em número de linhas telefônicas a cada 100 habitantes, ficando atrás do Uruguai, Venezuela e Argentina, considerando este meio de comunicação forma de acesso às tecnologias de informação e comunicação. É interessante pensar que num passado recente, poucas pessoas tinham telefones em suas residências e as que tinham, pagavam muito caro. Antigamente, havia uma relação de compra e venda das linhas, e, além disso, recebiam-se ações da empresa que comercializava as linhas telefônicas. Com a reformulação do sistema brasileiro de telecomunicações, esse modelo antigo deixa de existir e, hoje em dia, o/a cidadão/ã simplesmente solicita a instalação de uma linha e paga pela assinatura mensal e uso que faz da mesma.

Quadro 6 - Assinantes telefonia celular – 2011 – a cada 100 habitantes

PAÍS	NÚMEROS
Argentina	134,92
Bolívia	82,92
Brasil	124,26
Paraguai	99,40
Peru	110,41
Uruguai	140,75
Venezuela	97,78

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2014).

Já com relação à assinatura de telefonia celular a cada 100 habitantes, o Brasil aparece em terceiro lugar, perdendo para Uruguai e Argentina.

Quadro 7 - Número de computadores pessoais – 2009 – a cada 100 domicílios

PAÍS	NÚMEROS
Argentina	38,92
Bolívia	20,10
Brasil	32,29
Paraguai	19,00
Peru	19,74
Uruguai	47,56
Venezuela	16,13

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2014).

Sobre o número de computadores pessoais a cada 100 domicílios, o Brasil ocupa a vaga também de terceiro lugar, ficando atrás novamente do Uruguai e Argentina.

Quadro 8 - Usuários com acesso à internet – 2011 – a cada 100 habitantes

PAÍS	NÚMEROS
Argentina	47,70
Bolívia	30,00
Brasil	45,00
Paraguai	23,90
Peru	36,50
Uruguai	51,40
Venezuela	40,22

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2014).

No que se refere a usuários com acesso à internet a cada 100 habitantes, novamente o Uruguai ocupa o primeiro lugar, a Argentina o segundo e o Brasil o terceiro lugar. Mesmo diante desta disparidade, os brasileiros ocupam o primeiro lugar entre os povos que mais tempo ficam conectados (média de 3 horas por dia). Os principais locais de acesso são Lan Houses (31%), residências (27%) e casas de parentes e amigos (25%) (SEBRAE, 2014).

Ainda sobre as tecnologias de informação, convém destacar o papel desempenhado pelas redes sociais na vida dos brasileiros atualmente. Segundo o

site do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE), maior empresa privada de pesquisa da América Latina e a 13ª maior do mundo, “entre os 53,5 milhões de usuários ativos da internet no Brasil é difícil encontrar quem não acesse algum tipo de rede social em casa ou mesmo no trabalho” (INSTITUTO BRASILEIRO DE OPINIÃO PÚBLICA E ESTATÍSTICA, 2013). Descrevem que sites como o Facebook e Twitter tem ganhado cada vez mais a atenção e o tempo dos brasileiros que navegam na rede.

Apresentam ainda que, de acordo com dados do Netview, do IBOPE Media, em janeiro de 2013, essas páginas e outras agrupadas na subcategoria comunidades, que incluem também blogs, microblogs e fóruns, atingiram mais de 46 milhões de usuários, o equivalente a 86% dos internautas ativos da internet no período. No mesmo mês do ano passado, esse total era de 40,6 milhões de usuários, um crescimento de aproximadamente 15%.

Nota-se que o número de usuários segue uma tendência constante de crescimento. Em julho de 2009, ano de lançamento do Twitter, o total de usuários da subcategoria era cerca de 31,6 milhões de pessoas. Já em julho de 2010, o número saltou para 33,7 milhões e no mesmo período de 2011, já atingia 37,9 milhões.

Mesmo diante do exposto até aqui, pode-se perceber que uma boa parte da sociedade ainda está inferiorizada e destituída de informações e práticas que promovam reflexões críticas sobre estratégias para romper com tempos sombrios de violação de direitos, pois diariamente tem sua atenção desviada para assuntos que não dão um sentido qualitativo para suas vidas. Isto implica entender que é preciso criar condições de luta por um novo projeto societário, em que cada cidadão/ã possa imprimir um sentido às suas vontades objetivas e subjetivas de modo a considerar as suas reais necessidades, em oposição aos ditames do capital, mas em defesa da igualdade real na vida cotidiana, com liberdade.

Diante dos fatos, é preciso ter claro que o que prevalece hoje é a lei de mercado, onde a incerteza gera a fragilidade dos indivíduos que se sujeitam a regulação que lhes impõe regras que insistem em cercear sua liberdade e cidadania. A maneira de enfrentar esta dura realidade é lutar para que a liberdade de expressão seja alcançada por todos, indiferente de classe social, idade, religião, fomentando a diversidade e a pluralidade. É garantir o acesso democrático e de qualidade à educação que lhes inicia em um contexto que apresente possibilidades amplas de acesso a recursos audiovisuais. Mas antes de tudo, é preciso se impor

criticamente sobre a correlação de forças que forma a política de comunicação no Brasil, que ora privilegia os interesses do Estado, disseminando e formando a opinião pública de acordo com seus objetivos políticos partidários, ora atende as exigências de lucro do setor privado, num cenário que mantém as estruturas do poder. Isto implica reconhecer o impacto da informação na conformação do pensamento, na propagação de valores e costumes dominantes.

Moraes, Ramonet e Serrano (2013, p. 20), se referem a isto pontuando alguns elementos:

[...] as principais características do sistema midiático são, primeiro: evidencia a capacidade de fixar sentidos e ideologias, interferindo na formação da opinião pública e em linhas predominantes do imaginário social. Em segundo lugar, demonstra desembaraço na apropriação de diferentes léxicos para tentar colocar dentro de si todos os léxicos, a serviço de suas conveniências particulares. [...]. Em terceiro lugar, incute e celebra a vida para o mercado, a supremacia dos apelos consumistas, o individualismo e a competição.

Esse processo vai se ampliando na medida em que o mercado publicitário obtém resultados mais satisfatórios no que se refere a incutir nas pessoas os desejos de consumo, e conseqüentemente, seu lucro. A partir disso, cria-se uma máquina de influir na opinião pública, difundindo ideias, em maior ou menor grau, à lógica que atendesse os interesses do capital. Vê-se a partir disso a mídia não somente como aparato tecnológico, mas como associação de um suporte tecnológico, uma linguagem adequada e uma estratégia de ação precisa e clara. Sobre isso Chaui (2006, p. 39) coloca que o capital vai se organizando como forma de alimentar o “consumo imediato, sobretudo à medida que pesquisas de mercado indicavam que as vendas dependiam da capacidade de manipular desejos do consumidor e até mesmo de criar desejos nele”.

Percebe-se que nos últimos anos o interesse dos movimentos sociais pela política de comunicação cresceu, principalmente pela demanda tecnológica que exige rapidez na transmissão das informações, por meio de blogs, site, e-mails, redes sociais etc., viabilizando “certa” liberdade de expressão. Nesse aspecto, servimo-nos de Marx quando descreve:

O inevitável estado-maior das liberdades de 1848, a liberdade pessoal, a liberdade de imprensa, de palavra, de associação de reunião, de educação, de religião, etc., receberam um uniforme constitucional que as fez invulneráveis. Com efeito, cada uma dessas liberdades é proclamada como direito *absoluto* do cidadão francês, mas sempre acompanhada da restrição à margem, no sentido de que é ilimitada desde que não esteja limitada pelos “direitos iguais dos outros e pela segurança pública” ou por “leis destinadas a restabelecer precisamente essa harmonia das liberdades individuais entre si e com a segurança pública (MARX, 2008, p. 33).

Dessa forma, é preciso sim refletir sobre a ditadura midiática que ainda impera no Brasil, resultante de leis ultrapassadas, defendidas, em grande parte, pela elite conservadora do país, rodeada de privilégios. E para que essa reflexão se opere, convém destacar qual o real papel dos meios de comunicação de massa em uma sociedade considerada democrática.

Na história da comunicação no Brasil, nota-se que os seus movimentos em um primeiro momento parecem estranhos e distantes aos nossos olhos, mas em seguida, percebem-se pequenas referências de processos que perduraram no momento que denominamos presente. Assim, este capítulo objetivou apresentar informações que possibilitam compreender o alcance dos meios de comunicação na determinação de padrões de vida, bem como a necessidade de ampliar esta discussão para interpretações mais apuradas sobre as informações propagadas pelos meios de comunicação de massa e seus rebatimentos na viabilização do acesso aos direitos.

Para que seja possível alcançar direitos por meio do acesso à informação, as esferas públicas, como são os meios de comunicação, devem ser plurais e diversos. E para que isto aconteça, é necessária uma regulação positiva e afirmativa. Não se pode aceitar que a pluralidade e a diversidade que o mercado hoje oferece, seja o suficiente.

1.1 A LUTA PELA DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO NO BRASIL

Ao analisar a história da comunicação no Brasil, vamos perceber que a forma como se estruturam os meios de comunicação é decisiva para a organização da sociedade. Deste modo, não há como pensar a comunicação hoje no Brasil sem ater-se ao modo com que a legislação sobre o assunto é construída no decorrer dos

anos e quais determinações estão presentes. Assim, antes de tudo, analisemos alguns aspectos legais envolvendo a temática.

Partimos do pressuposto que para chegarmos ao patamar de discussão em que estamos inseridos hoje, muita luta se fez presente.

Foi a partir da Constituição Federal de 1988, por meio da mobilização⁸ de dezenas de representantes da sociedade civil⁹, entidades ativistas e pesquisadores que partilhavam do mesmo ideal, se apresentou e compôs a Constituição Cidadã, especialmente o Capítulo V – que trata da Comunicação Social. Envolveia principalmente conceitos relacionados ao impedimento do monopólio ou oligopólio dos meios de comunicação de massa e estabeleciam princípios para a radiodifusão sob concessão pública (rádio e televisão), bem como a liberdade para manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação. Apresentava-se como forma de banir definitivamente a censura no país.

Percebe-se que muito do que poderia ter ocorrido de avanço foi impedido por interesses tanto do legislativo quanto do executivo em acordos obscuros com dinastias familiares, deixando à mostra que as poucas normas regulamentadas deixam muito a desejar no que se refere a direitos legítimos da sociedade, levando-se em conta os avanços tecnológicos existentes desde então.

Não obstante a isto, Venício Lima¹⁰, em reportagem para o Observatório da Imprensa, intitulada “Constituição: Bodas de Prata sem Festa” (LIMA, 2014), esclarece:

Decorridos 25 anos de promulgação da Constituição de 1988, e apesar da batalha travada ao longo do processo Constituinte de 1987-88 em torno das questões relacionadas ao setor de

⁸ Destaca-se que esses mecanismos foram propostos num contexto de mobilização da sociedade civil, do processo Constituinte e promulgação da Constituição de 1988, que introduziu avanços que buscaram corrigir as históricas injustiças sociais acumuladas secularmente, mas incapaz de universalizar direitos tendo em vista a longa tradição de privatizar a coisa pública pelas classes dominantes (BRAVO, 2009).

⁹ Marx descreve que “o termo “sociedade civil” apareceu durante o século XVIII, quando as relações de propriedade não correspondiam mais à comunidade antiga e medieval. A sociedade civil, como tal, só pode se desenvolver com a burguesia; no entanto, a organização social que se desenvolve imediatamente a partir da produção e do intercâmbio e que forma em todos os tempos a base do Estado e do resto da superestrutura idealista, sempre tem sido indicada por esse mesmo nome”. (MARX, 2006, p. 64)

¹⁰ Venício Artur de Lima é um dos mais reconhecidos analistas dos meios de comunicação no Brasil. Como professor de Ciência Política da Universidade de Brasília (UnB), fez parte do grupo de docentes e pesquisadores que mostrou, de forma pioneira, a necessidade de políticas públicas para democratizar as comunicações, nos anos de 1980. Como assessor do Congresso Nacional, acompanhou a batalha pela aprovação do capítulo da Comunicação Social da Constituição de 1988.

comunicações, a maioria das normas e princípios, tanto incisos do artigo 5º (capítulo 1, do Título II, “Dos Direitos e Garantias Fundamentais”) quanto artigos do capítulo V, “Da Comunicação Social” (do Título VIII, “Da Ordem Social”), não logrou ser regulamentada.

Mesmo diante deste quadro, o que se viu posteriormente foi acontecer desregulamentações e privatizações durante os anos 1980 e 1990, os grandes grupos avançaram sem maiores restrições legais na América Latina. Diante deste cenário, adotaram uma postura centrada em alcançar mercados mais seguros e rentáveis, estabelecendo parâmetros de produção, distribuição, difusão e circulação de conteúdos que lhes proporcionassem crescente rentabilidade.

De fato, as maiores mobilizações organizadas pela sociedade em prol da regulamentação dos artigos da Constituição que tratam da Comunicação Social no país são relevantes, mas apresentam-se insuficientes frente ao descaso com que o poder público trata a questão, inclusive privatizando um direito público. Desta forma, as corporações midiáticas seguem, de forma estratégica, impedindo que qualquer iniciativa que ameace seus interesses rentáveis e econômicos possam ser discutidas ou problematizadas. Nesta contenda, o que se percebe é que a sociedade fica à mercê dos ditames particularistas que envolvem a mídia, não dispendo de condições para realizar uma análise mais profunda sobre a relevância da democratização da comunicação rumo à evolução civilizatória e aprofundamento dos direitos de cidadania, conforme apresenta Marx: “[...] indivíduos determinados, que, como produtores, atuam de uma maneira também determinada, estabelecem entre si relações sociais e políticas determinadas.” (MARX, 2006, p. 50).

Significa reconhecer que a subjetividade do indivíduo é construída e reconstruída no jogo das relações sociais e, assim, indivíduo e sociedade, compõem uma mesma realidade, da qual sofrem influência direta e constante das informações que os rodeiam.

Este círculo vicioso de prevalência de interesses empresariais e políticos sobre os interesses coletivos vem se arrastando pelos mais diferentes governos, que não conseguem romper com as amarras que dificultam a regulamentação da comunicação. Trata-se de uma ação que requer muita coragem, pois significa lutar contra os maiores formadores de opinião já acostumados a ditar as regras sem grandes dificuldades, pautando todas as produções em parâmetros mercadológicos.

O Observatório da Imprensa publicou um artigo chamado “Concessões de TV e rádio: velhas práticas e o conformismo,” (BARONE, 2008) onde apresentou um levantamento interessante feito pelo jornalista Daniel Herz e sua equipe sobre a liberação de outorgas de rádio e TV promovida pelo governo de José Sarney:

Em menos de três anos o presidente havia liberado 527 concessões e permissões, a maior parte para parlamentares que posteriormente votaram pela aprovação do quinto ano de seu mandato. Era a comprovação de que as licenças de veículos de comunicação eram usadas como moeda de troca no Congresso Nacional (BARONE, 2008).

E, ainda, para além do que o jornalista Daniel Herz apresentou, trata-se de um interesse explícito de não incomodar a oligarquia¹¹ midiática em nome de certa “estabilidade” para seus governos e ações, fortalecendo os interesses das corporações sobre o tema, retirando do conjunto da sociedade informações precisas sobre os impactos da mídia hoje posta no Brasil, e como esta repercute no estabelecimento de seus padrões de vida.

Já Rodrigues (2011) também realiza uma análise sobre o panorama brasileiro das comunicações:

O obsoleto Código Brasileiro de Telecomunicações, de 1962, aliado a uma série de decretos presidenciais, portarias ministeriais, instruções normativas, várias vezes contraditórios entre si, ajudam a perpetuar o caos nessa pulverização jurídica que só beneficia os donos do poder (RODRIGUES, 2011, p. 4).

Sobre a importância da regulamentação dos artigos da Constituição Federal (BRASIL, 1988) referentes à Comunicação no Brasil, interessante comentário também é trazido por Dênis de Moraes¹² em reportagem denominada “Uma luz no fim do túnel na luta pela regulação da mídia” (MORAES, 2012), onde coloca que existe uma ação direta de inconstitucionalidade, em tramitação no Superior Tribunal Federal (STF) desde 10 de dezembro de 2010, em nome do Partido Socialismo Liberdade (PSOL). Esta ação ficou paralisada quase um ano e

¹¹ Segundo Michaelis (2014) 1 Forma de governo em que o poder está nas mãos de um pequeno grupo de indivíduos ou de poucas famílias. 2 Predomínio de uma facção ou grupo na direção dos negócios públicos.

¹² Dênis de Moraes é professor do Departamento de Estudos Culturais e Mídia da Universidade Federal Fluminense e pesquisador do CNPq e da Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro Faperj.

meio pela demora do procurador-geral da República, Roberto Gurgel, em divulgar seu parecer. O jurista Fábio Konder Comparato, em 2012, recorreu ao STF contra a protelação e agora veio a público o parecer favorável do procurador-geral. A ação tem teor e objetivos semelhantes à que havia sido protocolada por Comparato em 18 de outubro de 2010, representando a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) e a Federação Interestadual dos Trabalhadores em Empresas de Radiodifusão e Televisão (Fitert). A petição requer ao STF que determine ao Congresso proceder à regulamentação de três artigos da Constituição (220, 221 e 223). Entre as normas pendentes estão a criação de uma legislação específica sobre o direito de resposta, a proibição de monopólio ou oligopólio dos meios de comunicação e a definição de critérios sociais para produção e programação exibida pelos veículos.

Em sua argumentação, detalhada no prefácio do livro de Venício de Lima, *Liberdade de expressão vs. liberdade de imprensa: direito à comunicação e democracia* (COMPARATO, 2010), Fábio Comparato argumenta que as liberdades públicas e privadas não podem ser afetadas pela ausência de regulamentação da comunicação. A Constituição de 1988 declarou livre a manifestação do pensamento (artigo 5º, inciso IV), mas deixou a regulamentação do princípio para a legislação ordinária – o que jamais foi feito, inclusive porque, como assinala Comparato, o “Congresso Nacional é sistematicamente paralisado pela pressão dominante das empresas de comunicação”. O jurista ressalta ainda que:

Se, numa sociedade de massas, as opiniões, ideias, protestos ou propostas só podem ser manifestados publicamente através dos meios institucionais de comunicação social, é evidente que esse espaço, por natureza pública, não pode ser apropriado por particulares, atuando em ambiente não regulamentado (COMPARATO, 2010, p. 9).

Ele salienta também que liberdade de expressão está indissociavelmente vinculada aos direitos públicos e às aspirações coletivas, sem qualquer subordinação a interesses privados ou ambições particulares. E acrescenta:

Nunca é demais repetir que público opõe-se a próprio. Público é o que pertence a todos. Próprio, o que pertence exclusivamente a um ou alguns. A comunhão ou comunidade é o exato contrário da propriedade. Nesse sentido, pode-se dizer que a liberdade de expressão, enquanto direito fundamental, não pode ser objeto de propriedade de ninguém, pois ela é um atributo essencial da pessoa humana, um direito comum a todos. Ora, se a liberdade de

expressão se exerce atualmente pela mediação necessária dos meios de comunicação de massa, estes últimos não podem, em estrita lógica, ser objeto de propriedade empresarial no interesse privado (COMPARATO, 2010, p.10).

Contudo, é preciso esclarecer que ações que buscam a regulação destes artigos não podem e nem devem ser vistas como forma de censura, desrespeitando liberdades individuais e coletivas, como querem passar os proprietários empresariais. Ao contrário, devem ser ordenadas no sentido de garantir o pluralismo, protegendo a variedade informativa, impulsionando a livre expressão e apoiando a produção cultural nacional, regional e independente.

Esse ponto chave merece destaque quando citado em uma entrevista realizada com Venício Lima pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) (VALENTE, 2012), quando perguntado sobre “quais são as principais insuficiências do modelo brasileiro de regulação da comunicação?”

A regulação atual perpetua um problema histórico da sociedade brasileira, que é a exclusão da imensa maioria da população da gestão da coisa pública. As questões básicas referem-se à impossibilidade da universalização da liberdade de expressão. E aí há o paradoxo: exatamente os grandes meios de comunicação, que impedem essa universalização, empunham a bandeira da liberdade de expressão (VALENTE, 2012).

Nota-se certo desvirtuamento do termo liberdade de expressão quando ligado aos interesses dos que controlam as comunicações no país, empregando-a conforme seus interesses, ficando muito aquém do que a grande maioria da população entende efetivamente por liberdade de expressão.

Outra questão importante levantada foi sobre “quais mecanismos o novo marco regulatório precisa criar?”:

É fundamental definir uma agência autônoma para a área de radiodifusão, que expresse a separação entre telecomunicações e radiodifusão. Isso existe nas principais democracias liberais do mundo. Outro ponto importante é a criação de conselhos estaduais de comunicação, como órgãos auxiliares do Poder Executivo¹³. São

¹³ Para avançar nesta questão, vale ressaltar que a Política de Assistência Social defende os Conselhos como órgãos deliberativos e não somente como auxiliares. Incorporamos o texto de Raichelis (2011, p. 40), para quem “atualmente, estes conselhos vêm se organizando em diferentes setores das políticas sociais e estão assumindo importância crescente como espaços de participação social nas diferentes esferas da ação governamental. A composição mista e paritária e a natureza deliberativa de suas funções, como estabeleceu a formatação legal que orienta sua

fundamentais para o exercício da liberdade de expressão. Isso está previsto na Constituição em nível federal. Temos que regulamentar o Artigo 221 da Constituição, que trata da comunicação social. É preciso lutar para que as garantias do Artigo 5º também sejam incluídas. O direito de resposta é uma delas e está esquecido desde a derrubada da Lei de Imprensa pelo Supremo Tribunal Federal (VALENTE, 2012).

Neste caso, considera-se que o direito de resposta traduz um direito de acesso do cidadão/ã aos órgãos de comunicação social, no intuito de ter levado a público, pelos mesmos meios de veiculação, a sua resposta em face daquela informação veiculada.

Nesta mesma entrevista, Lima explicou como é a relação dos grupos de mídia com o poder político e econômico que sustenta os interesses particularistas.

Há um modelo tradicional de barganha política, consolidado na ditadura militar. Os coronéis eletrônicos exercem uma influência na formação da opinião pública de duas formas. A primeira é direta, porque controlam o acesso ao debate público. A segunda é indireta por impedirem eventuais concorrentes em uma disputa eleitoral de terem acesso a esse debate. Há um desvirtuamento do processo democrático, que favorece a esses grupos políticos em vez de facilitar a universalização da liberdade de expressão. Um dos pontos críticos na legislação brasileira, que favorece essa apropriação, é o artigo 54 da Constituição, que trata da presença de eleitos para cargos públicos em concessões de rádio e TV. Como o Congresso Nacional ratifica as concessões definidas pelo Executivo, existe a situação absurda de concessionários interferirem diretamente no processo de aprovação das licenças. Uma mesma pessoa é poder concedente e concessionário. Isso não pode existir (VALENTE, 2012).

Sobre este cenário, Chaui (2006, p. 73), esclarece que:

Do ponto de vista econômico, os meios de comunicação são empresas privadas, mesmo quando, como é o caso do Brasil, rádio e televisão são concessões estatais, pois estas são feitas a empresas privadas; ou seja, os meios de comunicação são uma indústria (a indústria cultural) regida pelos imperativos do capital.

Dessa forma, visualiza-se esta relação também como forma de exercer o poder nas instâncias econômico e ideológico do povo, através da persuasão e intimidação social e cultural.

implantação, constituem uma das principais inovações democráticas no campo das políticas sociais no país”.

E sobre isso, Chaui (2006, p. 73) continua:

O porte dos investimentos e a perspectiva de lucros jamais vistos levaram grupos proprietários de bancos, indústria metalúrgica, indústria elétrica e eletrônica, fabricantes de armamentos e aviões de combate, indústria de telecomunicações a adquirir, mundo afora, jornais, revistas, serviços de telefonia, rádios e televisões, portais de internet, satélites etc.

Uma leitura crítica deste panorama é capaz de captar os interesses de reprodução automática do capitalismo, através de ações e efeitos sociais que instituem o espaço e o tempo público com fins particularistas, que tem na informação uma reciprocidade verdadeira e definida nas relações sociais que se estabelecem a todo o momento, sustentando uma representação imaginária de uma democracia perfeita.

De acordo com Moraes (2013), conclui-se que se torna insuperável a exigência de legislações antimonopólicas de comunicação, sobretudo na radiodifusão sob concessão pública, em função da penetração social e dos requisitos de interesse coletivo que as empresas concessionárias de canais de rádio e televisão devem cumprir para desempenhar suas funções de informar, esclarecer e entreter. Coloca também ser “impossível imaginar uma democratização efetiva da vida social, com livre circulação de informações e pluralismo, diante do desmedido poder dos impérios midiáticos”. São necessários mecanismos legais eficazes para desenfrear a concentração e a oligopolização no país. É preciso permitir transparência às formas de concessão, regulação e fiscalização das licenças de rádio e televisão.

Ainda sobre a democratização da mídia no país, Mielli (2012), traz em seu editorial que há três anos, acontecia em Brasília a 1ª Conferência Nacional de Comunicação. A Confecom foi uma conquista dos movimentos sociais, realizada de 14 a 17 de dezembro de 2009 no Centro de Convenções Ulysses Guimarães, em Brasília/DF, foi convocada pelo Governo Federal, coordenada pelo Ministério das Comunicações, e contou com a participação de representantes do Poder Público, da Sociedade Civil e da Sociedade Civil Empresarial. Um espaço plural e democrático que aprovou propostas de políticas públicas de comunicação, visando o desenvolvimento nacional, a inclusão social, a redução de desigualdades regionais e um ambiente mais plural, diversificado e democrático nos meios de comunicação.

Apresenta também neste artigo que as mais de 600 resoluções da Confecom permanecem, em sua quase totalidade, engavetadas na Esplanada dos Ministérios e que o compromisso do então governo Lula e posteriormente do governo da presidente Dilma Rousseff era, com base nestas resoluções, apresentar à sociedade brasileira um projeto de novo marco regulatório para as comunicações, que seria alvo de uma consulta pública. Quase cinco anos se passaram e nenhuma iniciativa foi tomada. Diante deste cenário de falta de vontade e atitude do governo em se enfrentar esta pauta essencial para o aprofundamento da democracia brasileira, o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação¹⁴ (FNDC) – em conjunto com dezenas de outras entidades do movimento social – lançou a campanha “Para expressar a liberdade! Uma nova lei para um novo tempo”. A campanha busca provocar reflexões sobre a importância de o Estado enfrentar a pauta da comunicação para garantir que a liberdade de expressão seja exercida por todos e todas e não apenas pelos donos dos meios de comunicação. Sobre isto, João Brant, radialista, integrante do Coletivo Intervozes e membro da coordenação executiva do FNDC – entidade responsável pela iniciativa da campanha, em artigo para a Revista MídiaComDemocracia, salienta que:

Os direitos de se expressar, de se ver representado e de ter acesso à informação são diariamente cerceados pela mídia brasileira, pois os proprietários dos meios de comunicação, no caso da radiodifusão, concessões públicas, sempre decidiram o que a população deve ver, ler e ouvir. A democratização da comunicação é condição necessária para a democratização do país (MIELLI, 2012, p. 19).

