COLETIVOS INDEPENDENTES DE COMUNICAÇÃO E POLÍTICAS SOCIAIS[1]

Thiana Orth[2]
Julia Clipes Saldaña[3]

RESUMO
A partir das *Jornadas de 2013* emergiu com mais ênfase, no Brasil, *coletivos de comunicação independentes* das mídias hegemônicas, sobretudo, no ambiente virtual. Nessa direção, a internet e as redes sociais se tornaram como uma arena de embates e disputas em torno da hegemonia cultural e política. Com isso, o artigo tem como proposta debater a relação desses novos coletivos com as políticas sociais brasileiras. A pergunta geradora deste texto é: os coletivos possuem potencial para a produção de conteúdo que possa vir a desocultar o caráter assistencialista e descontextualizado com que as políticas sociais são abordadas na grande mídia?
Palavras-chaves: Comunicação. Coletivos Independentes. Políticas Sociais.

ABSTRACT
Since the 2013 World Days, it has emerged with more emphasis, in Brazil, independent communication collectives of hegemonic media, especially in the virtual environment. In this direction, the internet and social networks have become an arena of clashes and disputes around cultural and political hegemony. With this, the article proposes to debate the relationship of these new collectives with Brazilian social policies. The generating question of this text is: do collectives have the potential to produce content that can de-cultivate the welfare and de-contextualized character with which social policies are addressed in the mainstream media?
Keywords: Communication. Independent Collectives. Social Policies.

1 INTRODUÇÃO

As formas de comunicação têm se alterado juntamente com o desenvolvimento do capitalismo e sua busca incessante pela aceleração da velocidade de circulação

---

[1] Artigo produzido a partir dos resultados parciais do Projeto de Pesquisa intitulado "Coletivos Independentes de Comunicação e Políticas Sociais: aproximações e resistências" (2021-2022), que está sendo desenvolvido pelas autoras e que tem como objetivo geral analisar quais as linhas narrativas que estão sendo construídas por esses coletivos no que tange as políticas sociais brasileiras. O projeto é subsidiado pela PUCRS, através do Edital BPA 01/2021.

[2] Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul; Doutora em Serviço Social, Mestra em Comunicação Social e jornalista. thiana.orth@pucrs.br.

[3] Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul; Graduanda em Serviço Social; julia.clipes@edu.pucrs.br.

de mercadorias e informação. Sendo que, nas últimas décadas, há o reconhecimento de que passamos a viver numa época tomada pela informação e pela comunicação intensiva.

> Somos protagonistas de uma sociedade estruturada por uma combinação explosiva de mídia e mercado, tecnologia e democratização, individualismo e conectividade global, em que tudo parece transparente e conhecido, mas onde imperam a incerteza, a dúvida e a ignorância. Uma sociedade de extremos, de riqueza ostensiva e miséria absoluta (NOGUEIRA, 2010, p.7).

Tendo em vista que as contradições do mundo contemporâneo estão sendo cada vez mais expostas em virtude das novas tecnologias de informação e comunicação, parte-se do ano de 2011, momento em surgiram mobilizações sociais como a *Primavera Árabe*, no Oriente Médio e no Norte da África, o *Occupy Wall Street*, nos Estados Unidos e as *Jornadas de 2013*, no Brasil, cujas reivindicações e protestos mobilizaram milhares de pessoas, que tomaram as ruas e espaços públicos estratégicos. Nessa direção, vimos emergir as vozes dos próprios participantes dos movimentos que, através de dispositivos móveis e das redes sociais, mostravam e narravam *in loco* os acontecimentos.

É a partir deste contexto sócio-histórico, portanto, que se inicia, no Brasil, a produção de conteúdo realizada tanto pelos participantes das mobilizações, como também por jornalistas ou comunicadores independentes, posto que na mídia tradicional suas narrativas dos acontecimentos apareciam muito pouco. Diante da constatação de que as grandes mídias privilegiam interesses particulares em detrimento do interesse público, confundindo liberdade de expressão com liberdade de empresa (RAMONET, 2012) é que novos coletivos de comunicação se valem das novas tecnologias para produzirem conteúdo informativo, e assim, disputar narrativas com as mídias hegemônicas.