As vias pelas quais a grande oligarquia midiática constrói seu império são reforçadas por um efeito social que agenda literalmente o que as pessoas pensam, discutem e pautam suas opiniões. Assim, estabelecem prioridades, hierarquizam os acontecimentos conforme visões de determinados grupos, e neste caso, dos que detém o poder da informação.

O novo marco regulatório foi criado para garantir o direito à comunicação e a liberdade de expressão de todos, de forma que as diferentes ideias, opiniões e pontos de vista, e os mais diversos grupos sociais, culturais, étnico-raciais e políticos tenham abertura para se manifestar em igualdade de condições no espaço público

¹⁴ Para mais informações, ver: www.fndc.org.br

mediático. Nesse sentido, ele deve reconhecer e afirmar o caráter público de toda a comunicação social e desenvolver as ações que envolvem os processos regulatórios em interesse público.

Nardi (2006, p. 184) percebe este movimento quando coloca:

[...] independente desta e de outras críticas, tem-se, no Estado democrático, a possibilidade de discutir politicamente, criticar estes dispositivos e transformá-los. O que Castel reforça na sua argumentação é que a propriedade social permite o exercício igualitário de direitos, uma vez que desacorrenta os trabalhadores do jugo da necessidade, ao contrário de quando se está submetido ao imperativo da sobrevivência ou à dependência do outro.

É neste sentido que é relevante discutir os ideais democráticos sobre a égide da comunicação, sem perder de vista os fortes traços que as políticas públicas no Brasil carregam de divisão estrutural e de forte desigualdade que sustentam as formas de dominação da contemporaneidade.

Após a verificação do caso brasileiro, algumas experiências nos dão ânimo para uma mudança mais profunda no que diz respeito à regulação da comunicação no Brasil. Diferentes lugares apresentam grandes avanços neste sentido, como por exemplo: a Argentina¹⁵, a Bolívia¹⁶, o Equador¹⁷ e a Venezuela¹⁸.

Com relação a isto, Moraes (2011, p. 61) apresenta que “os presidentes Hugo Chávez, Evo Morales, Rafael Correa e Cristina Kirchner são ostensivos na rejeição ao monopólio da mídia e ao seu desmedido predomínio na vida social”. Levantam a bandeira da tomada de consciência do povo para a importância dos meios de comunicação primarem por defender os valores da vida, e não os valores do capital.

De qualquer maneira, o que se percebe é que a mídia comercial, apesar de não assumir esta posição, tenta de maneira sorradeira, tolher as iniciativas

¹⁵ Na Argentina, a Presidente Cristina Kirchner promulgou a Lei nº 26.522 no dia 10 de outubro de 2009, completando no ano de 2013 quatro anos de sua aprovação. A referida lei regula os serviços de comunicação audiovisual na Argentina, tratando-se de um texto que foi aprovado pelo Congresso que envolveu de modo contundente os principais veículos de imprensa e de radiodifusão.

¹⁶ Na Bolívia, em 2009, Evo Morales lançou o jornal Cambio. A proposta do jornal estatal é fornecer a informação sem discriminação, sem racismo, sem exclusões e com igualdade.

¹⁷ O governo equatoriano foi o primeiro a criar um jornal estatal, no ano de 2008, e hoje conta com dois jornais, um chamado El Ciudadano e o outro chamado El Verdadero. Ambos divulgam notícias que outros meios de comunicação se recusam a divulgar.

¹⁸ Na Venezuela, em 2009, foi criado o jornal Correo del Orinoco. Hugo Chávez afirmou à época que o jornal foi concebido para reforçar o enfrentamento com o “terrorismo midiático”.

governamentais de pluralidade e diversidade nos meios de comunicação, mesmo dos países mais progressistas, inclusive utilizando os substantivos “censura” e “mordança” para combater e desqualificar as intervenções regulatórias.

No Brasil, contamos com a TV Brasil. Conforme divulgado pelo site (TV BRASIL, 2014) da emissora, a mesma veio atender à antiga aspiração da sociedade brasileira por uma televisão pública nacional, independente e democrática. Sua finalidade é complementar e ampliar a oferta de conteúdos, oferecendo uma programação de natureza informativa, cultural, artística, científica e formadora da cidadania.

Criada em dezembro de 2007, a TV Brasil é gerida pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC), também responsável pela Agência Brasil, Radioagência Nacional, TV Brasil Internacional, Rádios MEC AM e FM, além das Rádios Nacional do Rio de Janeiro, Nacional AM e FM de Brasília, Nacional da Amazônia e Nacional do Alto Solimões.

Neste sentido, convém discutir profundamente quais os interesses do mercado nas relações sociais, comerciais e culturais estabelecidas em todo o mundo no que concerne à comunicação, onde, a todo o momento, seus objetivos comerciais se sobressaem aos interesses públicos. E é exatamente neste cenário que o Estado apresenta-se incapaz para monitorar e regular o ambiente midiático através de uma análise mais criteriosa sobre a qualidade do que é ofertado e em que condições isto se dá. Assim, o Estado não assegura o desenvolvimento democrático e igualitário da sociedade, e muito menos exerce seu papel de intervenção estatal, cobrando da mídia um comportamento responsável.

É desta maneira que vemos diariamente o acesso à informação ser negligenciado, através de novas mentiras e meias verdades distribuídas pelos meios de comunicação e pelo próprio Estado, num movimento que nos emudece diante das conveniências acordadas e da ineficiência do controle público.

A partir do contexto aqui apresentado de análise da comunicação, vê-se a necessidade em aliá-la às outras lutas dos movimentos sociais para ganhar força e lutar contra a falta de vontade política. E, neste sentido, o Serviço Social deve somar-se a estas lutas com o propósito de opor-se às injustiças sociais e garantir direitos.

CAPÍTULO 2

O SERVIÇO SOCIAL E A COMUNICAÇÃO: CAMPOS DE DIREITO E AÇÃO POLÍTICA

*A injustiça, fonte do direito que a perturba, é hoje
mais injusta do que nunca no sul do mundo, no norte
também, mas tem pouca ou nenhuma existência para
os grandes meios de comunicação que fabricam
a opinião pública em escala universal.*

Eduardo Galeano

O Conselho Federal de Serviço Social (CFESS), na Gestão 1996/1999, inaugurou a discussão sobre a comunicação no Serviço Social por meio de um documento chamado “A Beleza Está nas Ruas”, apresentado no 10º Congresso Brasileiro de Assistentes Sociais (CBAS), realizado no Rio de Janeiro, em outubro de 2001.¹⁹

A partir deste momento, o conjunto CFESS-CRESS instigou a reflexão e elaborou as primeiras diretrizes para a Política Nacional de Comunicação, aprovada em setembro de 2001, em Belo Horizonte (MG). Em 2006, organizou-se o 1º Seminário de Comunicação, com vistas a uma discussão mais amadurecida sobre a temática, e tendo consciência do papel fundamental desenvolvido pela comunicação dentro da área. Assim, foi possível aprofundar este assunto, de forma a visualizar capacidade de avanços e firmar uma política que priorizasse a comunicação como bem público e direito de cidadania. No ano de 2007, foi publicada a primeira versão da Política Nacional de Comunicação do conjunto CFESS-CRESS.

Os Encontros Nacionais do conjunto CFESS-CRESS, desde 2006, tem renovado a importância da comunicação para a categoria de assistentes sociais, para os usuários, para outras categorias profissionais, bem como para a sociedade como um todo, na direção de reafirmar o Projeto Ético-político Profissional, conforme destacado por Braz (2009, p. 8):

Trata-se de uma projeção coletiva que envolve sujeitos individuais e coletivos em torno de uma determinada valoração ética que está intimamente vinculada a determinados projetos societários presentes

¹⁹ Número de trabalhos apresentados nos CBAS que tratavam do serviço social e a comunicação: 12º CBAS (2007): 1 (um); 13º CBAS (2010): 6 (seis); 14º CBAS (2013): 9 (nove).

na sociedade que se relacionam com os diversos projetos coletivos (profissionais ou não) em disputa na mesma sociedade.

Todavia, os/as assistentes sociais, através de seu compromisso ético-político, devem chamar a atenção para a necessidade de fortalecimento de uma atuação política que lute pela defesa da informação como direito do/a cidadão/ã, como instrumento de disputa hegemônica, refletindo sobre as manobras utilizadas pelo capital para conquistar sua hegemonia, como classe dominante, especialmente no campo das comunicações, marcado pela centralização das informações e negação de direitos.

Em relação à comunicação e ao Serviço Social, em 2010, por meio da compreensão da categoria de Assistentes Sociais e do conjunto CFESS-CRESS, reafirmou-se as possibilidades de intervenção sobre a comunicação, onde, durante o 2º Seminário Nacional de Comunicação, foi revista e atualizada a Política Nacional de Comunicação do conjunto CFESS-CRESS, que objetivava reorganizar as ideias e aprofundar concepções sobre o tema. Tal documento foi fruto de contribuições de vários Conselhos Regionais, tendo sua aprovação no 39º Encontro Nacional do conjunto, realizado em setembro de 2010, em Florianópolis (SC).

Algumas ações foram decisivas para um avanço significativo do conjunto CFESS-CRESS no que concerne à comunicação institucional, como por exemplo, a criação de instrumentos de afirmação do projeto ético-político do Serviço Social e a necessidade de desenvolvimento de estratégias e iniciativas coletivas que dessem visibilidade à profissão, assim como, a possibilidade de tradução da legislação social, com a utilização de uma linguagem que chegasse o mais próximo possível da população e das ações para estreitar a comunicação com a categoria. Isso se deu através de jornais, elaboração de cartilhas e cartazes, banners, outdoors, spots para rádio, adesivos, marcadores de páginas, boletins informativos e outras peças, que estão presentes em vários regionais do país, destacando-se aí a revista *Inscrita*²⁰, produzida com a finalidade de contribuir para o debate crítico dos temas relacionados ao Serviço Social e de incluir cada vez mais o/a assistente social na história de luta por transformações na sociedade brasileira. De acordo com o site do CFESS: “A revista traz artigos que promovem a atualização do conhecimento e, ao mesmo tempo, se caracterizam como um valioso registro histórico das discussões da categoria.” (CONSELHO FEDERAL DE SERVIÇO SOCIAL, 2014b).

²⁰ Criada em 1997, está hoje em seu 14º número.

É importante fomentar o debate da comunicação no Serviço Social como meio de consolidar o Código de Ética (CONSELHO FEDERAL DE SERVIÇO SOCIAL, 1993), que coloca a necessidade de criação de espaços para acesso à informação.

Também sobre este assunto, convém trazer a definição apresentada pelo CFESS sobre os/as assistentes sociais como fontes de informação:

Por ser tratar de profissionais que estudam a realidade social brasileira e trabalham, em sua maioria, diretamente com a população, assistentes sociais podem ser importantes fontes de informação, inclusive para a imprensa. Em situações de violação de direitos humanos, retratadas diariamente pela mídia, é comum encontrarmos análises de profissionais do direito, da psicologia e de outras categorias. Entretanto, o olhar para a questão social nem sempre é levado em conta. Assistentes sociais, em seu trabalho cotidiano, ficam face a face com os problemas sociais. Por isso, podem analisar situações noticiadas pela imprensa diariamente (CONSELHO FEDERAL DE SERVIÇO SOCIAL, 2014b).

Segundo o Conselho Federal de Serviço Social (2014), “são 25 Conselhos Regionais de Serviço Social (CRESS) e 2 Seccionais de Base Estadual. É o segundo país no mundo em quantitativo de assistentes sociais, ficando atrás apenas dos Estados Unidos”. Segundo uma pesquisa realizada pelo conjunto, intitulada “Perfil da Comunicação do CFESS-CRESS” (CONSELHO FEDERAL DE SERVIÇO SOCIAL, 2013), atualmente, 21 regionais possuem algum tipo de assessoria. Se cruzarmos as informações dos CRESS/Seccionais que não possuem comissão de comunicação (cinco no total), somente um regional sem comissão contrata serviços especializados para a área.

Outro passo importante dado pela categoria para disseminação de informações e conhecimentos produzidos foi a criação da Revista *Temporalis* em 2000, editada pela Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa em Serviço Social (ABEPSS). De acordo com a Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa em Serviço Social (2014), a revista se destina a publicação de trabalhos científicos sobre temas atuais e relevantes no âmbito do Serviço Social, áreas afins e suas relações interdisciplinares.

Neste contexto, há que se considerar também outras estratégias fundamentais implementadas pelo conjunto (algumas vezes em parceria com a ABEPSS) para ampliação do espaço da categoria e dar visibilidade social da

profissão. Para tanto, foi investido na contratação de especialistas em comunicação social, especialmente jornalistas, em vários conselhos regionais, rompendo com o amadorismo. Sobre isto, registra-se um enorme avanço, pois houve várias contratações em caráter definitivo desses especialistas nos conselhos regionais, mesmo diante das dificuldades financeiras. Outra questão que deve ser lembrada é a formação de comissões de comunicação, assinalando a relação entre projeto profissional e projeto ético-político, com vistas a reafirmar a comunicação como direito humano. Segundo a Política Nacional de Comunicação, a Comissão de Comunicação deve estar estruturada da seguinte forma:

Composta por conselheiros/as, a comissão busca criar mecanismos para engajar o CFESS-CRESS na luta pelo direito à Comunicação no Brasil, em diálogo com outros movimentos sociais, entidades e demais instâncias de trabalhadores/as organizados/as, procurando assegurar o direito humano à comunicação como um direito da categoria e da sociedade. Coordena estratégias comunicativas que viabilizem e ampliem o acesso à informação qualificada sobre as causas, pautas e lutas da categoria, tais como campanhas e veiculação de notícias em rádios, jornais, informativos, cartilhas, entre outros. Viabiliza edição de livros, divulgação de eventos e coordena o trabalho da assessoria de comunicação. Tem a responsabilidade de buscar espaços de colocar a voz dos/as assistentes sociais nos diversos espaços públicos democráticos disponíveis (rádio, televisão, jornais, revistas e entre outros) (CONSELHO FEDERAL DE SERVIÇO SOCIAL, 2010).

A Política Nacional de Comunicação também traz as atribuições de uma assessoria de comunicação, composta por profissionais de diferentes formações, com atribuições distintas e um campo amplo de atuação.

Uma pesquisa realizada em 2013 pelo conjunto CFESS-CRESS sobre o seu perfil de comunicação, trouxe um dado interessante sobre a organização da comunicação dos CRESS de todo o Brasil. Ao responderem a referida pesquisa, 80% disseram possuir em sua estrutura uma Comissão de Comunicação, com uma frequência de encontros das comissões, contribuindo para o estabelecimento de uma rotina de assessoria de comunicação e, conseqüentemente, um maior número de ações efetivas na articulação entre o Serviço Social e a comunicação. Em geral, foi constatado que os CRESS/Seccionais que possuem alguma sequência de reuniões tem produzido e divulgado mais suas atividades.

A pesquisa também apontou, com razão, a necessidade de reformulação da Política de Comunicação e que a mesma continua sendo uma referência de trabalho para os CRESS. Isso não só em razão do seu conteúdo histórico e político, mas também pelo seu perfil técnico, ainda que o seminário de 2013 tenha apontado novas formas de pensar e fazer comunicação. O que chama a atenção é que 5 (cinco) CRESS que possuem comissão de comunicação nunca utilizaram a Política de Comunicação. Uma das causas apontadas da não utilização da Política é o imediatismo das tarefas, requerido pela área, frente às demandas.

Observa-se o fato de que nem todos os CRESS tem um site oficial e isto não significa que eles estejam fora da web. Dos 25 (vinte e cinco) regionais que responderam à pesquisa, 23 (vinte e três) também estão no Facebook. Verificamos que aqueles CRESS/Seccionais que não possuem um site oficial, dado os fatores investimento e mão de obra para manutenção, possuem blogs ou perfis em redes sociais, uma alternativa prática e de baixo custo.

A pesquisa menciona também que, para disponibilizar um mínimo de informação à categoria, aqueles regionais que não possuem uma assessoria de comunicação utilizam de sua estrutura administrativa e, principalmente, da própria diretoria, para criar estratégias com o objetivo de manter estes espaços atualizados.

Sobre a periodicidade com que os CRESS/Seccionais atualizam seus espaços virtuais de comunicação, a pesquisa mostra o reconhecimento de todos sobre a importância de manter estes espaços atualizados. Como entidades de caráter público, é obrigatório disponibilizar à categoria (e à sociedade) informes de suas ações. Pensando em suas atribuições precípuas de orientar e fiscalizar o exercício profissional de assistentes sociais, quanto mais materiais disponíveis sobre o Serviço Social (textos, resoluções etc.), maiores as chances de serem acessados. Expõem ao mesmo tempo, que reconhecem a relevância de tal atitude, e o quanto pode contribuir para a formação contínua da categoria e, conseqüentemente, para a melhoria da qualidade dos serviços prestados por ela. Entretanto, colocam que o hábito de leitura pela internet, apesar de ser cada vez mais frequente, não é unanimidade. Além disso, apesar do aumento das possibilidades de acesso à rede mundial (hoje é possível fazê-lo por um celular), isso ainda não está disponível para todas as pessoas, principalmente num país da dimensão do Brasil, com suas particularidades e desigualdades.

21 (vinte e um) CRESS afirmaram possuir informativo impresso. Somente 3 (três) conseguem manter uma publicação bimestral. Outros quatro publicam trimestralmente seu informativo. Os demais possuem uma regularidade no envio de suas publicações.

18 (dezoito) CRESS/Seccionais afirmaram ter revista, mas dado o grau de investimento para produção deste veículo, ele se torna uma meta difícil de ser alcançada. Frente a esta dificuldade, isto acaba replicando da mesma forma nos objetivos propostos pelo conjunto CFESS-CRESS sobre a comunicação no interior do Serviço Social.

Com relação à comunicação audiovisual (vídeos e spots), a pesquisa mostrou que 4 (quatro) CRESS afirmaram produzir estas peças, com plataformas de comunicação e objetivos didáticos.

Sobre a inclusão de informações nos meios de comunicação, a pesquisa indicou diversas dificuldades em inserir a profissão em uma mídia alocada em um sistema com ausência de regulamentação, dominado pela concentração econômica e distribuído nas mãos de um empresariado que utiliza a notícia como mercadoria. Ainda assim, com ou sem assessoria, 18 (dezoito) CRESS/Seccionais afirmaram ter conseguido espaços nos meios de comunicação para divulgação da profissão.

Sobre a linguagem, 24 (vinte e quatro), “quase a totalidade”, responderam que cumpriam a deliberação de 2012 do conjunto CFESS-CRESS que aprovou, no Encontro Nacional, a utilização de uma “linguagem não sexista, incorporando a linguagem de gênero²¹”, empregando uma língua para a liberdade, que não seja sexista, racista e separatista. A decisão do conjunto pelo uso desta linguagem demonstrou a preocupação com o assunto e sua ação pedagógica e crítica à gramática machista, androcêntrica e heteronormativa, bem como, por ser o Serviço Social, uma profissão majoritariamente formada por mulheres. Há consenso de que a linguagem produz efeitos políticos e ideológicos e de que é preciso buscar uma linguagem não sexista.

Na avaliação da pesquisa realizada em 2013, sobre o perfil da comunicação do conjunto CFESS-CRESS, apontou-se que há pouco mais de uma década nenhum CRESS/Seccional possuía assessoria de comunicação. As regiões Sul e Sudeste são as únicas em que todos os CRESS contam com algum tipo de

²¹ Resolução n.º 594/2011.

assessoria, sendo as que mais possuem profissionais de comunicação envolvidos/as nas tarefas da área. Observou-se também o aumento de assessorias no Nordeste, se comparado com um levantamento realizado em 2010, precedendo, na época, o 2º Seminário de Comunicação. Registra-se que a falta de recursos é, sem dúvida, o principal fator para a não contratação de assessorias especializadas na área de comunicação. Ainda assim, verificou-se, através da pesquisa, um esforço dos regionais se comunicarem por meios alternativos, que demandem menos investimentos, como por exemplo, as redes sociais.

Dessa forma, a Política Nacional de Comunicação (CONSELHO FEDERAL DE SERVIÇO SOCIAL, 2010, p. 12) coloca:

Embora presente em muitas ambiguidades, a comunicação é, sem dúvida, uma das importantes características da modernidade e vem evoluindo em estreita relação dialética, e não mecânica, com as relações sociais no modo capitalista de produção. É, portanto, um objeto em constante transformação e fruto de relações sociais que a mercantilizam.

Assim, o meio de comunicação tem em suas mãos poder para controlar e organizar o que a sociedade precisa saber, ou seja, submete a seu mando que tipo de serviço e produto deve ser comercializado e propagado, interferindo direta e indiretamente nas políticas públicas de comunicação. Desta forma, a consciência real do homem o leva a estabelecer relações que exigem a linguagem, a comunicação, e esta se apresenta tão importante hoje porque serve como estratégia de mando, de poder perante as disputas ideológicas e comerciais.

Nota-se que a mercantilização dos meios de comunicação é tão evidente que Capparelli e Lima (2004, p. 21) esclarecem:

Na mundialização, normalmente, as atividades de pesquisas tecnológicas são desenvolvidas dentro de um território nacional. No Brasil, “o maior e melhor centro de pesquisas e telecomunicações da América Latina”, o CPqD, foi transformado numa fundação de direito privado, perdendo seu papel estratégico para o país.

No Brasil, o oligopólio na comunicação é muito forte e se estabelece como propriedade familiar, com incessante intervenção da elite política, de igrejas, impedindo a participação da população neste processo e dificultando também a socialização da informação que não seja para apropriação da riqueza.

José Paulo Netto, em artigo denominado “A construção do projeto ético-político do Serviço Social, comenta:

Todavia, também a experiência histórica demonstrou que, na ordem do capital, por razões econômico-sociais e culturais, mesmo num quadro de democracia política, os projetos societários que respondem aos interesses das classes trabalhadoras e subalternas sempre dispõem de condições menos favoráveis para enfrentar os projetos das classes proprietárias e politicamente dominantes (PAULO NETTO, 2006, p. 3).

Neste sentido, para a categoria de assistentes sociais, segundo o Conselho Federal de Serviço Social (2014), somam-se hoje aproximadamente 120 mil profissionais com registro ativo nos CRESS, a comunicação tem impacto determinante para que se fortaleçam princípios e valores defendidos pela profissão. Assim, todos os anos, o conjunto CFESS-CRESS lança uma agenda, que além das funções comuns a esse tipo de produto, traz também alguns itens especiais, como contatos atualizados dos principais órgãos públicos e entidades parceiras do Serviço Social no país, além de textos diversos sobre a profissão. A publicação apresenta também conteúdo poético e sugestões de filmes e livros voltados ao tema central, que muda anualmente, mantendo sua proposta de ser um espaço de interlocução e formação da categoria. Especialmente neste ano de 2014, o tema é "Assistentes Sociais em Tempos de Luta e Resistência", com o objetivo de identificar, na sociedade brasileira, momentos coletivos de luta em defesa de direitos e políticas sociais de caráter universal, que tenham registrado o envolvimento de assistentes sociais, por meio da participação em movimentos sociais, mas também em lutas e resistências no âmbito institucional e da produção do conhecimento.

Vale ressaltar que a comunicação também deve ser apropriada pela categoria como forma de transmitir para a sociedade e movimentos sociais qual o real papel do/a assistente social²², em sintonia como Projeto Ético-político profissional, distanciando-se de formas assistencialistas e paternalistas de viabilizar

²² [...] a partir de meado dos anos 60, esta conexão entre a imagem socialmente vigente e a autoimagem de seus profissionais começa a se abalar. As décadas posteriores, sobretudo os anos 80 e 90, delineiam um amplo processo de negação das “marcas de origem” da profissão, principalmente entre sua vanguarda e entidades. Ou seja, novos traços passavam a compor a autoimagem profissional, assentada agora em um determinado perfil profissional – voltado aos interesses majoritários da população brasileira, os quais, segundo nossa trajetória histórica, foram subsumidos pelos “pactos de elites.” Sader (1999 apud ORTIZ, 2010, p. 154) e “pelas revoluções pelo alto” (FERNANDES, 1987 apud ORTIZ, 2010, p. 154).

direitos por anos transmitida, bem como firmar alianças que possibilitem debates acerca da necessidade de outro projeto societário, justo e igualitário. Dessa forma, o CFESS, através da Política Nacional de Comunicação, estabelece alguns princípios:

A comunicação como bem público, em contraposição ao monopólio e à mercantilização existente no Brasil; - A comunicação como direito humano, devendo constituir-se como espaço de denúncia a toda forma de opressão, violação e desrespeito aos direitos humanos; - O reconhecimento da dimensão política da comunicação, devendo esta ser utilizada em seu caráter de socialização da informação, denúncia e resistência; - A utilização da comunicação para o fortalecimento dos movimentos sociais e da classe trabalhadora na perspectiva crítica e emancipatória; - A utilização da comunicação para contribuir na denúncia, dando visibilidade às expressões da “questão social” em âmbito nacional e local; - A utilização da comunicação como instrumento de fortalecimento da Projeto Ético-político profissional; - A utilização da comunicação como instrumento de sustentação e defesa dos posicionamentos do Conjunto CFESS-CRESS. (CONSELHO FEDERAL DE SERVIÇO SOCIAL, 2010, p. 20).

Tais princípios propõem ações que dão visibilidade à profissão, fortalecendo o projeto ético-político e ampliando o reconhecimento dos/as assistentes sociais sobre a importância de sua inserção nas diversas mídias (falada, televisionada, escrita, comercial, internet, redes sociais etc.), potencializando canais de comunicação interno e externo que divulguem seus valores e suas atividades.

É como apresenta Marx (2006, p. 78) “as ideias da classe dominante são, em todas as épocas, as ideias dominantes”. Tal constatação nos leva a perceber o quão importante os meios de produção que envolvem a comunicação são relevantes e poderosos, estando no centro da disputa pelo controle do que é difundido na sociedade atual com um alcance antes inimaginável. Desse modo, a reflexão sobre a comunicação no exercício profissional é um grande desafio, pois articula áreas que estabelecem contato direto com fatos, pessoas e acontecimentos.

Ainda de acordo com a Política Nacional de Comunicação (CONSELHO FEDERAL DE SERVIÇO SOCIAL, 2010, p. 17):

Assim, considerando a comunicação, na vida moderna, um dos principais motores do modo capitalista de produção, na atual fase conceituada por Harvey (1993) como acumulação flexível, em que a produção social tem sido cada vez mais coletiva e a apropriação da riqueza se mantém cada vez mais privada e monopolizada por parte do capital, e por entender que a comunicação é um campo de ação política estratégica fundamental para a transformação da sociedade, o Conjunto CFESS-CRESS tem se debruçado sobre o tema,

buscado incorporá-lo ao Projeto Ético-político do Serviço Social, com vistas a reafirmar a comunicação como um direito humano.

Convém assinalar, neste sentido, a relevância do projeto ético-político na profissão para responder às necessidades sociais sobre qual a profissão opera, em consonância com um projeto societário que garanta as liberdades políticas fundamentais, se posicione através dos meios de comunicação²³ a favor da equidade e da justiça social e de fontes informativas que favoreçam a opinião pública, colaborando para o rompimento com o conservadorismo profissional. Este rompimento se deu a partir do final da década de setenta, através do Congresso da Virada, e o mesmo se atualiza conforme as transformações em curso do capital sobre a forma de um (neo) conservadorismo profissional. Não obstante, José Paulo Netto, afirma:

[...] este projeto tem em seu núcleo o reconhecimento da liberdade como valor central – a liberdade concebida historicamente, como possibilidade de escolha entre alternativas concretas; daí um compromisso com a autonomia, a emancipação e a plena expansão dos indivíduos sociais. Consequentemente, este projeto profissional se vincula a um projeto societário que propõe a construção de uma nova ordem social, sem exploração/dominação de classe, etnia e gênero. A partir destas opções que o fundamentam, tal projeto afirma a defesa intransigente dos direitos humanos e o repúdio do arbítrio e dos preconceitos, contemplando positivamente o pluralismo, tanto na sociedade como no exercício profissional (PAULO NETTO, 2006, p. 15).

Neste sentido, pensar as estratégias comunicacionais implementadas pelo Serviço Social como possibilidade de efetivar direitos, significa ultrapassar barreiras postas a uma ação emancipadora, tanto frente ao capitalismo, como também na própria categoria, de forma a efetivar o compromisso ético-político, a ação criativa e propositiva da profissão.

O projeto profissional é fruto de uma de uma luta coletiva que possibilita um embate situado na contracorrente da sociabilidade do capital, que atua em diferentes níveis de exploração, para um patamar qualificado no trato das expressões da

²³ Um canal de comunicação da categoria com a sociedade é viabilizada todos os anos no Dia do Assistente Social, 15 de maio. O CFESS confecciona a arte das peças de comunicação, o que envolve a escolha entre o Conjunto CFESS-CRESS dos temas para as comemorações. Os últimos anos foram: (2013) “Serviço Social na luta contra a exploração do trabalho”; (2012) “Serviço Social de olhos abertos para a educação: Ensino público de qualidade é direito de todos/as”, (2011) “Serviço Social: compromisso de classe por uma sociedade emancipada.”

questão social, como mediações para enfrentamento da desigualdade social e formas de opressão que ainda persistem no tempo presente e o enfrentamento de tais condições só se dará pela via do fortalecimento do movimento democrático e popular, precisamente com o embate às formas neoliberais de se fazer políticas públicas e ao risco da uniformidade das informações e a produção de consentimentos.

Também com relação ao projeto ético-político, Teixeira e Braz (2009, p. 8) colocam que:

O entendimento dos elementos constitutivos que emprestam materialidade ao projeto pode se dar a partir de três dimensões articuladas entre si, quais sejam: a) a dimensão da produção de conhecimentos no interior do Serviço Social; b) a dimensão político-organizativa da categoria; c) dimensão jurídico-política da profissão.

As dimensões apresentadas compõem o corpo material do projeto ético-político profissional que deve ser compreendido como uma construção coletiva, com uma determinada direção social que envolve valores, compromissos sociais e princípios que estão em permanente discussão, exatamente porque encontram-se no centro das lutas entre classes antagônicas na sociedade. Neste sentido, é preciso que sejam realizadas análises precisas das condições subjetivas e objetivas da realidade para a concretização deste projeto.

Teixeira e Braz (2009, p. 4) mencionam que:

Todo projeto e, logo, toda prática, numa sociedade classista, têm uma dimensão política, [...]. Ou seja, se desenvolvem em meio às contradições econômicas e políticas engendradas na dinâmica das classes sociais antagônicas. Na sociedade em que vivemos (a do modo de produção capitalista), elas são a burguesia e o proletariado. Logo, o projeto profissional (e a prática profissional) é, também, projeto político: ou projeto político-profissional.

Os autores nos apresentam que o projeto ético-político imprime certa direção social que, analisada no contexto atual, faz com que o profissional vincule-se a um projeto societário de maior abrangência, que determinará a manutenção ou alteração da realidade posta. Teixeira e Braz (2009, p. 5) ainda afirmam que: “os projetos societários podem ser, em linhas gerais, transformadores ou conservadores”. Ou seja, o projeto ético-político profissional une-se a um projeto de

sociedade, podendo contribuir para provocar transformação ou conservação da ordem social. Nesse aspecto é importante destacar a relevância da interpretação das demandas de classes, de que forma estamos atuando e para quem, em um cotidiano profissional permeado de interesses sociais diversos e antagônicos e, neste sentido, a comunicação é decisiva na luta entre projetos societários, como meios de disputa de hegemonia.

Desta forma, o avanço em relação à comunicação como estratégia política contribui para a legitimidade das mudanças necessárias junto aos profissionais da área, favorecendo a articulação com movimentos sociais e outras categorias, potencializando o exercício profissional, e, para que isso seja possível, é essencial que a categoria perceba o conhecimento e a linguagem como instrumentos de trabalho, uma vez que cada público demanda uma forma de se comunicar diferente e a linguagem, neste sentido, é poder. Por isso a importância de se compreender a relação com os meios de comunicação e ainda o seu papel como educadores sociais e formadores de opinião.

Diante de tudo isso, concordamos com Figueiredo, quando diz:

Quanto às dificuldades caracterizadas como endógenas à categoria, uma delas se encontra, principalmente, na timidez com que o tema é tratado na formação profissional do assistente social. Nestes tempos em que é preciso oferecer maiores informações à sociedade, há pouco estímulo no sentido de desencadear processos que colaborem para uma maior compreensão do papel do assistente social como educador político social (FIGUEIREDO, 2009, p. 333).

É preciso que a formação dos/as assistentes sociais privilegie também as comunicações, levando em consideração aspectos teórico-metodológicos, mas também objetivos que envolvem a relação com a sociedade e os poderes públicos e privados, ampliando o conhecimento acerca dos recursos da linguagem que podem colaborar para imprimir qualidade ao exercício profissional, o que significa potencializar os canais que dão visibilidade às suas competências e atribuições, otimizando os resultados. A partir das exigências na transmissão das informações atinentes ao Serviço Social, é preciso que o/a assistente social assuma um papel mais propositivo e atuante no processo informacional no país no que envolve as expressões da questão social, apropriando-se de uma visão mais crítica dos

recursos tecnológicos e sobre a veiculação dos fatos, como verdadeiros “agentes socializadores da informação” (ARRAIS, 2009, p. 344).

Neste sentido, Figueiredo também menciona:

Entendemos que se o profissional de Serviço Social, desde a formação, se não for estimulado a considerar o processo de comunicação na atualidade, teremos a permanência dos problemas enfrentados: pouco conhecimento sobre as comunicações, seus limites e possibilidades; raros posicionamentos para a sociedade sobre a dinâmica social e seus efeitos sobre a população mais empobrecida; fragilidade na interlocução e na utilização de recurso de linguagens mais adequadas na relação com os usuários do Serviço Social (FIGUEIREDO, 2009, p. 334).

Nesse contexto, o projeto ético-político profissional baliza formas de atuação, determina seus valores e princípios, fixa seus objetivos, direciona como deve ser a relação com o usuário, com a sua e demais categorias profissionais e os movimentos sociais, determina a sua matriz teórico-metodológica etc. Sendo assim, deve-se primar pela qualidade dos serviços prestados. Vale lembrar que de acordo com o Código de Ética dos/as Assistentes Sociais, Capítulo I, Artigo 5º, alínea C: “democratizar as informações e o acesso aos programas disponíveis no espaço institucional, como um dos mecanismos indispensáveis à participação dos/as usuários/as”. Reiteradamente o/a assistente social é chamado/a a intervir de forma qualificada na defesa das legítimas demandas dos usuários, para garantir a democratização das informações, apoiando e consolidando suas necessidades, que por vezes tem sua realidade mascarada e adulterada para minimizar as injustiças e diferenças de classe, em um movimento claro de controle social que busca assegurar condutas, em notícias variadas e pouco aprofundadas, o que Arrais (2009, p. 349) chamaria de “engenharia do consenso”, disseminando o senso comum da cultura contemporânea, como uma forma sutil de censura. Assim, é necessário garantir que a realidade seja enxergada e discutida, apontando suas causas e que ligação tem com outros fenômenos dessa mesma sociedade. Neste sentido, a articulação entre o Serviço Social e a comunicação será decisiva, uma vez que poderá promover reflexões sobre a realidade em que a sociedade está inserida, por meio do acesso e produção de informações que possibilitem a transformação da conjuntura.

Dessa forma, é interessante a conceituação de Braz (2009), ao expor o vínculo explícito entre projeto profissional e projeto ético-político dentro da Política Nacional de Comunicação:

Aprovada pelos assistentes sociais demonstra a maturidade político-profissional que se alcançou, expressa fundamentalmente na compreensão de que o Serviço Social (e os assistentes sociais) tem participação nas lutas por uma outra sociedade, livre de qualquer tipo de exploração e/ou dominação e que precisa, para tanto, de construir seus próprios instrumentos de luta, dentre os quais a política de comunicação se destaca (BRAZ, 2009, p. 386).

É preciso debruçar-se sobre a relação entre o Serviço Social e a comunicação, reconhecendo que ainda há um longo caminho a ser percorrido pela categoria. Grande parte dos profissionais de Serviço Social ainda não reconhece a comunicação como um instrumento de trabalho, que deve ser apropriado como um aliado na luta pela garantia de direitos sociais individuais e coletivos e também como forma de socializar e dar publicidade às informações para contribuir para a qualificação do exercício profissional. Parte destes profissionais apresenta-se diante deste contexto como um típico espectador desatento ou indiferente ao processo de alienação e despolitização dos fatos, em práticas que cultivam valores culturais conservadores. Em relação a este poder desempenhado pela mídia, convém trazer a fala do professor José Paulo Netto (2014) no Seminário Nacional da Editora Cortez, na qual coloca que “a mídia se apresenta hoje como única oposição que funciona neste país.” Assim, fica claro que a interpretação sobre esta realidade em que o profissional de Serviço Social atua, deve ser apropriada como forma de articular estratégias para fortalecimento de seus princípios e valores e ampliação de seu espaço de atuação.

É preciso admitir que os esforços do conjunto CFESS-CRESS são até o momento muito tímidos frente ao avanço tecnológico em que vivemos e a demanda que enfrentamos no contexto profissional. Todavia, é possível dizer que a comunicação ocupa um lugar inexpressível nas discussões da categoria porque ainda não foi materializado, aprofundado suficientemente para que ganhasse papel de destaque nos debates que envolvem as expressões da questão social.

É possível viabilizar a materialização dos princípios do Código de Ética do/a Assistente Social através da socialização da informação, especialmente quando aborda preceitos que buscam a ampliação e consolidação da democracia, uma vez

que se trata de um projeto profissional vinculado a um projeto de transformação da sociedade, numa aliança com a classe trabalhadora, embutindo determinada direção social ao fazer profissional.

Nesta lógica, que cada princípio pode reverberar sua importância e concretude através de algum meio de comunicação, em processos interativos, mediados pelo Serviço Social, já que estamos inseridos em um contexto tecnológico e devemos estar atentos sobre como é tratada a realidade presente e quais são as projeções futuras e, neste sentido, de que maneira o projeto profissional será colocado em prática nestas circunstâncias, tendo como norte a construção de uma nova ordem social e em seu núcleo o reconhecimento da liberdade como valor ético central.

É necessário dar um passo adiante na interlocução com a mídia para reiterar o nosso compromisso com os princípios do Código de Ética, numa perspectiva interdisciplinar, valendo-se de instrumentos teóricos, intelectuais e práticos necessários ao desenvolvimento e multiplicação deste conhecimento.

Neste contexto, percebe-se também que o Serviço Social tem alguma dificuldade de diálogo com outras áreas do conhecimento. Comunicação é uma delas. São poucas as equipes e os profissionais que percebem que esta é uma necessidade da conjuntura na atualidade²⁴. Reclamam de como a televisão nos mostra, querem ser "bem retratados/as" etc., mas não se dispõem a nenhuma disputa. Quem vem se convencendo do contrário (ainda poucos e poucas) vem fazendo experiências de pesquisas bastante interessantes, como Sales e Ruiz (2009) e Figueiredo (2005).

Ainda dentro da discussão sobre o Serviço Social e a comunicação, situaremos o que Silva (2011), denomina de "eixos articuladores da prática profissional", e qual o seu rebatimento para o assunto que ora se apresenta.

Segundo Silva (2011, p. 222), os "eixos articuladores da prática profissional" são entendidos "como eixos estratégicos, por constituírem estratégias básicas que os autores propõem para viabilizar, operativamente, o Projeto Profissional de Ruptura" São os eixos: Formação de alianças, Educação popular e Investigação-

²⁴ O CRESS-RJ lançou em 2013 um prêmio envolvendo personagens de TV, chamado "Visibilidade Distorcida". A ideia era oferecer um prêmio simbólico para a personagem de ficção que mais fugisse da imagem da profissão. Nesta primeira edição, participaram da premiação personagens que tinham aparecido na TV nos últimos anos. Umbelina, do humorístico "Zorra Total"; Diva, da novela "Insensato Coração"; Wanda, da novela "Salve Jorge"; e "Evelin", do seriado "SOS Hospital".

ação, marcando presença na primeira metade dos anos 1980 até os anos de 1990, e que merecem ser absorvidos pela categoria ainda hoje.

O eixo da “Formação de alianças” fundamenta-se na relação do profissional de Serviço Social com a clientela, com outros profissionais, com movimentos sociais e com organização de trabalhadores, destacando a necessidade de os assistentes sociais superarem a setorização e, conseqüentemente, a fragmentação das políticas sociais, mas implementando a prática de alianças. Segundo Oliveira (1988 apud SILVA, 2011, p. 224):

Somente a ação conjugada dos profissionais e instituições introduzirá efeitos transformadores a nível do coletivo. Como tarefa urgente, propõe-se a adoção de estratégias que rompam com o isolamento e a setorização em que se mantêm os serviços sociais.

Para a discussão do objeto proposto neste estudo, o eixo da formação de alianças, pelo seu fundamento, é o eixo que privilegia o processo de envolvimento com a participação ativa de diferentes segmentos interessados em romper com amarras funcionalistas impostas pelo sistema. Nesta perspectiva, o acesso às informações torna-se um instrumento político de organização e de mobilização da população na garantia de direitos para o alcance da cidadania plena.

Constitui reconhecer que relações de poder se apresentam no cotidiano e que há necessidade de, através de uma prática profissional consciente individual e coletiva, estabelecer um poder compartilhado, onde ambos desenvolvam relação de saber e poder, na perspectiva da transformação social provocada, especificamente neste trabalho, pela informação e autonomia dos indivíduos.

Silva (2011, p. 225) ainda entende que:

A ação do Serviço Social, de prestação de serviços numa perspectiva popular, produz efeitos ideológicos no sentido de fortalecer a participação e organização coletiva, possibilitando alteração de normas na gestão e distribuição de recursos para as camadas populares. A assistência social é, então, colocada como espaço para avanços de consciência e organização, para reivindicação de direitos e apropriação de bens e serviços pelos grupos populares.

Assim, a questão da formação de alianças possibilita ainda a compreensão dos limites e possibilidades da prática profissional, de modo a investir em prática

capaz de transformar as relações sociais e institucionais, fortalecendo a atuação dos setores populares mais vulneráveis da sociedade.

O segundo eixo que se apresenta é a “Educação Popular”, no sentido do assistente social colocar a sua prática a serviço das demandas das classes populares. De acordo com Silva (2011, p. 227) “nesta direção, o assistente social se propõe a trabalhar com as classes populares, viabilizando reflexões acerca do seu dia a dia, contribuindo para a sistematização do saber popular como forma de resistência e luta”.

A educação popular surge como forma de produção do conhecimento, a partir de uma leitura crítica da vivência das pessoas, fortalecendo o saber popular e coletivo. Viabiliza e provoca uma reflexão sobre o cotidiano dos setores populares, que se apresente e organize como forma de resistência à classe dominante. Diante disso, (ARCOVERDE, 1985 apud SILVA, 2011, p. 228) comenta:

Nas ações educativas, os assistentes sociais pretendem não apenas transmitir informações, esclarecer ou orientar as pessoas e os grupos a partir de posições pré-definidas, mas examinar essas posições, referendando a validade da produção coletiva de conhecimento, respeitando a autonomia dos participantes.

A educação popular funda-se, portanto, numa ação-reflexão, com o objetivo de contribuir para a organização/participação junto à população, compreendendo a importância da participação como dimensão política de luta pela hegemonia de classes. E desta forma, o acesso à informação se apresenta determinante e essencial, já que possibilita a conquista de espaços políticos. Silva (2011, p. 229) ainda lembra a “necessidade de trabalhar, também, junto aos indivíduos que, através dos diversos mecanismos utilizados para repassar a ideologia dominante, interiorizam os valores, as normas de conduta, o modo de pensar da classe dominante”.

A partir disso, o/a assistente social deve estabelecer sua prática junto à população, não com práticas neoconservadoras, mas como transformação da realidade imposta, mediante socialização do conhecimento e apoio às lutas populares, numa ação conscientizadora. É o que (OLIVA, 1988 apud SILVA, 2011, p. 230) aborda ao definir que:

A educação popular, ao valorizar o conhecimento da clientela, estimula a sua organização, numa verdadeira integração entre teoria e prática, uma vez que a prática educativa do assistente social facilita a comunicação interpessoal, incentiva atividades de autoajuda e ajuda mútua, e favorece a tomada de consciência a respeito da necessidade de reformas.

Dessa forma, a ação do/a assistente social se constitui como prática educativa social e política dos grupos, incentivando a reflexão da realidade e organização dos setores populares, para elaboração de sua própria concepção de mundo.

O terceiro e último eixo denomina-se investigação-ação. É situado na literatura do Serviço Social no contexto de uma prática educativa, junto à população envolvida, na busca da investigação e construção de um saber. Assim, (SANTOS, 1982 apud SILVA, 2011, p. 233) admite que, “[...] na investigação-ação trabalha-se para armar ideológica e intelectualmente as classes exploradas da sociedade, para que assumam conscientemente seu papel como agentes da história”. Para tanto, apresenta-se como espaço conquistado, por meio de uma opção política, no qual o conhecimento produzido é capaz de gerar transformação da realidade concreta, inserindo-se na dinâmica das forças sociais. Dessa forma, pensar a prática profissional articulada à comunicação, é reconhecer um amadurecimento e avanço da profissão, como um instrumento fundamental para aprofundar o conhecimento da realidade, possibilitando uma capacidade crítica para questionar e até modificar essa realidade, através de meios que possibilitem evitar a manipulação e a tendência de impor ideologias.

É fundamental reconhecer a importância da profissão no que concerne a provocar debates sobre como o fazer profissional pode e deve ser fomentador de direitos, inclusive utilizando-se da interdisciplinaridade com outras políticas públicas para fomentar este movimento, tendo como parâmetro o projeto ético-político profissional, já que, com frequência, os/as assistentes sociais são chamados/as a serem os/as interlocutores/as de segmentos que praticamente já não mais interessa a quase ninguém, mas que ainda sim é a maioria da população do país.

2.1 CFESS MANIFESTA A PARTIR DE 2005

Conhecer como a comunicação é elaborada pelo conjunto CFESS-CRESS no processo de acesso à informação e qual o seu alcance para garantir direitos à população é imprescindível para que a discussão sobre o tema seja aprofundada. Neste sentido, apresentaremos algumas publicações do conjunto, especialmente do CFESS Manifesta, utilizado para dar visibilidade aos seus principais posicionamentos políticos, com forte viés ideológico.

Através de pesquisa junto ao CFESS, por meio de sua assessoria de comunicação e site, constatou-se que seu registro quanto às publicações CFESS Manifesta, data da gestão 2005-2008, cujo lema era: “Defendendo Direitos - Radicalizando a Democracia”.

Elisabete Borgianni, naquele momento, presidente do CFESS, apresentou a publicação explicando que um dos seus principais objetivos era fazer o registro histórico das ações e intervenções políticas do CFESS. Esclarecia que o leitor poderia encontrar pistas e indicativos dos princípios éticos que nortearam as ações do CFESS no período 2005/2008, bem como dos sentidos sociais e políticos impressos na gestão. Intervenções de seus dirigentes em eventos, pronunciamentos coletivos, cartas políticas, e manifestos diversos compõem o conjunto de posicionamentos significativos do CFESS na complexa conjuntura dos últimos três anos no Brasil até aquele momento. Explicava também que CFESS Manifesta foi composto em uma quadra histórica, em que o capital avançava mais e mais em seus propósitos de domínio total das relações sociais, e produzia, nesse processo, uma incontestável agudização da questão social nos quatro cantos do globo. Conjuntura marcada pela ameaça constante à garantia de direitos e de vida digna à maioria dos que compõem a sociedade brasileira, e também pela desproporcional focalização dos interesses da mídia nas denúncias de falcatruas de políticos, empresários e de dirigentes partidários (CPIs dos Correios e Mensalão). Tal focalização serviu para deixar na sombra o perverso corte orçamentário sofrido pelas políticas sociais em 2006 – o que não passou sem forte crítica de muitas entidades e movimentos sociais, coerentes com a luta pela democratização do acesso aos bens públicos.

Apresentou também serem preocupantes no período as ações do governo federal no sentido do que ele vem denominando de “democratização do acesso à educação superior”, na realidade uma falácia das mais perversas, que está

promovendo a evidente precarização do ensino público, além de acentuar ainda mais a mercadorização do ensino nas universidades privadas e a desqualificação da formação superior com a proliferação dos cursos de graduação à distância. Além dos documentos específicos sobre a precarização do ensino e do exercício profissional, o CFESS manifestou-se também contra os emblemáticos cortes nos quadros docentes e técnico-administrativos da (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP). No âmbito da seguridade social foram marcantes os pronunciamentos do CFESS com relação ao Sistema Único de Assistência Social, às políticas de saúde, de previdência social, sobre a questão urbana, os direitos dos idosos, das crianças e adolescentes, das mulheres, dos negros e da população indígena. No âmbito das relações internacionais o CFESS teve forte protagonismo junto ao Comitê Mercosul de Organizações Profissionais de Assistentes Sociais e também não deixou de fazer seu pronunciamento perante a catástrofe do tsunami que varreu a Ásia em 2005, ressaltando os desdobramentos humanos, econômicos e sociais da tragédia. Concluiu a apresentação da publicação dizendo que os textos reunidos mostram, sobretudo, como a direção do CFESS procurou defender em cada uma de suas ações a autonomia da entidade em relação a partidos políticos, governos ou organizações sociais de todo tipo. Retratou-se como os assistentes sociais brasileiros, contando com uma organização sólida e politizada, que se expressa por suas entidades específicas, principalmente pelo conjunto CFESS-CRESS, articulam-se também com outras entidades e movimentos sociais no enfrentamento das graves violações de direitos a que está submetida a população com a qual trabalha.

No primeiro capítulo da publicação CFESS Manifesta (2005-2008), apresenta-se uma análise conjuntural as Conferências Nacionais de Políticas Públicas, posicionando-se sobre as seguintes: Seguridade Social Pública e Universal é Possível e Necessária, Políticas Sociais e o Papel das Conferências, Conferência Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente – 2005, Conferência Nacional dos Direitos da Pessoa Idosa – 2006, Conferência Nacional de Saúde – 2007, Conferência Nacional das Cidades – 2005, Conferência Nacional das Cidades – 2007, Conferência Nacional de Assistência Social – 2005, Conferência Nacional de Assistência Social – 2007.

No segundo capítulo apresentam-se palestras e falas do 34º Encontro Nacional CFESS-CRESS - setembro de 2005, com as seguintes autoras e temas:

Elisabete Borgianni – abertura com o tema: Defender Direitos e Fortalecer Movimentos Sociais: Atribuições Ética, Política e Profissional do Assistente Social para Radicalizar a Democracia. Explicitou “o desafio de analisar, no cenário, quais as propostas que fortalecem os projetos emancipatórios e quais os fragilizam”. Joaquina Barata Teixeira comentou sobre as implicações da Reforma Universitária para o Projeto Ético-Político e Profissional do Serviço Social, com desafios para o conjunto CFESS-CRESS. Ivanete Boschetti explicou sobre a Seguridade Social em Risco: Desafios à Consolidação dos Direitos e a Implantação do SUAS, do qual reafirmava a necessidade de análise e ação perante os desafios e propostas que fortalecem os projetos emancipatórios e os que os fragilizam.

Este capítulo marcou também as reflexões do conjunto sobre o 35° Encontro Nacional CFESS/-CRESS - setembro de 2006, com Elisabete Borgianni na abertura; Juliane Feix Peruzzo falando sobre “A Ofensiva Conservadora na Formação Profissional: Desafios Ético-políticos e Construção de uma Agenda Comum de Enfrentamento pelas Entidades da Categoria”, levantando algumas reflexões, manifestando, não somente os posicionamentos do CFESS, mas do conjunto CFESS-CRESS, da ABEPSS e da Executiva Nacional dos Estudantes de Serviço Social (ENESSO) extraídos da Plenária Ampliada realizada no final de abril daquele ano, em Brasília. Colocava que se tratava de temas, embora tensos, que exigiam dos profissionais, além de cautela, uma reflexão muito contemporânea, muito responsável dada à conjuntura que se estava vivendo.

No encerramento deste capítulo, foi analisado o 36° Encontro Nacional CFESS-CRESS - setembro de 2007, com a abertura de Elisabete Borgianni, que em sua fala trouxe elementos para a ponderação sobre o enfrentando das contradições e dilemas conjunturais, particularmente aqueles que dizem respeito à forte avalanche de precarização que se avizinhava para o Serviço Social no Brasil.