Posto isso, o artigo visa trazer reflexões sobre qual o papel desses novos coletivos de comunicação no que tange sua abordagem acerca das políticas sociais brasileiras, já que, na maioria das vezes na grande mídia, elas são pautadas a partir de uma perspectiva assistencialista, como “ajuda” do governo, não associando-as aos direitos sociais as quais se vinculam.

O artigo está organizado, além desta introdução, em duas partes: inicialmente, abordamos qual o papel do sistema midiático brasileiro no que se refere as políticas sociais, onde discutimos sua complexidade e contradições, e, na sequência, trazemos algumas perspectivas em relação a comunicação em rede, destacando algumas características do que estamos considerando por *coletivos independentes de comunicação*, trazendo especificidades sobre o surgimento dos mesmos nos últimos anos no Brasil. Realizamos uma pesquisa bibliográfica sobre os principais temas em tela (Políticas Sociais e Coletivos de Comunicação), trazendo considerações e análises tendo como base o método dialético marxista.

2 O SISTEMA MIDIÁTICO BRASILEIRO E AS POLÍTICAS SOCIAIS

A constituição do sistema comunicacional no país traduz uma estrutura mais ampla de poder e uma tradição oligárquica, que se reproduz em vários setores da sociedade brasileira. Desta forma, podemos afirmar que a comunicação midiática brasileira quase nunca atende de forma satisfatória as necessidades públicas, mas sim as necessidades privadas de uma pequena camada privilegiada da sociedade (GUIMARÃES; ORTH, 2013).

Nessa direção, compactuamos com Thompson (2002) que defende ser importante romper com a ideia de que a mídia é algo convencional, habitual, quase natural, restrita ao senso comum. Para o autor é necessário perceber que ela constrói ativamente o mundo em que vivemos e que tenhamos uma atitude reflexiva e abordagem crítica a respeito da natureza e do papel da mídia nas sociedades modernas.

É nesse contexto que se torna fundamental abordar as relações entre a mídia e as políticas sociais brasileiras, já que são através dessas últimas, com todas as suas características contraditórias e complexas, “que direitos sociais se concretizam e necessidades humanas (leia-se sociais) são atendidas na perspectiva da cidadania ampliada” (PEREIRA, 2008, p. 156).

Assim como as políticas sociais, a mídia brasileira também possui constituição complexa e contraditória, a começar pela sua história, que sempre esteve sujeito a interesses particulares. Com isso, a comunicação midiática brasileira movimenta-se e nutre-se de um ambiente indefinido, constituído pelo interesse e pela opinião privados, mas que se manifestam como públicos. Fonseca (2004) ressalta que, por mais que os meios de comunicação possam também atuar em uma perspectiva pública, sempre estarão presos a interesses e compromissos privados e mercantis e, o que é essencial, desprovidos de controles efetivos por parte da sociedade e do Estado. A concentração de diversos veículos comunicacionais em escassos conglomerados ou grupos evidencia tal constatação.

As corporações de mídia e entretenimento, como pontua Moraes (2013), exercem um duplo papel na contemporaneidade. O primeiro diz respeito à sua condição peculiar de agentes operacionais da globalização, do ponto de vista da enunciação discursiva. Os grandes grupos de comunicação não apenas legitimam o ideário global, como também o transformam no discurso social hegemônico, disseminando visões de mundo e modos de vida que transferem para o mercado a regulação das demandas coletivas. Para o autor, é a própria retórica da globalização que transmite a convicção de que a fonte primeira de expressão cultural, na atualidade, se mede pelo nível de consumo dos indivíduos.

> A chamada grande mídia fabrica o consenso sobre a superioridade das economias abertas, insistindo que não há saída afora os pressupostos neoliberais. O eixo ideológico consiste em enquadrar o consumo como valor universal, capaz de converter necessidades, desejos e fantasias em bens integrados à ordem da produção. O ‘pensamento único’ – expressão usada por Ignácio Ramonet ao se referir à matriz ideológica que subordina os direitos sociais dos cidadãos à razão competitiva dos mercados financeiros – oculta, intencionalmente, a carga atômica de desigualdades e exclusões que viceja nos espaços e subespaços socioeconômicas planetários (MORAES, 2013, p. 25).