No capítulo III, encontram-se as notas públicas, sendo elas:

- 11/10/2007 - Seminário sobre Saúde Ambiental e Saúde do Trabalhador e suas interfaces com o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC);
- 25/04/2007 - Posicionamento das Entidades Nacionais de Serviço Social sobre criação e proliferação de Cursos de Graduação à Distância;
- 30/04/2006 - Nota Pública sobre Cursos de Graduação à Distância;
- 30/04/2006 - Entidades do Campo Cutista rompem aliança histórica com o CFESS na eleição da Sociedade Civil para o CNAS;

- 20/02/2006 - CFESS Manifesta: Desmonte do quadro docente e técnico administrativo da PUC/SP;
- 17/02/2006 - Informativo CFESS, ABEPSS e ENESSO: O Ensino de Graduação Presencial e à Distância e a Luta pela Qualidade Ético-política e Teórico-metodológica da Formação Profissional;
- 15/12/2005 - Manifesto das entidades CFESS, ABEPSS e ENESSO em relação aos cursos de Graduação à Distância;
- 15/12/2005 - Manifesto das entidades CFESS, ABEPSS e ENESSO em relação ao Fundo de Financiamento Estudantil (FIES);
- Dezembro/2005 - Serviço Social é Profissão. Assistência Social é Política Pública.
- 22/08/2005 - CFESS Manifesta: Não ao corte de orçamento para as Políticas Sociais;
- 18/07/2005 - CFESS Manifesta: A crise política do governo Lula, as falsas saídas e as alternativas possíveis;
- 06/06/2005 - CFESS Manifesta: o Radar Social e o Fim de um Mito;
- - 04/07/2005 - CFESS Manifesta: Avanços e Desafios na Implementação do SUAS; - 19/05/2005 - Manifestação do CFESS sobre os Resultados do Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (ENADE);
- 31/01/2005 - Manifestação do Comitê Mercosul de Organizações Profissionais de Trabalhadores Sociais ante a catástrofe do tsunami;

Dando sequência aos trabalhos desenvolvidos pela gestão anterior, a Gestão Atitude Crítica para Avançar na Luta (2008-2011), lança a coletânea de CFESS Manifesta publicados na gestão no período entre 15 de janeiro 2008 a 14 de maio de 2011. Sua apresentação comenta que a busca irrestrita de acumulação de capital submete à intensa exploração, crianças, adolescentes, mulheres e homens de todas as idades, que são atingidos, também, por formas opressivas expressas na reprodução do sexismo, do machismo, da negação da liberdade de orientação e expressão sexual e da identidade de gênero. Colocam que, em tempos difíceis assim, seguem “sem nada a temer, se não o correr da luta” contra todos os processos de degradação da vida humana.

Por meio de sessenta CFESS Manifesta publicados ao longo da gestão, demonstram a indignação à barbárie cotidiana e ao não cumprimento dos direitos humanos, que submete a população a intensos processos de violação dos seus direitos, com prevalência do desemprego, violência, discriminação, preconceitos e reprodução crescente das expressões da questão social.

Destacam ainda que seguiram atentos e fortes, com atitude crítica e ações concretas, por entenderem que todo dia é dia de gritar e lutar contra a barbárie produzida pela sociabilidade do capital. São tempos, como diz Mauro Iasi (apud CONSELHO FEDERAL DE SERVIÇO SOCIAL, 2011, p. 8), de “[...] dizer que não são tempos de calar diante da injustiça e da mentira”.

Finalizam registrando seus posicionamentos e suas defesas, embebidos pelos princípios e diretrizes do projeto ético-político-profissional, esperando que as análises possam contribuir para desmistificar e criticar os processos destrutivos impostos à maioria da população em sua vida cotidiana.

Nesta gestão, especificamente no ano de 2008, foram desenvolvidas campanhas pelo CFESS com os seguintes temas:

- Dois anos da Lei Maria da Penha: o CFESS tinha como propósito nesta campanha posicionar-se contra todas as situações em que as mulheres foram vitimadas e seus agressores permaneceram impunes, indignando-se e se solidarizando, sem distinção de orientação sexual, com meninas, adolescentes, mães, esposas, tias, avós, madrastas, namoradas, ex-namoradas, noivas, esposas, amantes, (potenciais) vítimas da violência machista e patriarcal;
- Jornada Nacional de Luta pela Reforma Urbana e pelo Direito à Cidade: Objetivou-se com esta discussão apresentar que em uma sociedade profundamente desigual como a brasileira, a conquista do direito à cidade tem sido impulsionada pelas lutas intensas dos movimentos sociais e de setores da sociedade civil comprometidos com a perspectiva da construção de uma nova ordem societária sob os princípios da igualdade e justiça social;
- Direitos Humanos: para refletir e lutar todos os dias: esta campanha mostrou como a violência encrudesce em todas as dimensões da vida social e atinge mais brutalmente os segmentos historicamente explorados

e oprimidos da população. Já no ano de 2009, as discussões se deram em torno dos seguintes temas:

- Direitos Humanos, Trabalho e Socialização da Riqueza do Brasil: apresentou que os assistentes sociais devem acreditar na possibilidade histórica de construção de uma sociabilidade não capitalista, bem como lutar cotidianamente pela garantia e ampliação de direitos, trabalho e radicalização da democracia, em diversos espaços sócio-ocupacionais com a perspectiva de viabilizar a universalização do acesso às políticas sociais.
- 16 anos do Código de Ética do/a Assistente Social: expõem a importância de atitude crítica frente à realidade, sensibilidade, compromisso ético e ousadia política para marcar o tempo e fazer das contradições um movimento que expresse nossa renovada capacidade de resistir, indignar-se e formular respostas competentes, com a radicalidade que o momento presente tem exigido, segundo a direção estratégica do projeto ético-político-profissional;
- Dia Mundial do Serviço Social (instituído pela Federação Internacional de Trabalhadores Sociais - FITS): apresenta que, historicamente, nesta data o Conjunto CFESS-CRESS, as demais entidades da categoria, profissionais e estudantes se reúnem em todo o Brasil, para analisar a realidade, refletir sobre a profissão, e construir respostas coletivas que se materializam cotidianamente nos espaços profissionais e nas articulações políticas como mediações no enfrentamento às expressões da questão social;
- Ampliar e consolidar o direito à Assistência Social requer garantir condições de trabalho: expõe que a defesa da Política de Assistência Social como direito social deve ser situada e empreendida em uma concepção de totalidade;
- Dia Internacional das Lutas Camponesas e Dia Nacional de Luta pela Reforma Agrária: coloca que o CFESS, representando a categoria dos Assistentes sociais que lida com as mais diversas e cruéis expressões da questão social, reverencia o Dia Internacional das Lutas Camponesas e faz suas as reflexões do MST, ao comemorar seus 25 anos de luta, em

janeiro de 2009, ocasião em que reuniu 1.500 trabalhadores rurais sem terra, procedentes de todas as regiões do Brasil, e delegações internacionais da América Latina, Europa e Ásia;

- Dia do/a Trabalhador/a: com o tema “Tempo de lutar pelos Direitos da Classe Trabalhadora”, evidenciou que a história mostra que as conquistas alcançadas pelas forças organizadas do trabalho no mundo se deram com o enfrentamento dos conflitos e dos interesses antagônicos entre o capital e trabalho;
- Dia do/a Assistente Social: com o tema “Começaria tudo outra vez se preciso fosse”, convidava a categoria a denunciar todas as formas de exploração, opressão, violência e violação dos direitos; para lutar pela universalização dos direitos sociais como dever do Estado; para fortalecer as lutas da classe trabalhadora; para defender a redistribuição da renda; para exigir condições dignas de trabalho; para manter forte e viva a convicção de todos/as aqueles que deram suas vidas e seus dias para construir o nosso Projeto Ético Político Profissional;
- Lei de Regulamentação Profissional: 16 anos de sua renovação: coloca que o registro da trajetória da Lei de Regulamentação Profissional remete a pensar sobre as formas de lutas cotidianas que devem ser travadas para romper com a desigualdade que persiste e se expressa nas mais variadas formas de violência em nossa sociedade, e que este deve ser o compromisso profissional do Serviço Social brasileiro;
- Em defesa da Reforma Sanitária e do Projeto Ético- Político do Serviço Social na Saúde: afirmava que as entidades do Serviço Social naquele momento, tinham por desafio articular com os demais profissionais de saúde e movimentos sociais na defesa do projeto de Reforma Sanitária;
- Dia Mundial de Conscientização da Violência Contra a Pessoa Idosa: trazia que no dia 15 de junho, o CFESS unia-se à luta da pessoa idosa pela formação de uma cultura antiviolação; pelo avanço do processo de articulação em rede, para o efetivo enfrentamento desse fenômeno de violação de direitos, e reafirmava o compromisso ético-político das(os) assistentes sociais com a defesa intransigente dos direitos humanos;

- Pelo fim da violência contra a mulher: solicitava forte o empenho de toda a sociedade na defesa da Lei Maria da Penha e contra os ataques que se encontravam no Supremo Tribunal Federal, questionando sua inconstitucionalidade;
- 19 anos de Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA): manifestava a defesa intransigente do que infere o ECA, em seu 19º aniversário, mantendo-se firme na institucionalização de um sistema de garantia de direitos que cumprisse a função estratégica de promoção, defesa e controle social sobre o desenvolvimento da política, a fim de que fossem garantidos os direitos humanos infanto-juvenis;
- Três anos da Lei Maria da Penha: conclamava a categoria de Assistentes Sociais a lutar, em conjunto com outras categorias profissionais, movimento feminista e demais sujeitos coletivos, pela implementação integral desta lei;
- Dia Nacional da Visibilidade Lésbica: com o tema “Respeito à liberdade de expressão sexual”, apresentava o compromisso ético-político do CFESS em defesa da organização e consolidação do movimento de mulheres lésbicas brasileiras, bem como da liberdade de orientação e expressão sexual e identidade de gênero e conclamava a categoria de Assistentes Sociais a implementar a Resolução 489/2006 no cotidiano profissional;
- Dia Nacional de Luta da Pessoa com Deficiência: apresentava que o CFESS se unia às lutas sociais na defesa de políticas públicas que garantissem direitos sociais, redistribuição de renda e participação política e plena em igualdade de condições;
- Dia Latino-americano e Caribenho de Luta pela Descriminalização e Legalização do Aborto: divulgava o apoio do CFESS ao movimento feminista e de mulheres na luta pela descriminalização e legalização do aborto, e conclamava a categoria de Assistentes Sociais a também se somar nesta luta, por reconhecer que o aborto inseguro é uma gravíssima questão de saúde pública e que as mulheres constituem seres éticos capazes de fazer escolhas de forma consciente e responsável;

- Dia Nacional do/a Idoso/a: salientava a importância da luta pela valorização da pessoa idosa e pela sua participação na sociedade e no controle social da política do idoso, mantendo-se coerente com os princípios do código de ética profissional;
- “Socializar Riqueza para Romper Desigualdade”: colocava que o enfrentamento e ruptura com a desigualdade estrutural, reiterada e banalizada, só será possível com a superação da condição que produz a desigualdade: a apropriação privada da riqueza socialmente produzida;
- Para concretizar direitos, escolher as estratégias com manutenção dos princípios: propunha-se a fomentar a articulação entre profissionais e espaços que compõem o campo, na direção de seu reconhecimento e afirmação a partir do refletido diálogo com as diversidades de espaços e problemáticas com as quais lida no cotidiano profissional, mas cuja direção deve guiar-se por uma leitura crítica da realidade compreendida em sua totalidade, e atuação comprometida com os princípios preconizados do projeto ético-político;
- 30 anos do Congresso da Virada: afirmava com convicção que o projeto ético-político profissional só existe porque é resultado da construção coletiva por parte significativa da categoria de Assistentes Sociais, para tanto, seria preciso que o profissional se renovasse constantemente;
- Dia Internacional de Combate à Violência Contra a Mulher: discutia a “Campanha dos 16 dias de ativismo pelo fim da violência contra as mulheres: 20 de novembro a 10 de dezembro”;
- Dia Nacional da Jornada pela Reforma Urbana: discutia que o direito à cidade é um direito coletivo e que, neste sentido, o CFESS se somava aos movimentos sociais urbanos na luta pelo direito à cidade, pela desmercantilização dos bens comuns (como a água, por exemplo), pelo uso socialmente justo do espaço urbano, pela gestão democrática das cidades;
- Dia Internacional dos Direitos Humanos: o CFESS manifestava a necessidade da luta cotidiana contra todas as formas de ação que resultavam em modalidades de opressão e de violência.

Já em 2010, a gestão apresentou os seguintes assuntos:

- 100 anos do Dia Internacional da Mulher: discutia a importância da autonomia, autodeterminação e liberdade para a mulher e convidava a todos para manterem-se corajosos e com atitude crítica para enfrentar as alienações ético-morais profundamente enraizadas na sociedade e com indignação e radicalidade contribuir para a construção de uma outra sociabilidade;
- Dia Internacional das Lutas Camponesas e Dia Nacional de Luta pela Reforma Agrária: apresentava que o CFESS posicionava-se contra todas as ações de criminalização, segregação e aprofundamento da desigualdade social e da pobreza que estavam intrinsecamente vinculadas às violações massivas e continuadas dos direitos humanos e à impunidade dos violadores;
- Dia Mundial do/a Trabalhador/a: apresentava a necessidade de luta pela garantia e acesso aos direitos da pessoa idosa, da infância e adolescência, da população de lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e transgêneros (LGBT) e contra todas as formas de discriminação, preconceito e violação dos direitos;
- Dia do/a Assistente Social: apresentava que era preciso atitude crítica para avançar na luta, homenageando a todos/as assistentes sociais brasileiros e convidavam para fazer do dia um dia de mobilização para enfrentar o desafio de romper a desigualdade, denunciando todas as formas de exploração e opressão que empobreciam as potencialidades humano-genéricas;
- Pelo fim do Fator Previdenciário: colocava que o Serviço Social brasileiro defendia uma proposta de seguridade social universal, com financiamento redistributivo que onerasse o capital e não os trabalhadores, bastando redefinir as prioridades, instituir uma política econômica que estivesse a serviço das necessidades sociais, assegurando que a arrecadação de todas as fontes destinadas ao orçamento da seguridade social fossem utilizadas nas políticas de seguridade social;
- Dia Mundial de Conscientização da Violência Contra a Pessoa Idosa: reiterava o compromisso ético-político com os usuários da Política Nacional

do Idoso e unia-se ao Conselho Nacional dos Direitos da Pessoa Idosa na campanha para criar uma consciência social e política de abrangência universal acerca da existência da violência contra a pessoa idosa;

- Dia Internacional do Orgulho LGBT: defendia que a liberdade de orientação e expressão sexual e a identidade de gênero são dimensões da diversidade humana e por isso integram a agenda de luta do Serviço Social brasileiro;
- PL das anuidades: o Serviço Social defende: apresentava que a aprovação do Projeto de Lei 6.463/2009, ou “PL das Anuidades”, possibilitaria que o CFESS e os CRESS continuassem promovendo ações em defesa dos interesses coletivos do Conjunto e para democratização, ampliação e consolidação dos fóruns de decisão política;
- 20 Anos do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA): colocava que este era mais um enfrentamento que exigia a socialização da riqueza e da política num movimento permanente de luta que colocasse na perspectiva da emancipação humana, o que evidenciava a direção do exercício e de luta consoante ao projeto ético-político profissional;
- Dia Nacional da Visibilidade Lésbica: apresentava que o CFESS luta energicamente contra todas as formas de opressão e pela liberdade de orientação e expressão sexual;
- Dia Nacional de Luta das Pessoas com Deficiência: apresentava o engajamento do CFESS na luta por uma nova sociabilidade em um mundo mais igualitário;
- Dia Nacional do/a Idoso/a: reafirmava o compromisso do CFESS de “lutar por direitos, romper desigualdades”, fortalecendo a luta pela valorização da pessoa idosa na sociedade e pelo seu efetivo protagonismo nos conselhos de direitos e no processo de emancipação humana;
- Dia Nacional da Consciência Negra: apresentava que a data, estabelecida por lei, era uma homenagem a Zumbi, líder do Quilombo dos Palmares, assassinado em 1695. Trazia também que mais do que um momento de valorizar e dar visibilidade à cultura negra, o Dia Nacional da Consciência Negra devia ser dedicado ao combate ao racismo em todas suas expressões e manifestações, um dia de luta em defesa da igualdade real

na vida cotidiana e da diversidade humana e da garantia à população negra do acesso aos direitos sem discriminação étnico-racial e sem racismo institucional;

Dando sequência às publicações do CFESS Manifesta, em 2011, as discussões foram em torno dos seguintes assuntos:

- Dia Internacional da Mulher: colocava a luta pela superação das condições a que estavam submetidas as mulheres e na afirmação do Código de Ética que atingia seus 18 anos;
- 18 anos do Código de Ética do/a Assistente Social: objetivava discutir a construção de um novo tempo histórico em que os indivíduos vivessem sem exploração e sem opressão, como possibilidade inscrita na vida real;
- Dia Internacional das Lutas Camponesas e Dia Nacional de Luta pela Reforma Agrária: reiterava compromissos éticos, políticos e sociais da categoria em se unir às trabalhadoras e aos trabalhadores do campo, na luta em defesa do direito à terra, ao alimento e à liberdade;
- Dia Mundial do Trabalhador/a: defendia as condições de trabalho que assegurassem direitos e o pleno exercício das capacidades humanas;
- O Assédio Moral nas Relações Profissionais: conclamava todas/os as/os assistentes sociais a se inspirarem nos princípios do Código de Ética e a se manterem alertas, atentas/os e fortes, em seus espaços ocupacionais, denunciando essa forma de violência junto ao CRESS de sua jurisdição;
- Dia do/a Assistente Social: chamava a atenção que de as/os Assistentes Sociais precisavam estar cada vez mais “atentas/os e fortes” para reafirmar incessantemente a convicção - teórica, ética e política - de que as transformações das condições objetivas e subjetivas de vida da classe trabalhadora dependem da socialização da riqueza socialmente produzida.

Durante a Gestão Tempo de Luta e Resistência (2011-2014), foi publicado um livro apresentando os temas considerados importantes de serem discutidos pela categoria de assistentes sociais. Na apresentação do livro é delimitado o período entre 15 de maio 2011 e 14 de maio de 2014 para as reflexões.

Descrevem que nos três anos, viveram tempos de degradação da vida humana; tempos de políticas sociais regressivas, pelas quais direitos duramente conquistados são negados; tempos de destituição da classe trabalhadora do acesso à riqueza socialmente produzida; tempos de múltiplas violências. Em contraponto a todos estes processos destrutivos, dedicaram a implementar cotidianamente um tempo de luta e resistência contra estas expressões desumanizadoras instituídas pelo projeto do capital.

Expressam, por meio de 56 edições do CFESS Manifesta, publicados ao longo da gestão, a defesa do projeto profissional do Serviço Social brasileiro, que afirma princípios ético-políticos, valores e direção social radicalmente contrários à lógica da sociabilidade capitalista. Construíram estratégias de luta e de resistência, que possibilitaram afirmar que, apesar dos tempos sombrios de regressão dos direitos, a realidade é contraditória, aberta à dinâmica da luta de classes e à disputa de projetos societários e profissionais. Colocam ainda que disseminaram que a esperança real emerge da vontade coletiva organizada contra o cotidiano de exploração do trabalho e de banalização da vida humana.

Deixam, além disso, registrados seus posicionamentos, desafios e projetos coletivos, fundamentados na capacidade reflexiva para análises profundas da realidade e definição de ações críticas para construir o tempo de organizar a resistência e avançar na luta em defesa de uma sociedade fundada na emancipação humana. Neste tempo de luta e resistência, produziram manifestos que expressaram a luta por políticas públicas de caráter universal; a defesa intransigente dos direitos humanos; o compromisso com a qualidade dos serviços prestados à população; a articulação com os movimentos sociais, tendo como horizonte a conquista de uma sociedade justa, liberta de explorações e opressões. Nesta direção, foram produzidos os seguintes materiais em 2011:

- Dia Mundial de Luta contra a Homofobia: o CFESS manifestava a sua posição de respeito à livre orientação sexual e à livre identidade de gênero, somando-se à resistência coletiva do movimento LGBT, feminista e de todos aqueles que se propõem a desconstruir o patriarcado heterossexista;
- Educação não é *fast-food*: com destaque em 2011, esta campanha gerou grande polêmica ao provocar o debate público acerca da política de ensino superior no Brasil que, no ponto de vista das entidades

organizativas da categoria, tem sido profundamente mercantilizada e discriminatória, já que não garante o acesso ao ensino superior presencial, público, laico e gratuito para toda a população brasileira. Além disso, por meio da campanha, foram denunciados os problemas e irregularidades detectados nos estudos e levantamentos realizados pelos CRESS em diversos cursos de graduação à distância em Serviço Social. Em maio de 2013, foi emitida uma nota do CFESS e da ABEPSS sobre a decisão da Justiça Federal referente à campanha Educação não é *Fast-food*, contendo os seguintes dizeres:

O Conselho Federal de Serviço Social (CFESS) e a Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa em Serviço Social (ABEPSS) vêm se manifestar acerca da decisão, em 1ª instância, da Justiça Federal de Campinas (SP), que condenou as entidades a pagarem uma indenização de R\$ 100 mil por danos morais a Associação Nacional dos Tutores da Educação a Distância (Anated), em decorrência da campanha “Educação não é *fast-food*: diga não à graduação à distância em Serviço Social”. A decisão não considera as disposições constitucionais que garantem o direito de livre manifestação e expressão. O CFESS e a ABEPSS se utilizarão de todos os meios legais e recursais para revertê-la e irão imediatamente recorrer da mesma (CONSELHO FEDERAL DE SERVIÇO SOCIAL, 2013).

O juiz federal Haroldo Nader, da 8ª Vara da Subseção Judiciária em Campinas, determinou que o Conselho recolhesse o material gráfico distribuído e também os vídeos disponibilizados em internet, sob pena de multa diária de R\$ 1.000,00.

Ainda em 2011, outras campanhas marcaram esta gestão, como:

- Pela aprovação do Projeto de Lei (PL) das Anuidades: conclamava a categoria a uma leitura atenta do projeto de lei, para compreender com exatidão o que estava em discussão;
- 18 anos da Lei 8.662/1993: o CFESS convidava toda a categoria para se somar à luta contra a precarização da formação e do exercício profissional, participando ativamente da Campanha Nacional “Educação não é *fast-food*: diga não para a graduação à distância em Serviço Social”;
- Dia Mundial de Conscientização da Violência Contra a Pessoa Idosa: apresentava a importância da conscientização necessária da violência

contra as pessoas idosas, permitindo avançar em estratégias comuns para seu enfrentamento;

- Dia Internacional de Combate às Drogas: o CFESS manifestava apoio ao debate público sobre a legalização das drogas, não somente da maconha, por compreender que o debate público favorecia, a transparência e o caráter democrático necessários à construção de respostas no campo da saúde pública para a realidade de consumo de drogas em nossa sociedade;
- Dia Nacional de Luta pelas 30 horas: expunha que a jornada de trabalho de 30 horas semanais tinha o objetivo de preservar a saúde e a segurança dos/as trabalhadores/as. Por isso, a lei 12.317/2010 deveria ser cumprida para todos/as os/as assistente sociais, independentemente da área em que atuassem;
- Dia Internacional Contra a Exploração Sexual e o Tráfico de Mulheres e Crianças: apresentava a necessidade de fortalecer articulações em âmbito nacional, regional e local de combate e eliminação da violência sexual, garantindo a participação da sociedade nesse processo, juntamente com entidades representativas de categorias profissionais, conselhos de direitos, conselhos tutelares, ministério público, organizações governamentais, entre outros;
- Dia Latino-americano e Caribenho de luta pela Descriminalização e Legalização do Aborto: debatia que defender a legalização do aborto seria garantir os direitos humanos de muitas mulheres que são desrespeitados;
- Dia Mundial da Saúde Mental: apontava para o fortalecimento da luta pela plena efetivação da reforma psiquiátrica e dos mecanismos de atenção aos usuários dos serviços de saúde mental, álcool e outras drogas, articulado com o controle social e movimentos sociais;
- Dia Nacional da Consciência Negra: abordava este dia como um momento especial para que os/as negros/as, assim como a sociedade brasileira em seu conjunto, refletissem sobre as formas de inserção da população negra nessa realidade, tão desigual racial e economicamente;

Já no ano de 2012, as publicações foram em torno dos seguintes pontos:

- Dia Nacional da Luta pela Reforma Agrária e Dia Internacional das Lutas Camponesas: o CFESS se manifestava a favor da reforma agrária e da luta dos/as trabalhadores/as rurais pela terra, porque esta projetava a forcejar a construção de uma nova ordem societária, rumo a uma sociedade sem exploração e sem opressão da vida humana;
- Dia da Luta Indígena: o CFESS se manifestava a favor da necessidade de compreender a realidade de múltiplas diversidades, como mais um desafio que se coloca para a defesa do nosso projeto ético-político profissional;
- Dia do/a Trabalhador/a: apresentava as lutas do conjunto CFESS-CRESS como mediações estratégicas para a defesa de um projeto profissional vinculado à construção de um projeto de emancipação humana, na perspectiva de que a política e a economia formam uma unidade, na totalidade da vida social, e que o horizonte não é o da conquista da democracia formal, da cidadania e dos direitos por si mesmos, descolados da perspectiva da transformação social;
- Dia do/a Assistente Social: manifestava a vontade política do CFESS de prosseguir participando das lutas da classe trabalhadora na defesa da educação como direito, na perspectiva de contribuir para a construção da emancipação humana;
- Dia Nacional da Luta Antimanicomial: o CFESS conclamava a categoria dos/as assistentes sociais e a sociedade para a defesa dos chamados “sem razão” em razão de seus direitos;
- Dia Mundial do Meio Ambiente: colocava a defesa do meio ambiente como a defesa dos direitos do trabalho e da seguridade social pública;
- Dia Internacional de Combate às Drogas: discutia a necessidade dissipar a cortina de fumaça que encobria os verdadeiros interesses que motivavam ações violentas e arbitrarias contra pessoas em situação de rua, usuários/as de drogas e moradores/as de comunidades que convivem com o tráfico de drogas ilícitas;
- Dia Mundial do orgulho LGBT: chamava a atenção para a luta para construção de uma sociabilidade verdadeiramente libertária, com igualdade substantiva e emancipação humana, em que os indivíduos sociais pudessem desenvolver plenamente suas potencialidades;

- Dia Internacional contra a Exploração Sexual e o Tráfico de Mulheres e Crianças: trazia a necessidade de combate a situação de extrema exploração e opressão para o fortalecimento da luta por uma outra sociedade, outra ordem societária sem explorados/as e sem opressão, em cuja organização as questões de raça, etnia e gênero sejam respeitadas e superem os preconceitos;
- Dia Nacional contra a Baixaria na TV: defendia o acesso à informação como direito e condição para a democracia e para a socialização da política;
- Dia Internacional dos Direitos Humanos e lançamento da Campanha de Gestão (2011-2014): apresentava que enquanto houvesse exploração, opressão e violação de direitos, o Serviço Social brasileiro estaria presente na luta e na resistência coletiva, afinal, sem movimento não há liberdade.

Os CFESS Manifesta de 2013 discutiram os seguintes temas:

- Dia Nacional da Visibilidade Trans: fundamentava-se na imperativa necessidade do respeito à diversidade humana;
- Dia Internacional da Mulher: Apresentava que a luta pelos direitos das mulheres tem total sintonia com as do Conjunto CFESS-CRESS, com a materialização do projeto ético-político profissional e com o compromisso com a transformação desta sociedade;
- 20 anos do Código de Ética do/a Assistente Social: colocava que a luta pela transformação do presente e a projeção de uma sociedade sem exploração, sem desigualdades e alienação ganham sentido histórico enquanto um ideário a ser perseguido e que, portanto, é válido historicamente enquanto existirem as determinações que possibilitam a existência destas condições;
- Dia da Luta Indígena: expunha que a questão indígena constituía-se num desafio, diante do qual o Conjunto CFESS reafirmava a necessidade de aprofundamento do debate frente a realidade multifacetada, circunscrita num contexto de múltiplas e diversas determinações;
- Dia Nacional do Trabalho Doméstico: objetivava apresentar um panorama do trabalho doméstico no país, bem como reafirmar a necessidade de garantia de direitos a estas pessoas;

- Dia do/a Assistente Social: defendia que para eliminar a exploração, é indispensável superar o modo de produção capitalista, não deslocando do horizonte a perspectiva da revolução social;
- Dia Nacional de Combate à Violência Sexual Contra Crianças e Adolescentes: apresentava os compromissos assumidos pelo Conjunto CFES S-CRESS no âmbito dessa temática, destacando a defesa dos princípios consignados no Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA);
- Dia Internacional contra o Abuso e Tráfico Ilícito de Drogas: o CFESS, em aliança com outros movimentos sociais, apresentou a discussão política sobre drogas no Brasil, especialmente na articulação com a Frente Nacional sobre Drogas e Direitos Humanos (FNDDH);
- Dia Nacional da Consciência Negra: trazia que a construção de estratégias coletivas de luta deve ser um produto da organização política de toda a população na defesa dos direitos violados historicamente de negras e de negros.

Em 2014 os assuntos já levantados através do CFESS Manifesta, foram:

- Em defesa da juventude brasileira: reafirmava a perspectiva que concebia a juventude como uma construção social e histórica e que, portanto, a/o assistente social deve pautar suas ações na defesa de políticas públicas para a juventude com a juventude;
- Contra a Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares (Ebserh): se posicionava contra a implantação da Ebserh nos hospitais universitários, o implica no compromisso ético-político dos/as assistentes sociais com a defesa dos direitos sociais e contra o projeto do capital na saúde e na educação;
- Dia Internacional da Mulher: apresentava que a vida cotidiana tornou-se um enorme desafio e um processo de luta para que a mulher possa ser reconhecida como um sujeito consciente, livre e responsável sobre sua vida e seu corpo;
- Dia do/a Trabalhador/a: o CFESS prestou homenagem a militância que dedicaram parte de suas vidas à militância política e à defesa intransigente dos/as trabalhadores/as;

- Dia do/a Assistente Social: reafirmava o projeto ético-político da/o assistente social comprometido com a garantia inalienável dos direitos humanos, da democracia e da superação da ordem social capitalista desigual e excludente, na perspectiva de cidades justas.
- Na copa, comemorar o quê? Esta campanha foi elaborada a partir da temática “Serviço social na defesa do direito à cidade no contexto dos megaeventos”, definida pelo 42º Encontro Nacional CFESS-CRESS, realizado em 2013. Trouxe à tona temas que estão interligados, como saúde, educação, segurança, transportes, cultura, lazer, bem como, as relações humanas que as cidades propiciam.

As informações sobre as campanhas desenvolvidas pelo conjunto CFESS-CRESS até aqui apresentadas nos levam a considerar que alguns tópicos são comumente abordados, como por exemplo: Dia do/a Trabalhador/a e Dia do/a Assistente Social, presente em quase todos os anos. Nota-se também a pluralidade em relação ao conteúdo, determinado pelo contexto econômico, social, histórico e cultural, defendendo as políticas públicas como políticas de estado e os direitos como direitos, e não como benefícios. Da mesma forma, apresenta a posição assumida pela profissão frente às contradições e dilemas sociais, enfrentando debates polêmicos como: homofobia, diminuição da idade penal, violência contra a mulher, aborto etc. Não obstante, Chauí (2008, p. 31) enfatiza que “assim, cada fase do espírito humano *leva-o* a criar um conjunto de ideias para explicar a totalidade dos fenômenos naturais e humanos – essas explicações constituem a ideologia de cada fase”. Dessa forma, percebeu-se presente nas publicações do CFESS Manifesta a organização sistemática de conhecimentos técnicos e científicos, desde a formação de ideias mais gerais, de forma a observar efetivamente a realidade, analisando os fatos, o que Chauí (2008, p. 31) também apresenta “que serve de fundamento positivo ou científico para a ação individual (moral) e para a ação *coletiva* (política). É a etapa final do progresso humano”. Neste sentido, reconhecesse o potencial do papel de direcionamento destas publicações sobre a prática dos/das assistentes sociais, como subsídio para a tomada de decisões e posição perante a realidade social, em meio a novas situações que suscitem o esforço do pensamento para compreensão dos fatos.

CAPÍTULO 3

A DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO NO COTIDIANO DOS(AS) ASSISTENTES SOCIAIS

Os meios dominantes de comunicação estão em poucas mãos, que são cada vez menos mãos e em regra atuam a serviço de um sistema que reduz as relações humanas ao mútuo uso e ao mútuo medo.

Eduardo Galeano

A pesquisa teve por objetivo estudar o papel da comunicação no processo de acesso à informação como forma de garantir direitos à população, por meio da organização dos órgãos representativos da categoria de assistentes sociais. O acesso à informação, os direitos, o Serviço Social, à comunicação e a dimensão política da comunicação, fundamentaram a construção do referencial teórico do estudo.

Para melhor compreensão dos sujeitos da pesquisa, faremos uma breve descrição de seus perfis profissionais com intuito de que todos possam conhecer seus campos de atuação, experiência e engajamento político na categoria profissional.

A assistente social Vera Lúcia Armstrong, atua na área de Gestão de Pessoas há 22 (vinte e dois) anos. Formou-se em 1991, pela Faculdade Espírita e está na coordenação da Comissão de Comunicação do CRESS-Pr. há 4 (quatro) anos.

Outra participante da pesquisa é a assistente social Edilene Alves da Costa. Atua a 2 (dois) anos no Centro de Atenção Psicossocial (Caps 2) de Campo Mourão, cuja região abarca 25 (vinte e cinco) municípios. Formou-se em 2006 pela Toledo de Presidente Prudente e esteve na coordenação do Nucess de Campo Mourão durante 5 (cinco) anos. Seu mandato encerrou-se em novembro de 2013.

Também participou da pesquisa a assistente social Cilena Dias Silveira. Atua a 8 (oito) anos no Programa Jovem Aprendiz da Prefeitura de Maringá, cujo Nucess abarca 29 (vinte e nove) municípios. Formou-se em 2002, pela Unioeste – Toledo e esteve na coordenação do Nucess de Maringá durante 3 (três) anos. Seu mandato encerrou em junho de 2014.

Adrielle Carvalho, assistente social do Órgão Gestor e Coordenadora do Centro de Referência de Assistência Social (CRAS) da Prefeitura de Cornélio Procópio a 2 (dois) anos, também participou da pesquisa. Formou-se pela PUC de Curitiba em 2007. Esteve na coordenação do Nuress de Cornélio Procópio durante 3 (três) anos, encerrando suas atividades na coordenação em maio de 2014. A abrangência do Nuress de Cornélio Procópio é de 22 (vinte e dois) municípios.

Kathiuscia Ap. Freitas Pereira Coelho, Agente Fiscal do CRESS Seccional de Londrina a 4 (quatro) anos e meio, contribuiu com a pesquisa. Formou-se em 2004 pela Universidade Estadual de Londrina. A abrangência do CRESS Seccional de Londrina é de 166 (cento e sessenta e seis) municípios, sendo 7 (sete) regiões.

Roseane Cleide de Souza é assistente social do CREAS do município de Santa Terezinha a 3 (três) anos. Formou-se em 2001, pela Unioeste – Toledo. Coordenou o Nuress de Foz do Iguaçu durante 3 (três) anos e seu mandato se encerrou em março de 2014. A região do Nuress de Foz do Iguaçu abrange 17 (dezessete) municípios.

Daniela Neves de Sousa é assistente social, professora adjunta do curso de Serviço Social da Universidade de Brasília (UNB). Formou-se pela Universidade Estadual do Ceará (UECE) em 2001, compõem o Conselho Federal de Serviço Social (CFESS) e está na Coordenação da Comissão de Comunicação deste órgão - Gestão (2014-2017).

A abordagem feita às assistentes sociais pautou-se no acesso e disseminação das informações sobre as campanhas do conjunto CFESS-CRESS, como instrumento de trabalho, aliado à dimensão política de sua atuação e articulação na categoria.

A discussão sobre o Serviço Social e a comunicação abordada nesta pesquisa remeteu-se às práticas profissionais que efetivamente representam a garantia de direitos. Neste sentido, o acesso à informação e aos direitos são indissociáveis, na medida em que o segundo não se efetiva sem a concretização do primeiro. A pesquisa propôs-se discutir a comunicação efetivada dentro dos órgãos representativos da categoria, seus limites e possibilidades. Nesta perspectiva, a disseminação da informação é uma das importantes atribuições dos/das assistentes sociais que representam tais órgãos, entendendo-o como um instrumento político para que a sociedade civil, e a própria categoria de assistentes sociais percebam

sua posição na disputa em torno de políticas públicas democráticas de comunicação no país.

Desta forma, partiu-se do princípio de que os órgãos representativos da categoria, considerados espaços públicos e plurais, configuram-se como uma importante ferramenta para a gestão pública e para a democratização da coisa pública.

Os diversos significados levantados trazem a dimensão do entendimento que as coordenadoras e representantes têm sobre a Política de Comunicação do conjunto CFESS-CRESS, e sobre que elemento deve ser destacado dentro desta Política para viabilizar o acesso à informação, foram apresentadas as seguintes respostas:

As campanhas que o conjunto faz buscam sempre a visibilidade, e estamos tentando uma inserção em outras mídias, constantemente (VERA – CRESS).

Nunca li a Política de Comunicação, mas no ano passado, durante o Encontro Nacional do CFESS-CRESS, duas colegas minhas foram antes para participar do 3º Seminário de Comunicação. Daí, tive o conhecimento que existe este momento, que eles discutem. Mas, profundamente, não conheço. No ano passado, também participei representando o Nuress do Café com Mídia no Cress, em Curitiba. E lá também ouvi falar bastante sobre a Política de Comunicação do Conjunto e abri um pouco mais meus olhos sobre a comunicação. Na minha opinião, falta divulgação. Hoje existem muitas formas de comunicação, redes. Dá impressão que todos tem acesso, mas talvez seja o inverso (EDILENE – NUCRESS CAMPO MOURÃO).

Para ser sincera, eu não acompanhei, não li este material nenhuma vez. A questão da informação dentro do CRESS e Nuress a gente nunca discutiu isto no coletivo. Não tivemos esta discussão. Então, eu não sei te responder até que ponto este elemento deve ser destacado (CILENA – NUCRESS MARINGÁ).

Eu assisti um Café com Mídia em Curitiba no ano passado falando sobre a comunicação, mas não foi divulgado esta Política de Comunicação. Como eu não conheço esta política, não tenho como responder (ADRIELE- NUCRESS CORNÉLIO PROCÓPIO).

Acredito que as campanhas tem destaque na comunicação do Conjunto CFESS-CRESS, assim como as manifestações e publicações em sites e jornais. Elas ajudam a divulgar as ações, posicionamento político e direção social da categoria. No cotidiano profissional da fiscalização, em especial, o acesso à informação do profissional ainda está centrado nos atendimentos por meio de e-mail e telefone. A fiscalização também chega aos profissionais através de encontros descentralizados com a categoria, chamados diálogos

CRESS. Trata-se de uma forma de reunir os Assistentes Sociais para debater algum assunto específico. Tem também os eventos da categoria. As visitas também dão bastantes resultados. Agendamos previamente com os profissionais de determinada região, por área de atuação, até mesmo para otimizar custos, com atividades durante o dia todo. Para esta comunicação se ampliar, é feito parceria com outros conselhos de classe, como principalmente, o Conselho de Psicologia, vista hoje como a profissão mais parceira. Realizamos isto juntando todos os profissionais, otimizando esta fonte de informação, orientação e até mesmo de fiscalização que é papel do CRESS. Também utilizamos as revistas, como a Fortalecer, que conta com um quadro que apresenta dúvidas mais frequentes apresentadas pelos Assistentes Sociais. O assessor de comunicação do CRESS consulta a seccional perguntando qual a maior demanda para ser colocada na revista. É um papel de esclarecimento e orientação junto aos profissionais. O site também favorece muito a comunicação para se aproximar da categoria (KATHIUSCIA – SECCIONAL DE LONDRINA)

Ouvi falar, mas não cheguei a fazer um estudo sobre ela. Não sei o que ela traz com relação a isto. Mas quando a gente fala da divulgação da informação, eu acho que a participação é essencial, mas não sei dizer que elemento deve ser destacado dentro da Política de Comunicação (ROSEANE – NUCRESS FOZ DO IGUAÇU)

Os princípios éticos do projeto político da profissão de assistente social preveem a luta pela democratização do acesso à informação. Isso significa que o Serviço Social incluiu em suas frentes de atuação a batalha pela democratização da comunicação. Foi nesse sentido que os sete princípios que constam da Política Nacional de Comunicação do Conjunto CFESS-CRESS foram pensados como elementos que sustentam o posicionamento do Conjunto e orientam as estratégias de atuação no sentido da democratização do acesso à informação. Ora, se a mídia hoje é concentrada nas mãos de pouquíssimos grupos (famílias, políticos) no Brasil, associados estes aos interesses das classes dominantes, e o assistente social atua no sentido de garantir o acesso a direitos pela população, nada mais necessário que destacar a importância da luta pela democratização da comunicação como estratégia da classe trabalhadora para avançar nessa disputa de hegemonia. (DANIELA – CFESS)

As falas da maioria das entrevistadas demonstraram a falta de conhecimento da Política de Comunicação do conjunto CFESS-CRESS, o que inviabilizou a resposta sobre que elemento deve ser destacado para garantir o acesso à informação. Percebe-se também que devido a este desconhecimento, não há um conceito construído e elaborado a partir de um referencial teórico sobre o tema. É importante destacar que somente as representantes do CRESS e CFESS apresentaram conhecer a Política de Comunicação, o que denota centralização do

assunto nos órgãos representativos, não estendendo a informação para os coordenadores dos Nucess.

Desta forma, quando o CFESS, através de seus posicionamentos, se coloca a favor da liberdade de expressão e socialização das informações, contraria-se ao não democratizar de fato a sua própria Política de Comunicação, pelo menos no estado do Paraná. Esta situação demonstra também que a comunicação dentro do Serviço Social, ainda aparece como mera coadjuvante nas ações, desprovida de seu potencial de transformação social associado a postura ético-política do/a assistente social.

Em relação ao papel do/a assistente social na garantia do acesso aos direitos através da Política de Comunicação do conjunto CFESS-CRESS, as entrevistadas apresentaram as seguintes respostas:

Penso que as campanhas sempre buscam a garantia de direitos. A deste ano, por exemplo, é sobre o direito à cidade, é sobre o direito que envolve a cidade, é o acesso, questão latifundiária etc. (VERA – CRESS).

Não conheço a Política de Comunicação para responder (EDILENE – NUCRESS CAMPO MOURÃO).

Nenhuma. Eu penso que não chega até o usuário este tipo de comunicação do nosso conjunto CFESS-CRESS (CILENA – NUCRESS MARINGÁ).

Eu acredito que tenha, mas como eu não conheço a política vou falar o que eu acho. Eu acredito que seja através de estar sendo multiplicador das capacitações, que o núcleo tem representado a região, e estar repassando as informações, o mais próximo possível daquilo que estamos sendo capacitados (ADRIELE- NUCRESS CORNÉLIO PROCÓPIO).

Todas as informações do conjunto CFESS-CRESS são socializadas em todos os setores do CRESS, para que possamos “falar a mesma língua”, para que possamos ter a mesma direção social nas ações do conselho (KATHIUSCIA – SECCIONAL DE LONDRINA).

Na verdade, eu lembro que a última publicação que teve desta Política de Comunicação ela falava muito sobre a questão da dominação dos meios de comunicação por alguns grupos. Por exemplo, na última pesquisa que saiu, a família mais rica do Brasil é a família Marinho. Então, é um pouco contraditório, quando você pega lá o início do governo do segundo mandato do Lula, quando a Rede Globo estava quase falindo e aí houve uma injeção de recursos públicos, no caso, numa empresa privada e, em 2014, esta família que detêm o direito deste meio de comunicação se torna a mais rica do Brasil. Eu penso que a Política falava muito contra esse oligopólio,

essa dominação dos meios de comunicação pelos ricos, que são detentores de princípios totalmente liberais, e esta lógica se contrapõe aos nossos princípios. Mas aí, é importante conhecer a realidade para nos dar condições de fazer a leitura desta realidade, para nos dar condições para ver quais são as nossas possibilidades no sentido da garantia de direitos, mas como eu disse, eu também não li a Política de Comunicação, não sei do que trata enquanto orientações lá para o meu exercício (ROSEANE – NUCRESS FOZ DO IGUAÇU).

Uma vez que se trata de um documento composto por diretrizes, princípios e orientações técnicas e políticas sob o viés da luta pela democratização da comunicação, as diretrizes e estratégias apontadas na Política de Comunicação constituem mais um elemento fundamental para divulgação das ações políticas e dos posicionamentos do CFESS e dos CRESS, contribuindo, assim, para o fortalecimento da relação entre os/as profissionais e suas entidades, bem como para o fortalecimento da produção e da socialização de informação entre os CRESS e o CFESS e destes com a categoria e com a sociedade, conforme explicitado no próprio documento (DANIELA – CFESS).

As respostas confirmaram o desconhecimento da Política de Comunicação pela maioria das entrevistadas. Dessa maneira, é possível perceber que as informações sobre este assunto ainda apresentam-se centralizadas nos órgãos representativos, o que tem rebatimentos na organização e exercício da categoria, principalmente no que se refere ao atendimento direto às demandas da população, não se fazendo valer os direitos de forma previamente elaborada e coletiva. Isso implica reconhecer que existe uma fragmentação e dificuldade no meio profissional em relacionar o Serviço Social e a comunicação, postas hoje como estratégias essenciais à consolidação da democracia, como instrumentos de garantia de acesso aos direitos.

O fortalecimento da relação entre os/as profissionais e suas entidades não está ocorrendo, uma vez que as falas evidenciam que a Política de Comunicação implantada pelo conjunto CFESS-CRESS não é conhecida, nem mesmo pelas coordenadoras dos Nuress, que exercem papel de disseminadoras de informação frente à categoria. Isto demonstra uma incoerência presente nesta relação, uma vez que o estabelecido na Política de Comunicação do próprio CFESS não se materializa ao menos com os profissionais que representa.

Quanto ao fortalecimento da produção e da socialização de informação entre os CRESS e o CFESS e destes com a categoria e com a sociedade, também não estão atingindo seus objetivos, uma vez que as campanhas não alcançam a

totalidade de assistentes sociais, muito menos à sociedade em geral. Frente a isto, pode-se dizer que existe a necessidade iminente de rever a forma como a Política de Comunicação estruturada pelo conjunto CFESS-CRESS está sendo empregada, revendo suas estratégias e ações, que, até o momento, não estão possibilitando alcançar seus objetivos e garantir direitos. Desse modo, é possível dizer que a Política de Comunicação do conjunto CFESS-CRESS, de certo modo, não está instrumentalizando os/as profissionais de Serviço Social com ferramentas eficazes para combater a centralização da informação e a negação de direitos, distanciando-se dos pressupostos apresentados na Lei de Regulamentação Profissional (Lei n.º 8.662/93) e de seu Código de Ética. Ao mesmo tempo é preciso estar ciente que a luta pela democratização da informação significa também lutar para aniquilar privilégios que reiteram as injustiças sociais, e é justamente neste ponto que a luta se torna tão árdua. A cultura difundida na sociedade da individualidade, da subserviência e o comodismo fazem com que a cidadania perca seu papel de mobilização e participação popular, deixando suas marcas também no Serviço Social. Mas, é neste ponto que o/a assistente social deve se posicionar, e refletir sobre seu papel na sociedade, aliando-se e atendendo aos interesses dos movimentos populares e da classe trabalhadora. Para vencer este desafio, o processo de formação dos/as assistentes sociais deve contemplar a discussão de sua condição de assalariamento nesta sociedade, reconhecendo o direito como direito e não como favor ou benefício, incorporando a comunicação como ferramenta de disseminação da informação, superando a perspectiva dos valores individuais, para um posicionamento ético-político.

Sobre as estratégias de divulgação adotadas, as entrevistas apresentaram as seguintes respostas:

A deste ano que é sobre a copa, estamos fazendo várias inserções, movimentos nos fóruns, discutindo a copa, então, não é só fazer uma campanha de visibilidade e divulgação nas mídias, mas é realmente fazer uma inserção nos movimentos sociais, na participação e estamos conseguindo. Este ano, especificamente, fomos bem atuantes, devido ao impacto sobre a realização da Copa no Brasil. Percebo que se o tema estiver relacionado com o que o povo em geral está vendo, a aceitação é muito maior. Percebo que alguns temas são tabus, que as pessoas não se envolveram tanto como a deste ano. Na campanha do ano passado nós tentamos falar sobre as condições de trabalho dos assistentes sociais, também fomos a campo, panfletamos, fomos até a rua XV, parávamos as pessoas

para explicar qual é o papel do assistente social. Nós pensamos o seguinte: a gente discute o trabalho como um todo, mas e o trabalho do assistente social que muita gente nem conhece? Por mais que a gente pense que todo mundo sabe o que o assistente social faz, percebemos que existe um conceito idealizado do assistente social, mas na verdade, poucas pessoas conhecem. Então, no ano passado, eu achei bem interessante a aceitação que a gente teve. Todas as campanhas a gente materializa indo a campo mesmo, não ficamos só fazendo matéria. Isto é uma coisa do conjunto, acho bem legal. Lembrando, isso no Paraná. Nos outros CRESS eu não posso falar, pois vai depender do contexto. No ano passado, tivemos uma adesão muito legal dos assistentes sociais na divulgação da campanha na rua. Estávamos em 25 profissionais, e só eu era da Comissão de Comunicação do CRESS. As pessoas foram, vestiram a camisa, literalmente, foi muito legal. Na verdade, a Comissão não tem verba, mas nos organizamos para fazer a camiseta. E isto é um problema, porque às vezes até temos ideias, mas se não for aprovado pelo conselho maior, a gente não consegue colocar em prática. Acho importante destacar também a relevância da comunicação interna mesmo, entre os assistentes sociais, para se conhecer, para se perceber. Nós nos aproximamos muito dos Nuress e isso é uma marca da nossa gestão. Eu sempre falo que a comunicação tem que ser auto-receptiva. Ela não pode ser assim: o Cress faz e o outro recebe. A pessoa também tem que produzir a sua própria notícia, ela também tem que estar a par da realidade dela e transformá-la. De qualquer maneira, eu percebo um avanço da categoria sobre a comunicação, como também percebo uma resistência, não é fácil não. O nosso conselho ainda é muito formal. Estamos num caminho onde a própria categoria já tem condições de produzir a sua própria comunicação. Estamos num processo de construção (VERA – CRESS).

Sobre aquela campanha da educação (2011), nós fizemos um trabalho enquanto Nuress discutimos, e um professor da geografia gostou da iniciativa e trabalhou o assunto com seus alunos, e ele me trouxe que todos os alunos visualizavam o profissional de Serviço Social de outra forma. Eles não imaginavam que existia uma discussão política, que existia material, um conjunto, um conselho que organiza isto. Então, isto foi uma experiência muito legal para mim. E agora, na Copa, como trabalho no Caps, eu tive a ideia, junto com a minha estagiária de trabalhar o tema. Ela destacou os pontos, “Comemorar o quê?”, e daí nós fizemos em forma de pensamento os principais pontos, e nós colamos os cartazes e os pensamentos em volta e trabalhamos com os pacientes, o que significava aquele cartaz, o que estava escrito, qual o outro lado. Este trabalho eu quero enviar para o Cress para eles divulgarem. Estas duas campanhas foram as que utilizei para materializar direitos (EDILENE – NUCRESS CAMPO MOURÃO).

Dentro do Nuress estas campanhas nós trabalhamos na Semana do Serviço Social. É bem metodológico, do próprio conselho, meio que já vem de cima para baixo. CFESS-CRESS-Nuress. Por exemplo, a Campanha da Educação, que Educação não é mercadoria. É só neste espaço que nós discutimos as campanhas, dentro da Semana de Serviço Social, através de debate só entre a categoria, e muito

restrito por conta da participação. Temos pouquíssima participação dos profissionais, mesmo dentro do Nucress, que é um espaço onde deveria ter um grupo mais forte, que discutisse as questões que são pertinentes não só para nós, mas também para os usuários. Na verdade, são questões extremamente necessárias, mas não são discutidas. Não tem debate ampliado, é um debate muito restrito na categoria, mas minimamente, não abrange nem a categoria. E como isto vai espriar para usuário? Jamais!! Não chega. Não tem debate dentro da categoria neste sentido. Pelo menos aqui na região de Maringá (CILENA – NUCESS MARINGÁ).

Todas elas a gente aderiu, por conta que a gente entende que enquanto pessoas, às vezes não compreenda diretamente o que está na campanha, mas por uma questão de estar numa categoria profissional, é preciso se apropriar do debate. Então, é isso que a gente sempre colocou. Não é o que eu penso enquanto pessoa, mas o que eu penso enquanto categoria profissional. A gente sempre coloca os prós e contras, mas aí deixando que cada profissional possa fazer sua própria consciência crítica. Estas campanhas são boas porque trazem subsídios para que a gente possa refletir sobre as questões que estão sendo colocadas. Como exemplo de materialização, cito a do ensino à distância, entregamos o material em todas as prefeituras pelo correio, também mandamos para as assistentes sociais, fizemos um debate naquele diálogo com o CRESS, chamamos para discutir o estágio supervisionado, junto já falamos da campanha, que tinha a ver com o tema, e também divulgação na internet pelo facebook do Núcleo onde repassamos as informações, e também tem um e-mail institucional do CRESS que é do Núcleo, que também é repassado todas as informações (ADRIELE- NUCESS CORNÉLIO PROCÓPIO).