Sabemos que um dos contratempos mais evidentes no setor de comunicação, no Brasil, é a enorme e sem precedentes concentração da propriedade. O Decreto nº 236, de 1967 (BRASIL, 1967), que complementa e altera o Código Brasileiro de Telecomunicações (BRASIL, 1962), por exemplo, determina que nenhuma entidade ou pessoa possa ter participação em mais de 10 emissoras de televisão em todo o

país. Porém, na prática, tal decreto é ignorado através de uma brecha na legislação, que permite o registro dos canais em nome de diferentes empresas, que podem ser geridas por membros da mesma família. Outro ponto a ser ressaltado é a relação direta entre políticos e conglomerados midiáticos, o que não é permitido na Lei nº 10.610, de 2002, que assevera: "Art. 7º. Parágrafo único. Não poderá exercer a função de serviço de radiodifusão quem esteja no gozo de imunidade parlamentar ou de foro especial". Todavia, essa também é uma Lei que não é cumprida no país[4].

Desta forma, os conteúdos e as mensagens produzidas pela mídia brasileira tornam-se cada vez menos plurais, gerando, muitas vezes, uma completa ausência, na cobertura noticiosa, de discussões acerca de temáticas relevantes para a sociedade, como é o caso das políticas sociais.

As políticas sociais, por sua vez, por serem constituídas no interior do modo de produção capitalista, possuem caráter contraditório, sendo que "não há política neutra, nem mesmo a social" (PEREIRA, 2008, p. 163). A autora afirma que é justamente por haver tantas definições quantos atores que tentam interpretá-la e utilizá-la na prática, que se torna indispensável pensar no conceito de política social sob parâmetros não apenas científicos, mas também éticos e cívicos.

Segundo Yazbek (2003), as políticas sociais adotadas nas últimas décadas, no Brasil, possuem como característica comum a fragmentação e, ao mesmo tempo em que trazem a luta política geral da sociedade, elas também se caracterizam pela subordinação a interesses econômicos e políticos. Sendo assim, não pode ser alocada e compreendida através de um processo linear, sendo justamente neste contexto que a política social torna-se dialeticamente contraditória, "e é essa contradição que permite à classe trabalhadora e aos pobres em geral também utilizá-la a seu favor" (PEREIRA, 2008, p. 168). É através dela que direitos sociais se concretizam e necessidades humanas são atendidas na perspectiva da cidadania ampliada.

[4] Ver mais em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/cresce_o_numero_de_politicos_donos_de_meios_de_comunicacao__11082/

Nessa direção, é preciso considerar as políticas sociais também como importantes espaços de resistência e reconhecer que, embora possuam caráter contraditório, é fundamental seu desocultamento, tanto para estimular a prevalência de seus aspectos emancipatórios como para possibilitar que a crítica realizada venha a contribuir para seu aprimoramento, com pontuam Prates e Gershenson (2012).

A Política Nacional de Assistência Social (PNAS), por exemplo, traz em sua constituição a necessidade de informação, monitoramento e avaliação como instrumentos necessários à sua consolidação (MACHADO, 2008). Ou seja, a categoria *publicização*, que diz respeito à capacidade de publicar e tornar público faz parte do aparato legal da política. Para Machado (2008), a *publicização* constitui-se como estratégia de socialização de informações e processos referentes às políticas, a fim de que sejam conhecidas e compreendidas pelo conjunto da sociedade. Os dados apresentados pela autora evidenciam a carência de conhecimentos que os profissionais do Serviço Social possuem acerca do campo da comunicação, em especial, sobre as estratégias comunicacionais para tornarem públicas as suas ações.

Já os profissionais da comunicação também carecem de conhecimentos acerca do campo das políticas sociais. Com raríssimas exceções, não há, na mídia brasileira, quem acompanhe, com um mínimo de regularidade, o andamento dos programas sociais e das políticas as quais eles estão vinculados. Apesar da importância desse assunto, a mídia brasileira aborda de maneira muito superficial tal temática, sendo este um dos grandes desafios e uma das maiores deficiências do sistema comunicacional brasileiro.