Todas as campanhas do Conjunto CFESS-CRESS interferem diretamente no trabalho da fiscalização. Na verdade, muitas dessas campanhas são fonte de debates e dados obtidos pela fiscalização no seu cotidiano. Por meio das demandas que chegam na fiscalização, identificamos necessidades de debates e maior divulgação de uma ou outra informação. Assim, a relação entre a comunicação e a fiscalização é de suma importância e é complementar (KATHIUSCIA – SECCIONAL DE LONDRINA).

Todo ano temos diversas campanhas. Na campanha do Idoso, nós utilizamos bastante, inclusive foi divulgado o material aqui pelo próprio CRESS. Teve uma campanha que fala de envelhecer com dignidade é direito e. então, nós fizemos vários trabalhos com idosos. Aquela campanha do concurso público para assistentes sociais, foi uma campanha que fizemos distribuição de materiais nas prefeituras aqui da região. Todas as campanhas que tratam do dia do assistente social, como na do ano passado, foi contra a exploração do trabalho e também a deste ano que fala sobre a realização da Copa. Também divulgamos a campanha do fast food nas faculdades de Medianeira e Foz e depois teve aquela medida judicial que impossibilitou continuar mantendo esta campanha. Depois aderimos a campanha das 30 horas, pelo direito a cidade, sobre a inadimplência. Algumas campanhas tem tomado uma proporção bem maior do que a própria Política de Comunicação. Lembro agora que o CFESS mandou

algumas brochuras sobre a Política de Comunicação, mas não paramos para estudá-la. Materializamos as campanhas através dos materiais que vem do CFESS-CRESS, como cartazes, brochuras, adesivos e materiais on line, como redes sociais e e-mails. A orientação que os Nucess recebem é que seja realizada uma reunião pelo menos a cada 2 meses, mas aqui na Região de Foz conseguimos realizar mensalmente, aí nestas reuniões a gente divulgava. Algumas campanhas apresentaram certa particularidade, como a do idoso que trabalhamos com o público alvo, a do concurso, trabalhamos com os prefeitos. Não ficamos só na categoria de assistentes sociais (ROSEANE – NUCRESS FOZ DO IGUAÇU).

Enquanto integrante da diretoria do CFESS (triênio 2014-2017), participamos do planejamento e debates referentes a todas as campanhas que o Conselho Federal lança, cabendo a nós materializar os princípios e argumentos defendidos em cada ação, por meio de nosso exercício profissional, com base nos princípios do projeto ético-político do Serviço Social brasileiro (DANIELA – CFESS).

Existe uma política impositiva no que se refere à comunicação presente nos órgãos representativos da categoria. Há também nesta relação um enquadramento aos temas que devem ser discutidos e quais posturas profissionais devem ser adotadas frente a esta realidade. A forma como os órgãos representativos são organizados quando o assunto é a comunicação não respeita as particularidades de cada região e nem a autonomia dos profissionais em decidir suas pautas para divulgação, demonstrando um engessamento, que dificulta a criatividade das(os) profissionais. Percebe-se também a falta de mobilização e abertura de espaço por parte dos órgãos representativos da categoria no processo de elaboração das campanhas, resultando no distanciamento dos Nucess e da própria sociedade devido a pouca articulação nas discussões. A esta característica deve-se também as poucas produções no Serviço Social que abordem a relação com a comunicação e seu potencial de transformação, uma vez que o CFESS mostra-se extremamente burocratizado quando convidado a participar de pesquisas sobre o tema.

É preciso considerar que o debate entre a categoria sobre a materialização das campanhas não deve ser somente ideológico, como uma cartilha pronta e acabada, como instrumento de fiscalização, mas com sentido de provocar ação política e ampliação das formas de interpretar a realidade contraditória em que estamos inseridos e, desta forma, imprimir direção ética e crítica sobre o fazer profissional e seus rebatimentos.

No que tange à participação na elaboração das campanhas apresentadas pelo conjunto CFESS-CRESS, foram expostas as seguintes informações:

Sim, porque quando vamos ao Encontro Nacional, antes fazemos um encontro descentralizado, e agora vamos para Santa Catarina, numa discussão da região Sul, Paraná, Rio Grande do Sul e Santa Catarina. Depois vamos para o Nacional, com eleição de delegados. Então, lá no conjunto é que é discutido, assim, por exemplo, a campanha do ano que vem, será deliberada pelo conjunto, não é o CFESS que cria da cabeça deles o que será discutido o ano que vem, acho isso bem legal!! (VERA – CRESS).

Não, nunca (EDILENE – NUCRESS CAMPO MOURÃO).

Não. Não tive convite. Ninguém fez este debate aqui conosco (CILENA – NUCRESS MARINGÁ).

Não, nenhuma (ADRIELE- NUCRESS CORNÉLIO PROCÓPIO).

A fiscalização participa dos encontros descentralizados e dos encontros nacionais, nos quais são definidas as campanhas. Sempre que possível a fiscalização participa desses encontros e, portanto, está presente nas discussões que deliberam por campanhas específicas (KATHIUSCIA – SECCIONAL DE LONDRINA).

Sim. Já participei de encontros descentralizados e no Nacional onde tive direito a voto para elaboração das campanhas como delegada, após eleição nas assembleias. Me recordo que participei da elaboração da campanha para regularização de débitos, pelo concurso público para assistentes sociais, a do fast food, a da copa deste ano, e várias outras para o dia do assistente social. Por exemplo, para o ano que vem, como um dos temas para ser levado para o descentralizado, com um dos temas para defesa, possivelmente o que vai ficar é o serviço social em defesa da memória na ditadura, que seria levantar dentro da própria categoria quem foram os assistentes sociais que viveram aquele período, ou que sumiram ou foram mortos. Desde 2010 eu tenho participado dos encontros nacionais (ROSEANE – NUCRESS FOZ DO IGUAÇU).

No que se refere à participação na elaboração das campanhas, constatou-se que, das 4 (quatro) ex-coordenadoras dos Nuress, 3 (três) desconhecem o canal de participação para elaboração das campanhas, evidenciando que a participação ainda encontra-se centralizada entre as representantes do CRESS. É importante frisar que existe este canal de participação, mas o mesmo não chega ao conhecimento de grande parte da categoria de assistentes sociais, que é exatamente aqueles/as que tem o papel de mediar o acesso aos direitos na sociedade, demonstrando haver uma divisão entre os pensantes e os executantes.

Desta maneira, esta realidade posta refletirá também sobre o/a cidadão/ã ao encontrar dificuldade em acessar informações pertinentes a seus interesses e necessidades.

Nesta questão não obtivemos resposta da representante do CFESS, mas é interessante registrar que a elaboração das campanhas são delineadas segundo interesses do órgão maior de representatividade, no caso, o CFESS. Geralmente participam dos encontros descentralizados e do nacional sempre as mesmas pessoas que representam os CRESS, uma vez que a maioria dos/as Assistentes Sociais desconhecem a realização destes encontros e que dentre seus objetivos está a elaboração das campanhas. Desta forma, concentram-se as discussões nos mesmos representantes de sempre, inviabilizando que mais vozes possam ser ouvidas e outras demandas atendidas.

Sobre as estratégias para publicizar as informações divulgadas pelo conjunto CFESS-CRESS”, as respostas foram:

Site, e-mails, newsletter. Temos 2.400 assistentes sociais cadastrados pelo CRESS- Pr. para receber as informações pelo newsletter, e a Revista Fortalecer, onde demos uma repaginada para dar mais espaço nas regiões do Paraná como um todo, não só na Capital. Nossa ideia é descentralizar, pois o CRESS representa o Paraná inteiro e não só Curitiba (VERA – CRESS).

Por e-mails. Outra forma que nós gostaríamos, que chegamos a planejar, mas ainda não foi colocado em prática, devido a falta de tempo, não concretizamos, mas vou pedir para as meninas que vão continuar no Nuress darem continuidade nisso. No Nuress de Campo Mourão, a gente conseguiu formar o grupo, consolidar, e mensalmente temos encontros que chamamos de GT. A reunião acontece toda última sexta-feira. A gente se reúne para discutir as temáticas que os Assistentes Sociais trazem para a gente e aí, pensando nas Campanhas, como o CFESS Manifesta, pensamos: vamos nos planejar para um ano, ou pelo menos metade do ano, trabalhar só o CFESS Manifesta, mas isto foi uma ideia da minha cabeça, não que o conjunto tenha orientado, foi uma estratégia pensada, porque cada ano trabalhamos de uma maneira diferente. Quando recebo o CFESS Manifesta, percebo o quanto a gente está por fora de muitas discussões que o conjunto faz. Outra iniciativa que temos no Nuress daqui é distribuir os cartazes que recebemos das campanhas para todos os municípios, e quando não recebemos um para cada posto de trabalho, enviamos um pelo menos para cada município, ficando a cargo de cada município escolher o melhor lugar para colar, como estratégia de divulgação. Também, através das reuniões, divulgamos com os Assistentes Sociais que participam do Nuress, os livros lançados pelo conjunto, e quando há o link no site,

envio no e-mail para eles baixarem (EDILENE – NUCRESS CAMPO MOURÃO).

Através de e-mails, ligações telefônicas, página no facebook e site. O Nucress aqui de Maringá tem um particular, porque nós questionamos muito como o CFESS-CRESS pensa a profissão dentro dos espaços de construção coletiva. A gente sentiu que houve um afastamento da própria diretoria. Então nós não discutíamos mais estas questões dentro do Nucress de Maringá. Na verdade nós não construímos um debate dentro do próprio Nucress. Não tivemos muita ligação com o CFESS-CRESS. Ficamos muito restritos a nossa região, sem contato com o CRESS (CILENA – NUCRESS MARINGÁ).

Por e-mail, página no facebook, telefone, correio. Temos a prática de enviar o material para o gestor, no caso o prefeito, meio que para forçar ele a liberar os profissionais, porque há sempre uma dificuldade. Dessa forma, eles recebendo um e-mail ou um ofício do Núcleo, eles dão mais valor para liberar o profissional para estar se capacitando (ADRIELE- NUCRESS CORNELIO PROCÓPIO).

As divulgações são feitas por meio de e-mail (lista de e-mails dos assistente sociais da região), site, eventos e nas ações do dia a dia da fiscalização. Por exemplo, em todas as visitas de fiscalização entregamos aos profissionais cópias (folders) das Resoluções do CFESS, como forma de fazer chegar a informação e as deliberações do conjunto CFESS-CRESS à categoria (KATHIUSCIA – SECCIONAL DE LONDRINA).

Pelo e-mail que o CRESS montou para todos os Nucress, com mais de 500 contatos da nossa região e outras regiões também, facebook, num grupo fechado só para assistentes sociais. Percebemos que hoje, os profissionais acessam bem mais as redes sociais do que os próprios e-mails. Também divulgamos as informações nas reuniões mensais (ROSEANE – NUCRESS FOZ DO IGUAÇU).

Entende-se, a partir das entrevistas, que a tecnologia está sendo utilizada para socializar informações com a categoria, sendo que a maior parte usa as mesmas ferramentas. Isto representa uma tendência tecnológica, como as redes sociais, por exemplo. Significa também que a realidade não é estática, exigindo de todos/as uma reatualização constante para acompanhar a dinâmica social presente e consolidar os objetivos delineados pela profissão. Chama atenção a situação em que os/as Assistentes Sociais se encontram, uma vez que não recebem nenhuma orientação do conjunto CFESS-CRESS sobre a forma de implementar a Política de Comunicação nos diferentes espaços de atuação, ficando as ações a cargo de sua criatividade e responsabilidade. Sendo assim, esta informação esboça falta de organização e direcionamento da categoria.

A dimensão política do profissional de Serviço Social apresenta-se enfraquecida na medida em que recorre ao material produzido pelos órgãos de representatividade para sensibilizar os prefeitos a liberar o/a assistente social para participar das reuniões. Sabe-se que esta situação é comum a vários outros municípios. Reitera-se, neste sentido, que a atitude de sensibilização não pode ficar restrita à exposição de um cartaz. Há que desenvolver um diálogo ampliado com toda sociedade sobre o fazer profissional e seu impacto na vida das pessoas. É preciso esclarecer que há uma necessidade de orientação por parte do conjunto sobre a questão da socialização da informação para os Nuress. Todos agem conforme pensam ser a melhor estratégia, mas o importante seria fomentar uma discussão plural, respeitando as particularidades, sobre a Política de Comunicação do conjunto CFESS-CRESS para fortalecer a imagem da profissão e defesa dos princípios éticos. Neste sentido, surge o caráter de subalternidade da própria categoria, apresentando passividade frente a esta forma imperiosa com que o conjunto CFESS-CRESS desenvolve suas ações.

Nesta questão, novamente não obtivemos resposta da representante do CFESS. No entanto, por meio da postura investigativa, sabemos que as informações estão sendo publicizadas por meios tecnológicos igualmente relatados pelas demais assistentes sociais que responderam à pesquisa. Isto nos levou presumir que o CFESS minimizou a importância da disseminação das informações, ou partiu do pressuposto que todos/as Assistentes Sociais já conhecem, o que não se concretiza no real.

Com relação ao planejamento das ações em torno da comunicação para atender às necessidades da categoria, as seguintes respostas foram apresentadas:

Isto aí é a categoria que deveria responder. Não sei se estão atendendo, mas a gente tenta. (VERA – CRESS).

Eu acredito que sim, mas não temos acesso. Dentro das minhas necessidades, tudo o que busquei, eu encontrei, mas ainda há que ser ampliado, por exemplo, quando eu fui para a Saúde Mental, percebi que o conjunto tem pouca coisa sobre este assunto. (EDILENE – NUCRESS CAMPO MOURÃO).

Dentro do projeto político da categoria, é desta forma que acontece. As políticas públicas que o nosso projeto ético político defende trabalham a questão das políticas públicas, e o que é que ela traz dentro destas discussões publicitárias? São sempre as políticas públicas. É saúde, transporte, trabalho. Você vê, as campanhas são

neste sentido, materializadas nestas campanhas. Veja, faz parte do projeto da categoria, que é a defesa das políticas públicas. Dentro deste projeto, sim, tá fazendo, pontualmente, que não abrange a todos, que não sai da categoria, não vai até o usuário para que ele possa perceber toda esta discussão. Fica muito restrito. Não abre o debate com a comunidade. (CILENA – NUCRESS MARINGÁ).

Acredito que na medida do possível, sim. A intenção é esta, mas agora o que eu vejo muito é que os profissionais não leem o material. É feito o material, é divulgado o material, mas muitas vezes ele vai para a estante e fica. Porque quando você vai debater alguns assuntos, a gente percebe uma certa ignorância dos profissionais, por falta de leitura mesmo do material. (ADRIELE- NUCRESS CORNÉLIO PROCÓPIO).

Acredito que sim. Há uma forte divulgação dessas informações (KATHIUSCIA – SECCIONAL DE LONDRINA).

Eu penso que as peças estão saindo muito bonitas. Se você olhar esta última campanha da Copa, claro que tem rejeições. Você vai ter rejeições de quem? De profissionais que ainda são mais conservadores e que entendem que algumas peças ficam um tanto quanto agressivas, mas se pegarmos os nossos princípios éticos, neste aspecto elas tem sido cada vez mais condizentes com aquilo que a gente defende. Eu me recordo que quando estava nos Nuress em 2002 e 2003 eram pouquíssimas peças que eram mandadas e me recordo também que não tinham assessoria de comunicação permanente dentro do CRESS e hoje tem. No CRESS do Paraná é o Théo, que já está com a gente a mais de 10 anos. Não é mais só um jornalista, mas sim um jornalista que vai se apropriando do que a gente quer. As peças materializam um dos nossos princípios éticos, que é a defesa dos direitos humanos (ROSEANE – FOZ DO IGUAÇU).

Consideramos que sim, por isso as produzimos (DANIELA – CFESS).

Nestas respostas alguns pontos devem ser problematizados. Foi apresentada a necessidade de ampliar os temas para discussões na categoria, debatendo assuntos que atendam as mais diversas áreas em que se efetivam o fazer profissional do/a assistente social, bem como, que as mesmas devem sair da categoria e atingir os usuários e comunidade como um todo. Também merece relevância o que uma das entrevistadas apresentou sobre que os/as profissionais não leem o material produzido pelo conjunto, e que isto acarreta “uma certa ignorância,” pois muitos/as profissionais apresentam-se distanciados das lutas empreendidas pela categoria. Esta condição é determinada pela forma como o conjunto CFESS-CRESS estrutura suas ações, de forma burocratizada e centralizadora. Neste sentido, é fundamental que os/as profissionais tomem

conhecimento de quais assuntos a categoria está discutindo, defendendo e o porquê, pautado no estabelecido nos princípios fundamentais do Código de Ética dos Assistentes Sociais, no compromisso com a qualidade dos serviços prestados e com o constante aprimoramento intelectual. Sobre a comunicação dentro do Serviço Social, houve um avanço significativo, visto que antes os órgãos representativos não contavam com assessoria de comunicação e comissões e hoje isto traz alguns resultados, mas que precisam ser consolidados/concretizados.

Ainda a respeito do planejamento, surgiram as seguintes informações sobre a política de comunicação das instituições representadas:

A gente fez um planejamento estratégico no ano passado, em Foz do Iguaçu e planejamos que a comunicação faz um planejamento só, mas mesmo este planejamento é submetido a um colegiado maior. Por exemplo, este ano nós queríamos falar sobre o marco regulatório, mas o que foi autorizado foi a Campanha da Copa mesmo. Isto acontece no Brasil inteiro, depende do que os outros estarão discutindo para deliberar o tema do próximo ano (VERA – CRESS).

Nunca teve um planejamento. Esta discussão começou com o Café com Mídia do ano passado, dizendo que era uma forma de chamar a atenção dos Nuress para isto, mas em nenhum momento foi planejado (EDILENE – NUCRESS CAMPO MOURÃO).

Nós não tivemos. Não, nada. Nenhum tipo de discussão em torno disto, desta questão. Não houve um debate junto com os Nuress pelo próprio CRESS para proporcionar este debate nos Nuress. Veja, estamos aqui em baixo, meio que sozinhos, fazendo cada um da sua forma, dentro das suas condições que têm, da sua visão política, daquilo que você acredita que é bom ou ruim para a profissão, se deve ou não deve fazer. Então, não temos um debate junto com a categoria. Teve até uma iniciativa, mas que não colocou em prática. Foi na única reunião que eu fui do descentralizado. Foi comentado que sempre viria para as reuniões do Nuress um membro do CRESS para fazer a interação entre a base e o CRESS. Na verdade, não houve isto, não aconteceu, apesar de ser necessário, porque a gente precisa sentar e saber o que está acontecendo lá dentro, antes de ficar tudo pronto. A gente tem que fazer parte do debate, não virL aquela coisa de cima para baixo, do CFESS-CRESS-Pr. e joga aqui, a gente espalha estas campanhas rapidamente e ninguém nem percebe o que houve. O debate tem que ser mais coletivo, mais na base, para sair dos muros deles lá e vir para cá, reunir o grupo e fazer as discussões antes de tudo estar pronto. É próprio do nosso projeto político profissional, é confuso mesmo, dentro do sistema que vivemos e eu não vejo diferença numa categoria que se propõe revolucionária, ela teria que ter métodos revolucionários para construir as políticas para a classe trabalhadora (CILENA – NUCRESS MARINGÁ).

O planejamento foi feito com base nas reuniões do Núcleo mesmo. Pedíamos a sugestão da categoria e dentro do que eles iam sugerindo nós fazíamos o roteiro e dentro deste roteiro elaborava o plano, aprovava o plano e depois encaminhava para o CRESS. Isto não quer dizer que foi aplicado 100%, porque sempre houve algum problema, mas a intenção de colocar em prática veio toda da base, o que eles queriam discutir. Nunca a gente colocou, a não ser no último evento agora do dia 18, que nós sentimos assim, uma coisa chata, por que a ideia da categoria era discutir exercício profissional e o CRESS colocou que não poderia repassar o dinheiro para o lanche se não fosse discutido a questão da campanha da copa. Ficou uma situação ruim, tipo assim, meio que obrigado. Aí volta aquela questão, não é o que o núcleo quer discutir, mas o que o Brasil todo está discutindo. Não tem como fazer nada sem uma política de comunicação para a categoria, é para nós mesmos profissionais (ADRIELE- NUCRESS CORNÉLIO PROCÓPIO).

A fiscalização tem acesso ao planejamento da comunicação, são setores diferentes, que possuem relação entre si no desenvolvimento do trabalho, mas o planejamento é separado (KATHIUSCIA – SECCIONAL DE LONDRINA).

Na verdade, não teve. Aqui, como a gente não sentou para fazer um momento de nortear o que seria o nosso trabalho na perspectiva da política do direito à comunicação ou de que forma se daria este processo através do estudo da Política Nacional de Comunicação. A gente também não teve um momento para estabelecer uma política de comunicação do Nuress. O que teve, os espaços e canais que nós temos hoje de informação pelo Nuress, eles foram pautados nas nossas assembleias, e recentemente ainda. Por exemplo, na última assembleia a categoria da região pediu para que o nosso grupo no facebook se tornasse fechado, porque outras pessoas de fora estavam visualizando, estavam vendo. Enfim, a construção do que seria o grupo no face, como se daria os informes, de quanto e quanto tempo se daria os informes, isso tudo foi aprovado nas reuniões do Nuress, mas nós não construímos uma política de comunicação do Nuress de Foz do Iguaçu (ROSEANE – NUCRESS FOZ DO IGUAÇU).

A atual Política Nacional de Comunicação do Conjunto CFESS-CRESS, lançada em 2011, foi elaborada com base na 1ª Edição, englobando contribuições enviadas pelas Comissões de Comunicação e por profissionais de comunicação do CFESS e dos CRESS de todo o Brasil, sendo aprovada no 39º Encontro Nacional do Conjunto, realizado em setembro de 2010 em Florianópolis (SC). Em 2015, o Conjunto CFESS-CRESS deverá lançar a nova edição da Política Nacional de Comunicação, que será novamente revisada e atualizada, com a participação de representantes de todos os regionais e de profissionais de comunicação do Conjunto (DANIELA – CFESS).

Sobre a política de comunicação das instituições representadas, percebe-se que duas apresentaram ter a instituição um planejamento, mas três disseram não ter e que nunca foi discutido isto entre o conjunto CFESS-CRESS e os Nuress, confirmando a desarticulação entre a categoria e seus órgãos representativos. Houve também uma crítica sobre a forma como são estruturadas as campanhas no conjunto, de forma centralizada e autoritária, até mesmo relacionado com subsídio financeiro. Mais uma vez o caráter impositivo se faz presente na relação dos órgãos representativos com a categoria, quando esta é obrigada a discutir o tema determinado pelo CFESS-CRESS, contrariando o princípio fundamental do Código de Ética do Assistente Social, quando apresenta o “reconhecimento da liberdade como valor ético central e das demandas políticas a ela inerentes - autonomia, emancipação e plena expansão dos indivíduos sociais”, bem como, [...] “recusa do arbítrio e do autoritarismo”.

Neste caso, a falta de planejamento da Política de Comunicação nos diversos campos de trabalho do/a assistente social, expõe uma grande fragilidade na organização da própria categoria, que age conforme sua intuição perante situações presentes no dia a dia, podendo comprometer a efetivação e alcance de suas ações relacionadas à garantia de direitos. Isto significa que os esforços empreendidos sem um planejamento prévio, podem ocasionar o fracasso das ações e impossibilitar avanços.

Destaca-se ainda nesta questão a fala da representante do CFESS ao colocar que “em 2015, o Conjunto CFESS-CRESS deverá lançar a nova edição da Política Nacional de Comunicação, que será novamente revisada e atualizada, ‘com a participação de representantes de todos os regionais e de profissionais de comunicação do Conjunto’”. Esta fala retrata a forma como as discussões sobre a comunicação do conjunto CFESS-CRESS estão sendo elaboradas. Não chega até a categoria de assistentes sociais as informações sobre este assunto, consolidando sua característica centralizadora. Esta discussão continuará sendo estabelecida somente entre profissionais que se encontram mais próximos dos órgãos de representatividade.

Com relação às campanhas para socializar informações e garantir o acesso aos direitos, as seguintes respostas foram dadas:

Todas as campanhas do conjunto nós socializamos com o objetivo de garantir acesso aos direitos. Por exemplo, como a campanha da Copa, comemorar o quê?, Em todo o Paraná foi o mesmo tema, então a gente foi em Guarapuava e Todedo falar sobre o tema. Reconhecemos que em alguns municípios não é relevante discutir as obras da copa, já que não sediaram jogos, mas é interessante lembrar que alguns problemas são comuns, como a questão latifundiária, da moradia, remoção de famílias etc. (VERA – CRESS).

Não elaboramos nenhuma campanha, mas tivemos iniciativas para publicizar a profissão. Aqui em Campo Mourão, o Nuress sempre buscou muitas parcerias, com a faculdade, com a UTFPR, com o SESC, para utilizar espaço, material. Nós fizemos, com o nosso orçamento, custeado por nós, com o valor rateado, pois o CRESS não conta com orçamento para isto, um bloco com o símbolo do Serviço Social, como forma de dar visibilidade à profissão, quando enviamos um ofício de solicitação ou agradecimento, enviamos o símbolo da profissão escrito Nuress, para que reconheçam o símbolo da profissão. Outra coisa que fizemos foi a partir de um material do CFESS, sobre internação compulsória, o promotor questionou esta questão da internação compulsória, porque o Assistente Social se posicionava contra. Como representante do Nuress, sugeri que fizéssemos uma estratégia a partir do material do CFESS, enviando o material e explicando o posicionamento da categoria. Foi uma estratégia para mostrar quem somos nós, que a gente tem um Conselho, qual o posicionamento desta categoria, então ele já vai ter isso, um contato com isto. Esta foi uma forma de fazer isto, distribuindo nos campos de trabalho, como uma forma de divulgar o material e ao mesmo tempo mostrar a organização da categoria e posicionamento (EDILENE – NUCRESS CAMPO MOURÃO).

Nós não fizemos. Nós não tivemos nada voltado para a garantia de direitos do ponto de vista do Nuress. Nós fazemos as reproduções da política que vem de cima, do CFESS-CRESS. Não ousamos fazer nada diferente aqui, porque a diretoria do Nuress de Maringá tem a postura do grande grupo e como você vai tratar de modo diferente se você não dá conta de organizar algo diferente? Você sempre é voto vencido. Eu tinha pensado em mudar o trabalho dentro do Nuress de Maringá, trabalhar com a categoria mais mini cursos, para proporcionar debates políticos, não debates de políticas públicas, mas um debate político-ideológico, que vai trazer e fortalecer a categoria para o debate e trabalhar de forma diferente do que está posto aí, porque recebemos tudo pronto, tudo dentro deste engessamento do modelo que a gente sempre questiona, então porque continuar com este procedimento que não vai dar resultado positivo? E agora está este esvaziamento. Claro que está esvaziado. Não tem nada de novo para tratar. E em todos é o mesmo processo. É discutir as políticas públicas e ficar colocando as suas particularidades dos seus trabalhos e sofrendo. É uma lamúria tamanha. Aí vira uma reunião chatíssima, porque a gente vai lá para discutir o que a gente faz no cotidiano só e para além disso, o que que tem? O que eu proponho para além desta discussão? Não dá, tem que mudar esta forma de fazer o debate dentro dos Nuress. Tem que mudar. Acredito que nós não podemos ficar só fazendo

campanhas, mas que o debate tem que ser diferente. Temos que trabalhar mais como organização de classe, não uma organização de um projeto de uma categoria (CILENA – NUCRESS MARINGÁ).

Fizemos uma campanha para dar visibilidade à profissão chamada Ciclo de Experiências Exitosas da profissão. Chamamos profissionais de assistência social de destaque na região de diversas áreas, saúde, educação, assistência social etc e convidamos as outras categorias e rede de atendimento para participar. Pensamos também em fazer algo sobre o judiciário, que estava comprometendo o nosso trabalho nas outras instituições, que eram obrigados a prestar serviço, não deu certo. A gente acabou estacionando e não correndo mais atrás, porque era uma briga nacional. Outra discussão que a gente tentou colocar foi a questão dos espaços ocupados pelos assistentes sociais nos conselhos e aí a gente foi fazer o levantamento e viu que tinha muito poucos profissionais na região representando o Núcleo, era uma pessoa só, então não cabia mesmo a campanha. A gente aderiu mais a campanhas do CRESS mesmo (ADRIELE- NUCRESS CORNÉLIO PROCÓPIO).

Foram muitas campanhas. Todos os anos fazemos campanhas para divulgar as ações e direcionamento político do conjunto CFESS-CRESS. E essas campanhas são divulgadas em nível regional. Por exemplo, a campanha das 30 horas, do concurso público, pelas condições de trabalho do AS, entre outras (KATHIUSCIA – SECCIONAL DE LONDRINA).

Não, não teve, até porque, na verdade, esta questão dos Nucess são espaços que vem se aprimorando, mas que precisa melhorar muito. Quando eles começaram, quando começou a lógica dos Núcleos, lá em 1998, a ideia era que a categoria abrangesse os espaços mais interioranos. A ideia era, dentro do estado, formar regiões onde o CRESS daria apoio financeiro e político para um grupo, que depois foi chamado de coordenação, para que esse grupo articulasse a categoria ali. Nós não temos nenhuma dimensão institucional. Agora, o que o CRESS está se dando conta, ele está vendo que não é mais simples assim. Por exemplo, no dia do Assistente Social, o CRESS até subsidia lanche, palestrante para o dia, mas não é só o profissional que é o coordenador, ela precisa estar mais a par do que acontece dentro do próprio CRESS enquanto Sede, enquanto Diretoria. Agora é que se vai fazer uma política de organização dos Nucess. Havia apenas uma resolução que regulava o processo de eleição dos Nucess, mas que era uma orientação, não havia uma normatização de como o Nucess tem que funcionar. Quem pode estar a frente da coordenação do Nucess, por exemplo? Aí passou-se a olhar que os Nucess, assim como o conselheiro, deve agir da forma mais coerente possível. É preciso aprimorar tudo isso e ouvir o que a categoria está pensando. Os Nucess hoje tem disponível pelo CRESS-Pr. R\$800,00 para o dia do Assistente Social e mais R\$800,00 para algum evento, totalizando R\$1600,00 por ano. O CRESS não paga campanhas locais, separadas. Assim, quando você pensa em campanha, você pensa em recurso e isso os Nucess não tem. O mesmo que tem em um, tem que ter em outro (ROSEANE – NUCRESS FOZ DO IGUAÇU).

As recentes campanhas lançadas pelo Conjunto CFESS-CRESS tiveram diversos objetivos. Para se ter alguns exemplos, lançamos a Campanha em Defesa de Concursos Públicos para Assistentes Sociais; a Campanha de Fortalecimento do Conjunto CFESS-CRESS, que visou à regularização de débitos de profissionais inadimplentes, de uma maneira pedagógica e politizadora; a Campanha Educação não é Fast-food: diga não para a graduação à distância em Serviço Social; lançamos o folder com informações básicas sobre o Conjunto CFESS-CRESS e a profissão de assistente social, que foi distribuído em todo o Brasil, dentre outras ações (DANIELA – CFESS).

Percebe-se que as campanhas do conjunto CFESS-CRESS são sempre reproduzidas com o objetivo de atender primeiramente a liberação de recursos. Quando algo de diferente é proposto não há liberação de verba e quando realizado, depende de rateio entre as profissionais da região, o que desencoraja a criatividade e inovações sobre isto na categoria. Desta forma, ações pontuais são colocadas em prática, mas desde que não gerem custos, o qual compromete e desestimula a articulação da categoria. O posicionamento político, característica do/a profissional de Serviço Social, vai, desta forma, esvaziando seu sentido, ganhando contornos rígidos e sem objetivo de transformação social. O/a profissional se vê cercado/a por regras e preceitos pautados sempre no financeiro, como já acontece em outras intervenções profissionais, onde é primado o atendimento apenas dos interesses do capital, em detrimento dos direitos de cidadania.

No que se refere às campanhas produzidas pela categoria de assistentes sociais e o acesso aos direitos, as respostas foram as seguintes:

Eu gostaria que a resposta fosse sim, mas hoje ainda não. Estamos buscando isto através de parcerias com os movimentos de direitos à cidade, moradores de rua, sindicatos, comissão de direitos humanos da câmara, faculdades etc. Hoje, as matérias ficam apenas na categoria. A gente até tenta outras estratégias de inserção, mas já nos deparamos com jornais que simplesmente negam a publicação alegando que não é interessante para a sociedade e também existe a questão do custo. (VERA – CRESS).

Aqui no interior, eu acredito que não. Não é feito de uma forma se não trabalhar isto com eles. Por exemplo, se eu colocar um cartaz lá, fica lá, mas se eu trabalhá-lo, pode ser que eu amplie o seu alcance. Mas quero te dizer que eu percebi que em Curitiba isto é diferente. Já ouvi relatos de pessoas de lá, que através do CFESS Manifesta, foi atrás de seus direitos. Isto é um dado, mas é muito pequeno perto do que deveria acontecer. (EDILENE – NUCRESS CAMPO MOURÃO).

Não. De maneira alguma. Até porque não faz. Não temos. Não faz. (CILENA – NUCRESS MARINGÁ).

Eu acho que falta ainda um pouco de divulgação, de sair um pouco da teoria e colocar um linguajar de mais fácil acesso a população, porque às vezes eles não compreendem o que você está tentando passar, é uma linguagem muito restrita a categoria profissional. Não digo só de pessoas com baixa escolaridade, mas outras categorias profissionais também não entendem bem o que a gente está tentando colocar. (ADRIELE- NUCRESS CORNÉLIO PROCÓPIO).

Acredito que essas campanhas tem contribuído sim, mas como o papel do conjunto CFESS-CRESS é fiscalizar, normatizar e direcionar o exercício profissional dos assistentes sociais, as campanhas são mais relacionadas ao exercício profissional, a atuação do assistente social. De qualquer forma, elas reafirmam os compromissos construídos pela categoria profissional nos últimos 30 anos e daí sim, eles contribuem para o fortalecimento da viabilização do acesso aos direitos (KATHIUSCIA – SECCIONAL DE LONDRINA).

Não, eu acho que não. Eu acho que o material tem materializado cada vez mais os nossos princípios, mas isso ainda tem ficado muito fechado apenas na nossa categoria (ROSEANE – NUCRESS FOZ DO IGUAÇU).

A partir das respostas, nota-se que todas concordam que as campanhas produzidas pela categoria de assistentes sociais não tem possibilitado que o público alvo das políticas públicas acesse seus direitos. As informações produzidas tem um alcance limitado aos profissionais, com um forte caráter ideológico, contrastando o projeto político da profissão, que prevê princípios éticos que incluem a democratização do acesso à informação, a participação da população usuária dos serviços institucionais e o fortalecimento da democracia e da luta pela garantia de direitos.

Novamente, não obtivemos resposta da representante do CFESS nesta questão, o que nos leva a considerar o baixo de alcance das campanhas produzidas pelo conjunto CFESS-CRESS frente às demandas reais da população. Neste sentido, o ‘discurso’ deve transformar-se em ‘ação’. Além de divulgar a existência de uma Política de Comunicação, já revista e atualizada, é preciso concretizá-la de fato entre os seus maiores interessados, assistentes sociais e sociedade, atendendo o objetivo exposto em sua própria apresentação:

Trata-se de mais um instrumento político destinado a fortalecer e potencializar a produção e a socialização de informação entre os

CRESS e o CFESS e destes com a categoria e a sociedade, na direção de reafirmar o Projeto Ético-político profissional (CFESS, 2010, p. 06).

Ao construir uma Política de Comunicação e não materializá-la, o conjunto CFESS-CRESS expõe sua incapacidade de democratizar as informações para a categoria e principalmente, para a sociedade, onde se encontra a classe trabalhadora, da qual os/as assistentes sociais tem o dever defender seus direitos.

Também nesta questão, novamente são apresentados argumentos com relação aos custos para maior divulgação e acesso às informações e a necessidade da utilização de uma linguagem mais adequada e compreensível pelos usuários e sociedade.

Sobre isto, Figueiredo (2005, p. 85), coloca:

Dessa forma, o espaço midiático, entendido no seu papel de prestador de serviços à comunidade, através da veiculação de notícias, informações e opiniões, é um importante instrumento de linguagem para o assistente social, em sua função de mediador entre as classes sociais, através das políticas sociais e assistenciais. O assistente social deve ver a mídia como um dos seus recursos de trabalho, na medida em que contribui para o impulsionamento das formas democráticas de difusão da informação e para a ampliação das possibilidades de acesso do usuário aos serviços sociais.

No que se refere às comissões de comunicação dos CRESS, de que forma as estratégias para divulgação de informações devem ser estruturas para que sejam eficazes, as seguintes respostas foram apresentadas:

Devem ter maior visibilidade, sair mais na TV e jornais. Os outros conselhos tem mais facilidade de ganhar espaço nas mídias, às vezes até sem custo. É preciso ampliar esta discussão na categoria, criar estratégias para vencer os preconceitos, conceitos arraigados. Neste sentido é preciso se articular com sindicatos, entidades representativas e outras categorias para ganhar força. Precisamos deixar de falar só para nós mesmos, numa comunicação muito umbilical. Não podemos fazer assim. Temos que nos envolver nas discussões e criar o hábito de participação nos debates para criar a imagem de um profissional forte, crítico. (VERA – CRESS).

Eu acho que deveriam pensar uma estratégia, junto aos Nuress, ou com quem eles acham que seja interessante para divulgar. Existe a comissão, mas até nós dos Nuress não sabíamos que tinha estas comissões. Hoje que estamos começando a entender o que são as comissões temáticas. Elas não são divulgadas. Eu percebo que eles partem do princípio que todo mundo está sabendo de tudo que está

acontecendo, mas isto não está acontecendo. Esta é a sensação que eu tenho. (EDILENE – NUCRESS CAMPO MOURÃO).

Olha, eu não tenho ideia, mas acho que esta forma de fazer está errada, esta forma de fazer pelo tudo que já comentei. Acredito que a gente tem que repensar esta forma, este modelo de comunicação. Acredito que a gente tem que pensar uma forma de desenvolver a comunicação, mas junto com a base. Vamos ter que sentar e repensar isto, como estaremos trabalhando isto nos nossos espaços. Não posso dizer muito, até porque não conheço o trabalho deles. (CILENA – NUCRESS MARINGÁ).

Eu acredito que cada evento que seja feito, faça um relatório numa linguagem clara, que todos possam entender aquilo que foi colocado, divulgado por e-mail, porque olha o que aconteceu, muitas vezes ia um representante do Núcleo mesmo, aqui da nossa coordenação, ia à Curitiba, pegava as informações, voltava, falava, explicava alguma coisa ali na reunião do Núcleo, e ficava assim, muito pequeno em vista de tudo que havia passado lá. Então na hora de multiplicar, ficava uma coisa muito vazia. Porque eu acredito que o CRESS, de repente fazendo um relatório, ou reunindo todos os Núcleos e fazer um relatório em conjunto e estar passando para todos os profissionais. Isto que acho que seria bem bacana. Bem interessante, porque era uma forma de mostrar o que o CRESS está fazendo. As discussões que estão acontecendo, porque às vezes a pessoa não está por dentro do que realmente está sendo feito. Eu também vejo que hoje, com as comissões de comunicação, já avançamos muito, porque quando tínhamos só o site era muito mais difícil saber o que estava acontecendo. Eu vejo que eu que sempre estou envolvida com as coisas do CRESS, às vezes, por morar longe agora, sinto uma certa dificuldade, agora imagino quem se formou e nunca se aproximou do conselho. Deve ser muito mais complicado. (ADRIELE- NUCRESS CORNÉLIO PROCÓPIO).

Penso ser importante fortalecer os meios de comunicação do conjunto CFESS-CRESS. As estratégias devem ser estruturadas no sentido de aproximar mais os CRESS da categoria, da base. Talvez pensar em ações que vão ao encontro dos profissionais. Ações que sejam mais direcionadas ao profissional. Ir até ele e não esperar que ele venha até o Cress. Sentimos hoje um certo enfraquecimento na categoria, pois o tempo é de adversidades e precarização das condições de trabalho e isso tem um impacto direto na organização política da categoria. É importante sim fortalecer os eventos, reuniões e formas de acesso do profissional ao CRESS, mas também é importante pensar em estratégias no sentido de “levar o cress à categoria”. (KATHIUSCIA – SECCIONAL DE LONDRINA).

As comissões se reúnem semanalmente, tem assessoria de comunicação de um jornalista e trabalham muito em cima do site, nas redes sociais, e-mails. Eu penso que seria importante que os materiais fossem enviados para os profissionais também, não só pelas reuniões dos Nucress, mas nas casas mesmo. Seria bom que fosse feito como o jornal Fortalecer, que é enviado a todos. O profissional se sente muito valorizado quando o material chega direto para ele. Penso que uma estratégia seria que toda a categoria

recebesse em sua casa o material daquela campanha. Assim, eu não dependo de viajar 30 km para pegar um cartaz. Aí a escolha de colocar ou não o cartaz no meu trabalho, na minha sala, será só minha e não mais da minha propensão de ir atrás do cartaz. Também é preciso lembrar da importância da manutenção dos meios de comunicação já existentes e utilizados pela categoria. (ROSEANE – NUCRESS FOZ DO IGUAÇU).

É importante ressaltar que cada CRESS tem autonomia para estruturar o seu setor de comunicação da maneira mais conveniente, de acordo com os posicionamentos de sua diretoria e com os recursos disponíveis. No entanto, é importante que as comissões de comunicação dos CRESS e os profissionais de comunicação tenham conhecimento dos princípios e diretrizes da Política Nacional de Comunicação do Conjunto CFESS-CRESS, bem como se articulem com outros regionais e também com o CFESS, para socializar experiências, esclarecer dúvidas, sugerir estratégias. A Política de Comunicação traz uma série de orientações, que visam a contribuir para o fortalecimento da comunicação no Conjunto CFESS-CRESS, bem como para a inserção cada vez mais qualificada do Serviço Social na mídia, seja comercial ou alternativa (DANIELA – CFESS).

As respostas dadas apresentaram ideias e iniciativas inovadoras que poderiam contribuir significativamente para o fortalecimento da categoria, como inserção dos materiais em TV's e jornais de grande circulação, maior conhecimento por parte dos profissionais sobre como funcionam as comissões de comunicação do conjunto CFESS-CRESS e ampliação da participação dos/das assistentes sociais nas decisões pertinentes ao tema, bem como, que os materiais fossem enviados à casa dos profissionais, o que poderia facilitar o acesso às informações. Neste sentido, deve-se levar em conta os custos que algumas iniciativas requerem, mas que ao mesmo tempo, revelam-se extremamente importantes no contexto atual, possibilitando o envolvimento de um número maior de profissionais e o fortalecimento desta discussão para que a comunicação, dentro do Serviço Social, possa constituir-se, efetivamente, como um espaço de denúncia a toda forma de exploração, opressão e violação dos direitos humanos.

Destaca-se nesta questão uma contradição ao que veio sendo apresentado pelas entrevistadas no decorrer do trabalho e a resposta da representante do CFESS com relação à autonomia na disseminação das campanhas pelos órgãos representativos. É evidente que as falas denotam que esta autonomia está relativizada e extremamente burocratizada. Ao passo que a Política de Comunicação do conjunto CFESS-CRESS e as comissões de comunicação não são de conhecimento da própria categoria de assistentes sociais, revela-se a urgência em

se refletir sobre a estruturação desta Política de Comunicação. É preciso que os órgãos de representatividade estejam abertos para debater sua insuficiência comunicacional para garantir direitos e rever seus posicionamentos, contrariando os discursos prontos e acabados de seus representantes que insistem em afirmar que a comunicação do conjunto está atendendo seus objetivos, quando na verdade, é exatamente o inverso.

A seguir serão apresentadas as considerações finais que objetivam colaborar, através de uma síntese, para as discussões sobre a comunicação no interior do Serviço Social.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve por objetivo contribuir com as discussões sobre o papel da comunicação no processo de acesso à informação, como forma de garantir direitos à população, por meio da organização dos órgãos representativos da profissão, articulada à categoria de assistentes sociais. A pesquisa esteve apoiada na metodologia de Thompson (1995, p. 363), entendendo que “os resultados da pesquisa social podem, em princípio, e muitas vezes o são na prática, ser apropriados pelos sujeitos que constituem o campo subjetivo-objetivo sobre o qual esses resultados são formulados”.

Vale lembrar que as transformações operadas no capitalismo mundial, a partir da década de 1970, pela ofensiva do capital, trouxeram grandes consequências para as relações sociais e para o mundo do trabalho que, segundo Barroco (2011, p. 206), criou “[...] demandas e respostas à insegurança vivenciada objetiva e subjetivamente na vida cotidiana”.

Couto (2009, p. 05) aponta também que é preciso:

Identificar esse espaço dentro da realidade social onde o trabalho se inscreve, reiterando compreensão de que é necessário ter clareza dos impactos que o modo de organização da sociedade causa sobre a realidade do espaço onde se desenvolve o trabalho.

Assim, é necessário perceber esta realidade permeada de interesses antagônicos, em que a classe trabalhadora é sempre subsumida de seus direitos, e dentre estes, o direito à informação. Esta postura crítica é o que possibilitará a contextualização histórica, de modo a compreender os acontecimentos presentes e futuros, munindo-se de conhecimentos teóricos, técnicos e políticos para este embate.

O processo de mundialização do capital, a partir da década de 1990, aprofunda no Brasil os ideais neoliberais, com políticas de caráter assistencialistas, clientelistas, com fortes traços conservadores. Esse processo desarticulou forças progressistas, como os partidos políticos, movimentos sociais e entidades de classes, desmobilizando e esvaziando de seus ideais emancipatórios a classe trabalhadora. Neste caminho, desenvolveu-se no país, o que Couto (2010) denomina de “um tipo peculiar de cidadania, a invertida”, pautada na ausência de

cidadania nas relações entre o Estado e a sociedade, provocando uma crise de organização de classe que se encontra desconfigurada em sua essência mobilizadora. Esta condição dificulta a representação da sociedade.

Diante deste contexto, percebeu-se esta incipiência na estrutura organizativa dos órgãos representativos da categoria de assistentes sociais, uma vez que se apresentam distante da categoria profissional, principalmente no que se refere à tomada de decisões relacionadas à política de comunicação.

A questão da comunicação no Serviço Social tem se configurado como uma grande possibilidade de avanços para a profissão, na medida em que as áreas de Serviço Social e comunicação estabelecem relações vinculadas à realidade que se manifesta cotidianamente na vida do cidadão, com potencial de uma nova modalidade de pactuação e parceria.

Conforme aponta Lewgoy (2010), “por meio da linguagem no mundo da comunicação, as informações difundem-se cada vez mais velozmente”, desta forma, os meios de comunicação trouxeram um fluxo de informação incontrolável. Cabe ao Serviço Social apropriar-se deste instrumento político para o resgate da cidadania e socialização das informações, no sentido atender às demandas reais dos cidadãos/ãs, na perspectiva de garantias de direitos. Assim, as campanhas desenvolvidas pelo conjunto CFESS-CRESS, apresentam-se com potencial de se constituir em instrumento de luta para a garantia de direitos da população brasileira. No entanto, este processo ainda necessita de ser introduzido no contexto das ações profissionais de forma mais participativa, respeitando as particularidades regionais, em um país de abrangência tão grande como o Brasil. O direito democrático à participação representa o respeito à liberdade dos/as assistentes sociais em decidir sobre os assuntos a serem discutidos coletivamente e desenvolvê-los por meio da socialização da informação com seus pares e cidadãos/ãs.

Ainda que as conclusões apontem para a necessidade de um maior aprofundamento sobre o impacto da comunicação no Serviço Social, é importante sinalizar para os/as assistentes sociais o seu papel como “formadores de opinião” (ESPÍNDOLA, 2009, p. 231), entendendo as tramas conjunturais presentes e formas de enfrentá-las.

A busca de um novo olhar sobre a relação entre o Serviço Social e a comunicação, envolvendo a população demandante das políticas públicas, por meio de ações de cunho socioeducativo e trabalho de equipes multidisciplinares

consolidados, possibilita o reconhecimento da conjugação de esforços para o enfrentamento, promoção e avanços do projeto ético-político do Serviço Social. Ainda que a categoria profissional sofra as consequências da dinâmica conjuntural das relações econômicas, culturais, políticas e sociais, determinadas dificuldades poderão ser enfrentadas por meio de um processo aberto de discussão, mediada pela informação, desde que incluídas na agenda política da categoria.

Com apoio da fundamentação teórica aqui apresentada e nas entrevistas realizadas, o que se pode constatar como uma das dificuldades refere-se à condição hegemônica das empresas privadas sobre o direito à informação. A democracia no Brasil ainda é muito frágil e, historicamente, a cidadania tem se caracterizado de forma mais passiva do que ativa, uma vez que as instituições políticas sempre se relacionaram com a sociedade através de uma postura burocrático-patrimonialista e ainda, populista e paternalista, retardando a possibilidade de criar condições para o exercício dos direitos, sejam eles civis, políticos ou sociais.

Segundo Galeano (2010, p. 26):

A igualação, que nos uniformiza e nos apalerma, não pode ser medida. Não há computador capaz de registrar os crimes cotidianos que a indústria da cultura de massas comete contra o arco-íris humano e o humano direito à identidade. Mas seus demolidores progressos saltam aos olhos. O tempo vai se esvaziando de história e o espaço já não reconhece a assombrosa diversidade de suas partes. Através dos meios massivos de comunicação, os donos do mundo nos comunicam a obrigação que temos todos de nos contemplar num único espelho, que reflete os valores da cultura de consumo.

Trata-se de uma conjuntura que, para seu enfrentamento, exige reconhecer a comunicação e a informação como política pública e direito do/a cidadão/ã.

Nesse contexto, o/a assistente social precisa se comprometer com o seu tempo e os desafios a ele colocados, com a responsabilidade de consolidar o processo de acesso ao direito à informação, realizando um planejamento que incida efetivamente sobre a realidade, não só entre a categoria, mas principalmente e antes de tudo, na sociedade.

No entanto, os órgãos representativos da categoria tem dificuldade de organização para dar visibilidade às suas ações. É certo que a categoria de assistentes sociais tem priorizado, ao longo dos anos, em discutir a questão social e suas expressões na perspectiva do embate com os interesses do capital. Mas,

aprofundar o conhecimento sobre os meios de comunicação e sua organização para enfrentar a desigualdade e a injustiça, se faz necessário. Neste sentido, os órgãos representativos devem ser democráticos, constituir-se em espaços de participação e convivência com a diversidade, imprimindo em suas ações um compromisso com a realidade social, na perspectiva da emancipação social.

Embora a presença de comissões de comunicação nos órgãos representativos é algo relativamente novo e que necessita de maior legitimidade por parte da categoria, e muitos ainda não sabem de sua existência, muito menos de sua estruturação, de acordo com Lojkine (1995, p. 17), a informação, criada e assentada num trabalho cada vez mais coletivo, “[...] não pode ser apropriada e, menos ainda, ser enriquecida, se for apropriada privadamente, ela perde seu valor de uso [...]”.

Portanto, as ações desconectadas com a categoria profissional, base de sustentação de órgãos representativos, resultam em práticas burocratizadas, alienadas e fragmentadas, marcadas pela ausência de laços de solidariedade e compromisso entre assistentes sociais, classe trabalhadora e outras categorias profissionais. Nesta direção é que se afirma a urgência de ações concretas sobre o papel da comunicação no Serviço Social, como requisito fundamental para superar as contradições presentes na sociedade e na própria categoria.

Outro fator importante nesta discussão se refere ao caráter “neoconservador” definido por (BARROCO, 2011) que ainda insiste em se fazer presente nos órgãos representativos da categoria.

O/a assistente social não está imune ao processo de alienação, que muitas vezes se constrói através de um “discurso competente” (CHAUI, 2000), que reproduz a dependência ao conservador e ao instituído, conforme regras ditatoriais, centralizadoras, tornando-se objeto de manipulação. Desta forma, a superação desta prática conservadora, pressupõe ultrapassar a visão fragmentada entre as dimensões ético-política, teórico-metodológica e técnico-operativa, devem estar articuladas organicamente em todo o processo de formação e exercício profissional. É o que Chauí (2000, p. 7), ao tratar do discurso competente apresenta:

[...] com a linguagem institucionalmente permitida ou autorizada, isto é, com um discurso no qual os interlocutores já foram previamente reconhecidos como tendo o direito de falar e ouvir, no qual as circunstâncias já foram predeterminadas para que seja permitido

falar e ouvir e, enfim, no qual o conteúdo e a forma autorizados segundo os cânones da esfera de sua própria competência.

Este discurso competente retratado por Chauí (2000) reveste a competência de um caráter ideológico, cujo papel é mascarar a existência de dominação na sociedade dividida e hierarquizada em que vivemos. Outro lado do discurso competente que precisa ser explorado diz respeito a desvendar seus fundamentos conservadores e tecnocráticos. A reflexão sobre competência e qualidade ganha relevância na medida em que, do ponto de vista ético-político, esses fundamentos possam ser indagados e checados quanto aos seus impactos. Estes, ao serem identificados, devem ser explorados não apenas no campo das ideias, mas, sobretudo, na prática compromissada fundamentada no pensar e fazer diferente capaz de provocar mudanças sociais significativas à sociedade.

O neoconservadorismo presente nos órgãos representativos dos assistentes sociais acaba por fragilizar a consciência crítica e política dos profissionais, resultando, muitas vezes, em práticas esvaziadas de conteúdo ético-político, marcado por intervenções mecânicas. É preciso que a categoria se articule à população que se relaciona, para que não sejam reproduzidas formas de controle pautadas na racionalidade tecnocrática, consolidando atos repetitivos, burocráticos, que não favorecem as atitudes críticas e os posicionamentos políticos dos profissionais.

Nota-se que os órgãos representativos da categoria tem uma política de comunicação muito frágil, a exemplo dos sites das entidades, e das campanhas nacionais promovidas pelo conjunto CFESS-CRESS. Há quase uma década, em datas comemorativas, nas principais cidades brasileiras, os espaços são ocupados com cartazes publicitários para dar visibilidade aos temas encampados pela categoria, com o propósito de fortalecer a profissão. Sobre os resultados das campanhas, eles tem se apresentado de forma pontual e de baixa adesão por parte dos profissionais, sem alcance da totalidade dos assistentes sociais e tampouco da sociedade. Este panorama desafia tanto a categoria como os órgãos de representação da profissão, em investir no processo de construção de uma postura ética, política, teórica e técnica, tendo a comunicação enquanto uma política pública capaz de subsidiar uma intervenção qualificada, para além da realidade imediata da prática cotidiana do/a assistente social.

Neste sentido, Iamamoto (2011, p. 422) coloca:

Ao nível do trabalho concreto realizado no Estado, merece atenção a socialização das informações enquanto uma das atividades profissionais exercidas pelo assistente social. Ela não se reduz ao mero repasse de dados sobre as normas e recursos legais; é uma informação transmitida na ótica do direito social, em que os sujeitos individuais e coletivos são reconhecidos em suas necessidades coletivas e demandas legítimas, considerando a realidade macrosocial de que eles são parte e expressão.

Nesta perspectiva, a socialização da informação envolve uma relação democrática e aberta dos/as profissionais, necessariamente mediada pela reflexão crítica, ocupando os espaços de intervenção, de modo a firmar um compromisso de luta, no sentido de atender os interesses da coletividade tanto na esfera pública como na esfera privada.

Assim, o papel desempenhado pelo conjunto CFESS-CRESS precisa ser debatido no âmbito da categoria profissional, de modo a atender as demandas, expectativas e experiências da profissão, sem perder de vista o objetivo ético da profissão: o reconhecimento da liberdade como valor ético central e das demandas políticas a elas inerentes – autonomia, emancipação e plena expansão dos indivíduos sociais.

Isto significa que cabe à categoria profissional do Serviço Social imbuir-se de saberes e pensamentos para uma intervenção qualificada na realidade social, viabilizando as condições objetivas de acesso aos direitos da população em geral.

É preciso que a categoria profissional assuma a comunicação como uma política pública, valendo-se de estratégia informativa permanente, na condição de formador de opinião pública, posição reafirmada na Política Nacional de Comunicação do conjunto CFESS-CRESS.

No entanto, a articulação entre o Serviço Social e a comunicação apresenta-se distanciada da categoria profissional tanto pelo arranjo organizativo da profissão como pela condição incipiente dos órgãos representativos, o que vem fragilizando a consolidação do Serviço Social na divisão técnica do trabalho.

Neste sentido, aumenta ainda mais a responsabilidade profissional do/a assistente social naquilo que diz respeito à mudança na forma de informar e intervir no processo de garantias de direitos. Para tanto se faz necessário a formação de profissionais comprometidos com a participação, mobilização e controle social por

parte da população, contemplando a dimensão política da informação, de modo a imprimir na sociedade a cultura da informação como um direito inalienável.

Assim, cabe ao/à profissional de Serviço Social o exercício cotidiano da comunicação e da informação enquanto instrumentalidade de intervenção, para um novo modo de pensar e fazer profissional.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES. **TV paga fecha fevereiro de 2013 com 16,7 milhões de assinaturas**. 2013. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalNoticias.do?acao=carregaNoticia&codigo=28171>>. Acesso em: 9 set. 2014.

ARRAIS, Dianne Figueiredo. Cultura midiática e serviço social: uma convivência necessária. In: SALES, Mione Apolinário; RUIZ, Jefferson Lee de Souza (Org.). **Mídia, questão social e serviço social**. São Paulo: Cortez, 2009. p. 344-357.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO – ABERT. IBGE divulga dados estatísticos de rádio e TV. 2011. Disponível em: <<http://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/18076-ibge-divulga-dados-estatisticos-de-radio-e-tv>>. Acesso em: 8 set. 2014.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ENSINO E PESQUISA EM SERVIÇO SOCIAL. **Revista Temporalis**. Disponível em: <<http://www.abepss.org.br/>>. Acesso em: 8 set. 2014.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS – ANJ. **Indústria jornalística**: cenário. 2013. Disponível em: <<http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/comentarios-sobre-o-meio-jornal>>. Acesso em: 27 jun. 2014

BARBOSA, Marialva. **História da comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2013.

BARONE, Victor. **Concessões de TV e rádio**: velhas práticas e o conformismo. 2008. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/concessoes_de_tv_e_radio_velhas_praticas_e_o_conformismo>. Acesso em: 20 dez. 2013.

BARROCO, Maria Lúcia S. Barbárie e neoconservadorismo: os desafios do projeto ético-político. **Revista Serviço Social & Sociedade**, São Paulo, n. 106, p. 205-218, abr./jun. 2011.

BOUÇAS, Cibelle. Tv a cabo no Brasil cresce 25 % em fevereiro. **Valor Econômico**, São Paulo, 21 mar. 2013. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/empresas/3055322/tv-cabo-no-brasil-cresce-25-em-fevereiro>>. Acesso em: 8 set. 2014.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>. Acesso em: 8 set. 2014.

_____. **Lei 8.662 de 7 de junho de 1993**. Dispõe sobre a profissão de Assistente Social e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8662.htm>. Acesso em: 8 set. 2014.

_____. **Lei Complementar nº 101, de 4 de maio de 2000**. Estabelece normas de finanças públicas voltadas para a responsabilidade na gestão fiscal e dá outras

providências. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp101.htm>. Acesso em: 8 set. 2014.

_____. **Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011**. Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal; altera a Lei no 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei no 11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei no 8.159, de 8 de janeiro de 1991; e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm>. Acesso em: 8 set. 2014.

_____. Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. **Política nacional de assistência social PNAS/2004**: norma operacional básica NOB/SUAS. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, 2005.

BRAVO, Maria Inês Souza. **O trabalho do assistente social nas instâncias públicas de controle democrático**. 2009. Disponível em:

<http://xa.yimg.com/kq/groups/26236173/230846635/name/2_-_Texto-base_II.pdf>. Acesso em: 8 set. 2014.

BRAZ, Marcelo. Serviço social, comunicação e projeto ético-político. In: SALES, Mione Apolinário; RUIZ, Jefferson Lee de Souza (Org.). **Mídia, questão social e serviço social**. São Paulo: Cortez, 2009. p. 375-390.

CAPPARELLI, Sérgio; LIMA, Venício A. **Comunicação e televisão**: desafios da pós-globalização. São Paulo: Hacker, 2004.

CAVALCANTI, Karla Maria Gomes; SILVA, Letícia Bizerra; SANTOS, Luise Lima Fonseca. A centralidade da família nas políticas sociais brasileiras. **Cadernos de Graduação**: Ciências Humanas e Sociais, Maceió, v. 1, n. 2, p. 23-35, maio 2013.

CÉSAR, Regina Célia Escudero. **A comunicação pública como práxis no processo de mediação e mobilização da sociedade civil na esfera pública**. 2012. 196 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

CONSELHO FEDERAL DE SERVIÇO SOCIAL – CFESS. **Resolução CFESS nº 469/2005 de 13 de maio de 2005**. Regulamenta o Estatuto do Conjunto CFESS/CRESS, introduzindo as alterações e modificações aprovadas pela Plenária Ampliada realizada em Brasília em março de 2005. Disponível em: <http://www.cfess.org.br/arquivos/resolucao_469_05.pdf>. Acesso em: 8 set. 2014.

CHAUI, Marilena. **Brasil**: mito fundador e sociedade autoritária. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

_____. **Cultura e democracia**: o discurso competente e outras falas. 8. ed. São Paulo: Cortez, 2000.

_____. **Ideologia**. São Paulo: Brasiliense, 2008.

_____. **Simulacro e poder**: uma análise da mídia. São Paulo: Bartira, 2006.

CIOTOLA, Gennaro Portugal. **A mídia e o quarto poder**. Disponível em: <<http://meuartigo.brasilecola.com/historia-do-brasil/a-midia-quarto-poder.htm>>. Acesso em: 20 ago. 2013.

COMPARATO, Fábio. Prefácio. In: LIMA, Venício. **Liberdade de expressão vs. liberdade de imprensa: direito à comunicação e democracia**. São Paulo: Publisher Brasil, 2010. p. 9-10.

CONSELHO FEDERAL DE SERVIÇO SOCIAL. Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa em Serviço Social. **Nota do CFESS e da ABEPSS sobre a decisão da Justiça Federal referente à campanha educação não é fast-food**. 2013. Disponível em: <<http://www.cfess.org.br/visualizar/noticia/cod/967>>. Acesso em: 8 set. 2014.

_____. **CFESS manifesta: defendendo direitos – radicalizando a democracia** (2005-2008). Brasília: CFESS, 2008.

_____. **CFESS manifesta: gestão atitude crítica para avançar na luta** (2008-2011). Brasília: CFESS, 2011.

_____. **CFESS manifesta: gestão tempo de luta e resistência** (2011-2014). Brasília: CFESS, 2014a.

_____. **Código de ética profissional do assistente social**. Brasília: CFESS, 1993.

_____. **O perfil da comunicação do conjunto CFESS-CRESS**. Brasília: CFESS, 2013.

_____. **Perguntas frequentes**. Disponível em: Disponível em: <<http://www.cfess.org.br/visualizar/menu/local/perguntas-frequentes>>. Acesso em: 8 set. 2014b.

_____. **Política nacional de comunicação**. 2. ed. Brasília: CFESS, 2010.

COUTO, Berenice Rojas. Formulação do projeto de trabalho profissional. **Serviço Social: Direitos Sociais e Competências Profissionais**, Natal, 2009. Disponível em: <<http://www.cressrn.org.br/files/arquivos/429f4p9h466ylSR97U4f.pdf>>. Acesso em: 8 set. 2014.

COUTO, Berenice Rojas. **O direito social e a assistência social na sociedade brasileira: uma equação possível?** 4. ed. São Paulo: Cortez, 2010.

DANTAS, Marcos. **Uma agenda democrática para as comunicações brasileiras**. Rio de Janeiro: Federação Interestadual de Sindicatos de Engenheiros, 2008.

EDUCAÇÃO: Brasil aparece em penúltimo no ranking mundial. 2012. Disponível em: <<http://www.verdadegospel.com/educacao-brasil-aparece-em-penultimo-lugar-no-ranking-mundial/>>. Acesso em: 8 set. 2014.

ESPÍNDOLA, Nelma. Em defesa do diálogo entre a mídia rádio e o serviço social. In: SALES, Mione Apolinário; RUIZ, Jefferson Lee de Souza (Org.). **Mídia, questão social e serviço social**. São Paulo: Cortez, 2009. p. 214-234.

ESTATÍSTICAS do Brasil: geral. Disponível em: <<http://www.teleco.com.br/estatis.asp>>. Acesso em: 8 set. 2014.

FIGUEIREDO, Kênia Augusta. **Novos desafios para o serviço social na era das comunicações**. 2005. 150 f. Dissertação (Mestrado em Serviço Social) - Universidade Estadual do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

_____. O assistente social na era das comunicações. In: SALES, Mione Apolinário; RUIZ, Jefferson Lee de Souza (Org.). **Mídia, questão social e serviço social**. São Paulo: Cortez, 2009. p. 323-343.

GALEANO, Eduardo. **De pernas pro ar**: a escola do mundo ao avesso. Porto Alegre: L&PM Editores, 2010.

GELLNER, Ernest. O advento do nacionalismo e sua interpretação: os mitos da nação e da classe. In: BALAKRISHNAN, Gopal (Org.). **Um mapa da questão nacional**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996. p. 110.

GIANNOTTI, Vito. **Muralhas da linguagem**. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

GOULART, Michel. **10 músicas de protesto à Ditadura Militar**. 2012. Disponível em: <<http://www.historiadigital.org/historia-do-brasil/brasil-republica/ditadura-militar/10-musicas-de-protesto-a-ditadura-militar/>>. Acesso em: 8 set. 2014.

IAMAMOTO, Marilda Villela. **Serviço social em tempo de capital fetiche**: capital financeiro, trabalho e questão social. 6. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Países**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/paisesat/main_frameset.php>. Acesso em: 8 set. 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE OPINIÃO PÚBLICA E ESTATÍSTICA – IBOPE. **Número de usuários de redes sociais ultrapassa 46 milhões de brasileiros**. 2013. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/paginas/numero-de-usuarios-de-redes-sociais-ultrapassa-46-milhoes-de-brasileiros.aspx>>. Acesso em: 8 set. 2014.

INTERVOZES. **Coletivo Brasil de comunicação social**. Disponível em: <<http://intervozes.org.br>>. Acesso em: 8 set. 2014.

KLIKSBERG, Bernardo. **Repensando o estado para o desenvolvimento social**: superando dogmas e convencionalismos. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2002.

LEWGOY, Alzira Maria Baptista. **Supervisão de estágio em serviço social**: desafios para a formação e o exercício profissional. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2010.

LIMA, Venício A. **Comunicação e cultura**: as ideias de Paulo Freire. 2. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2011.

_____. **Constituição**: bodas de prata sem festa. Disponível em: <<http://www.paraexpressaraliberdade.org.br/index.php/noticias/257-constituicao-bodas-de-prata-sem-festa>>. Acesso em: 8 set. 2014.

LOJKINE, Jean. **Revolução informacional**. São Paulo: Cortez, 1995.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MARTINELLI, Maria Lúcia. **Reflexões sobre o serviço social e o projeto ético-político profissional**. Ponta Grossa: Universidade Estadual de Ponta Grossa, 2005 (Palestra promovida pelo Departamento de Serviço Social, em 10 nov. 2005).

MARX, Karl. **A ideologia Alemã**. São Paulo: Martin Claret, 2006.

_____. **O 18 brumário de Luís Bonaparte**. São Paulo: Martin Claret, 2008.

MICHAELIS dicionário de português online. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=oligarquia>>. Acesso em: 9 set. 2014.

MIELLI, Renata. Entidades lançam campanha por uma nova lei geral para as comunicações no Brasil. **MídiaComDemocracia**: Revista do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, Brasília, n. 13, p. 1-28, dez. 2012.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. 21. ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

MORAES, Dênis. **Por que a concentração monopólica da mídia é a negação do pluralismo**. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed756_por_que_a_concentracao_monopolica_da_midia_e_a_negacao_do_pluralismo>. Acesso em: 13 nov. 2013.

_____. Uma luz no fim do túnel na luta pela regulação da mídia. **Revista do Instituto Humanitas Unisinos**, São Leopoldo, ano 12, n. 393, 2012. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=4453&secao=393>. Acesso em: 8 set. 2014.

_____. **Vozes abertas da América Latina**: estado, políticas públicas e democratização da comunicação. Rio de Janeiro: Faperj, 2011.

MORAES, Dênis; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. **Mídia, poder e contrapoder**: da concentração monopólica à democratização da informação. Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013.

MOTTA, Rodrigo Patto Sá. **Introdução à história dos partidos políticos brasileiros**. Belo Horizonte: UFMG, 1999.

NARDI, Henrique Caetano. A naturalização do discurso liberal: riscos da privatização do público. In: SPINK, Mary Jane; SPINK, Peter (Org.). **Práticas cotidianas e**

naturalização da desigualdade: uma semana de notícias nos jornais. São Paulo: Cortez, 2006. p. 66-87.

NOGUEIRA, Marco Aurélio. **As possibilidades da política:** ideias para a reforma democrática do estado. São Paulo: Paz e Terra, 1998.

ORTIZ, Fátima Grave. **O serviço social no Brasil:** os fundamentos da sua imagem social e da autoimagem de seus agentes. Rio de Janeiro: E-papers, 2010.

PAULO NETTO, José. A construção do projeto ético-político do serviço social. In: **Serviço Social e Saúde:** formação e trabalho profissional. São Paulo: OPAS, 2006. p. 141-160.

_____. **Formação profissional na consolidação do projeto ético-político do Serviço Social brasileiro:** fundamentos, resistências e desafios conjunturais. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=wGDnqWeck0A>>. Acesso em: 8 set. 2014.

PESQUISA da FGV: as emissoras de rádio faturaram R\$ 1,6 bilhão em 2007. Disponível em: <http://www.planoeditorial.com.br/telecomurgente/ed_ant/691/turg_250908_05.shtml>. Acesso em:

QUEIROZ, Maria Isaura Pereira. Reflexão metodológica - reflexão tecnologia: convergências e contrastes. In: _____. **Variações sobre a técnica do gravador no registro da informação viva.** São Paulo: T. A., 1988. p.27-32.

RAICHELIS, Raquel. **Esfera pública e conselhos de assistência social:** caminhos da construção democrática. 6. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

RIBEIRO, Carolina. Caminhos para a regulamentação da nova lei. **Observatório da Imprensa**, São Paulo, ano 18, n. 815, 2012. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/caminhos_para_a_regulamentacao_da_nova_lei>. Acesso em: 9 set. 2014.

RODRIGUES, Lúcia. Disputa entre teles e emissoras força a regulação. **Caros Amigos**, São Paulo, n. 52, p. 4, abr. 2011.

SALES, Mione Apolinário; RUIZ, Jefferson Lee de Souza (Org.). **Mídia, questão social e serviço social.** São Paulo: Cortez, 2009.

SALLOWICZ, Mariana. Acesso à internet no Brasil cresce, mas 53% da população ainda não usa a rede. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 16 maio 2013. Mercado. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2013/05/1279552-acesso-a-internet-no-brasil-cresce-mas-53-da-populacao-ainda-nao-usa-a-rede.shtml>>. Acesso em: 9 set. 2014.

SANTIAGO, Emerson. Terceiro Reich. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/historia/terceiro-reich/>>. Acesso em: 8 set. 2014.

SEBRAE. **O panorama do acesso à internet no Brasil.** Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/customizado/acesso-a-mercados/distribua-seus->

produtos/comercio-eletronico-1/conceitos/19046-o-panorama-do-acesso-a-internet-no-brasil/BIA_19046>. Acesso em: 8 set. 2014.

SECCHIN, Vitor Nascimento. **Analisando os quatro principais telejornais da Rede Globo, à luz da análise de discurso crítica**. 2007. 82 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2007.

SILVA, Pedro. **IVC aponta crescimento de 1,8% na circulação de jornais em 2012**. 2013. Disponível em: <<http://www.ivcbrasil.org.br/post.asp?idPost=19>>. Acesso em: 9 set. 2014.

SILVA, Maria Ozanira Silva. **O serviço social e o popular: resgate teórico-metodológico do projeto profissional de ruptura**. 7. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

SOARES, José Joaquim. **Pesquisa científica**. Disponível em: <www.jjsoares.com>. Acesso em: 7 set. 2010.

SOARES, Luís. **Globo diz que errou e pede desculpas por apoio à ditadura**. Disponível em: <<http://www.pragmatismopolitico.com.br/2013/09/globo-errou-pede-desculpas-apoio-ditadura.html>>. Acesso em: 19 dez. 2013.

TEIXEIRA, J. Barata; BRAZ, Marcelo. O projeto ético-político do Serviço Social. **Serviço Social: Direitos Sociais e Competências Profissionais**, Natal, 2009. Disponível em: <http://ucbweb2.castelobranco.br/webcaf/arquivos/12894/11251/2.4_O_projeto_etico_politico_do_Servico_Social.pdf>. Acesso em: 8 set. 2014.

TELECO. **Estatísticas de celulares no Brasil**. Disponível em: <<http://www.teleco.com.br/ncel.asp>>. Acesso em: 9 set. 2014.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 1995.

TV BRASIL. **Sobre a TV**. Disponível em: <<http://tvbrasil.ebc.com.br/sobreatv>>. Acesso em: 8 set. 2014.

VALENTE, Jonas. Os grupos contrários à liberdade de expressão são os mesmos que empunham a bandeira da liberdade de expressão. **Desafios do Desenvolvimento**, São Paulo, ano 9, n. 73, ago. 2012. Disponível em: <http://ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com_content&id=2787:catid=28&Itemid=23> Acesso em: 13 nov. 2013.

APÊNDICES

APÊNDICE A

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Titulo da pesquisa:

“A COMUNICAÇÃO COMO ESTRATÉGIA POLÍTICA NO SERVIÇO SOCIAL.”

Prezado(a) Senhor(a):

Gostaríamos de convidá-lo (a) a participar da pesquisa “A COMUNICAÇÃO COMO ESTRATÉGIA POLÍTICA NO SERVIÇO SOCIAL”, realizada em “órgãos disseminadores de informações”. O objetivo da pesquisa é estudar o papel da comunicação no processo de acesso à informação como forma de garantir direitos à população, por meio da organização dos órgãos representativos da categoria de assistentes sociais. Para isso esta pesquisa deve atingir os seguintes objetivos específicos:

- ✓ Problematizar o papel da comunicação como espaço de socialização radical da informação;
- ✓ Aprofundar o debate a cerca do domínio e poder midiático, com vistas a criar meios de ampliar e materializar direitos;
- ✓ Identificar as dificuldades vivenciadas pelos profissionais em se apropriarem da comunicação como ferramenta na intervenção;
- ✓ Discutir qual o papel e missão dos meios de comunicação em uma sociedade realmente democrática e
- ✓ Compreender a dominação econômica, política e cultural expressa na comunicação.

A sua participação é muito importante e ela se daria da seguinte forma: coleta das informações a partir da entrevista semi-estruturada utilizando-se de um roteiro de perguntas abertas e fechadas. As entrevistas serão realizadas de forma individual e agendadas a partir de um prévio contato, sendo solicitada a autorização para que sejam gravadas e transcritas na íntegra, a partir da assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. A identidade dos entrevistados será divulgada, e, para tanto, serão utilizados nomes reais para se reportar a cada um dos sujeitos da pesquisa. Gostaríamos de esclarecer que sua participação é totalmente voluntária, podendo você: recusar-se a participar, ou mesmo desistir a qualquer momento sem que isto acarrete qualquer ônus ou prejuízo à sua pessoa. Informamos ainda que as informações serão utilizadas somente para

os fins desta pesquisa e serão tratadas com o mais absoluto sigilo e confidencialidade, de modo a preservar a sua identidade.

Os benefícios esperados são: a utilização dos resultados, por parte dos sujeitos da pesquisa e demais atores sociais, para ampliar o debate sobre o assunto em seus setores de atuação. Tal conhecimento produzido pela pesquisa pode subsidiar a ação de profissionais proporcionando mudanças no exercício do seu cotidiano de trabalho e facilitando o acesso da população aos seus direitos. A pesquisa contribuirá para o estímulo da cultura democrática no debate em torno do papel e missão dos meios de comunicação em uma sociedade realmente democrática. Além disso, a reflexão a partir da pesquisa remete ao desvelamento de questões ainda pouco discutidas, na medida em que aprofunda o debate sobre a dimensão política do acesso às informações.

Informamos que o(a) senhor(a) não pagará nem será remunerado por sua participação. Garantimos, no entanto, que todas as despesas decorrentes da pesquisa serão ressarcidas, quando devidas e decorrentes especificamente de sua participação na pesquisa.

Caso o(a) senhor(a) tenha dúvidas ou necessite de maiores esclarecimentos pode nos contactar: Claudiana Tavares da Silva Sgorlon, Rua Antônio Cândido de Souza, 211, Centro, São Pedro do Ivaí – PR, CEP: 86.945-000. Telefones: 43 3451-3390 ou 43 9918-9158. Email: claudiana_tavares@yahoo.com.br; ou procurar o Comitê de Ética em Pesquisa Envolvendo Seres Humanos da Universidade Estadual de Londrina, na Avenida Robert Koch, nº 60, no telefone 33712490 ou por e-mail: cep268@uel.br. Este termo deverá ser preenchido em duas vias de igual teor, sendo uma delas, devidamente preenchida, assinada e entregue ao(a) senhor(a).

Londrina, 25 de Junho de 2014.

Claudiana Tavares da Silva Sgorlon
RG: 7.759.863-4 SSP/PR

_____, tendo sido devidamente esclarecido sobre os procedimentos da pesquisa, concordo em participar **voluntariamente** da pesquisa descrita acima.

Assinatura (ou impressão dactiloscópica): _____

Data: _____

APÊNDICE B
Termo de Compromisso

Eu, Claudiana Tavares da Silva Sgorlon, sob orientação da professora Doutora Vera Lúcia Tieko Suguihiro, comprometo-me a conduzir todas as atividades deste estudo de acordo com os termos do presente Consentimento Informado.

Londrina, ____/____/____

Assinatura do(a) pesquisador(a) _____

APÊNDICE C

Roteiro de entrevista

Nome:

Função:

Área de atuação:

Tempo de trabalho na instituição atual:

Tempo de formação:

Instituição formadora:

- 1) Dentro da Política de Comunicação do conjunto CFESS-CRESS, que elemento deve ser destacado para viabilizar o acesso à informação?
- 2) Que orientação a Política de Comunicação do conjunto CFESS-CRESS você detêm para fazer valer direitos?
- 3) Quais as campanhas desenvolvidas pelo conjunto CFESS-CRESS você já aderiu e de que forma as materializou?
- 4) Você participa ou já participou da elaboração das campanhas apresentadas pelo conjunto CFESS-CRESS?
- 5) Como a instituição que você representa publiciza as informações divulgadas pelo conjunto CFESS-CRESS?
- 6) As peças publicitárias produzidas pelo conjunto CFESS-CRESS estão atendendo as necessidades da categoria de assistentes sociais?
- 7) Como se deu o planejamento da política de comunicação da instituição que você representa?

8) Em um contexto regional e/ou local, quais campanhas já foram elaboradas pela instituição que representa para socializar informações e garantir o acesso aos direitos?

9) As campanhas produzidas pela categoria de assistentes sociais tem possibilitado que o público alvo das políticas públicas acessem seus direitos?

10) A partir das comissões de comunicação dos CRESS, de que forma as estratégias para divulgação de informações devem ser estruturadas para que sejam eficazes?