É nesse contexto que os coletivos de comunicação independentes da grande mídia emergem como uma importante alternativa, através de uma perspectiva contra-hegemômica. Veremos algumas características desses novos arranjos comunicacionais no próximo item.

3 UMA OUTRA COMUNICAÇÃO É POSSÍVEL?

A partir do reconhecimento de que o campo informativo é como uma arena marcada por disputas de sentidos pela hegemonia política e cultural, Moraes (2008) destaca que a comunicação alternativa e contra-hegemômica em rede refere-se a um processo participativo que envolve indivíduos e grupos alinhados a uma visão politizadora do jornalismo. Para o autor são quatro características que distinguem esse tipo de comunicação em rede:

> a) compromisso com a universalização dos direitos humanos; b) não se impõem óticas interpretativas únicas na apreciação dos fatos e acontecimentos, rompendo com a cadeia de subordinação aos crivos ideológicos e idiossincrasias das corporações midiáticas; c) a dinâmica virtual estimula trocas e interações; d) seguem-se os princípios inclusivos da publicação aberta (leitores podem adicionar comentários, textos e fotos) e do *copyleft* (permissão para reproduzir informações, desde que citada a fonte e sem fins lucrativos, evitando as barreiras impostas pela propriedade intelectual).(MORAES, 2008, *online*).

De maneira geral, o autor destaca que a tarefa de uma comunicação contra-hegemômica é reivindicar o pluralismo e o valor das histórias e culturas, abrindo possibilidades para a reflexão sobre o mundo cotidiano e suas contradições. É a partir de Gramsci, que Moraes (2013) traz suas formulações sobre contra hegemonia, em que são vinculados projetos jornalísticos alternativos à expressão da diversidade informativa com práticas de resistência cultural. Ações contra hegemônicas podem ser pensadas como instrumentos para criar uma nova forma ético-política, cujo alicerce é o de denunciar e tentar superar as condições de exclusão impostas a amplos estratos sociais pelo modo de produção capitalista. A contra hegemonia institui o contraditório no que até então parecia uníssono e estável, a hegemonia, nessa direção, não é uma construção monolítica, e sim o resultado das medições de forças entre blocos de classes em uma dada conjuntura. Ela pode ser reelaborada e alterada através “um longo processo de lutas, contestações e vitórias cumulativas – o que inclui a produção e a difusão de conteúdos contra hegemônicos” (MORAES, 2013, p. 106).

Embora Gramsci nunca tenha utilizado o termo contra hegemonia para categorizar as investidas de contestação das estruturas ideológicas dominantes, existe a apropriação do termo por parte dos pesquisadores, intelectuais e ativistas no

intuito de proliferar o conhecimento e a disseminação desse tipo de mídia (PINTO; BASSI; SILVA, 2019)

Nessa direção, os *coletivos independentes de comunicação*[5] possuem especificidades e características de produção baseadas em dinâmicas de autogestão, com decisões compartilhadas e práticas cooperativas de ações conjuntas (MORAES, 2013). Para o autor, o ecossistema virtual, descentralizado e interativo, torna possíveis práticas comunicacionais que propõe conteúdos críticos, atuando através de métodos colaborativos de gestão e formas não mercantis de financiamento, visando difundir conteúdos de contestação às formas de dominação.

A maioria dos coletivos deste tipo, no Brasil, emerge em 2014[6], evidenciando que seu surgimento é resultado da confluência entre a crise do mundo do trabalho, atrelada a mobilização social (que, na época, estava acontecendo nas ruas), com a disponibilidade tecnológica, ou seja, o acesso a dispositivos digitais, que possibilitam gravar, editar, captar imagens, áudio e compartilhar, através de um único dispositivo (FIGARO, 2018). A autora destaca que, embora sejam constituídos em uma esfera privada, os novos coletivos de comunicação possuem dimensões de socialização de conhecimento e novas relações produtivas, que contribuem para a formação de uma cultura de resistência, cujo papel é de ampliar a diversidade de informação para a sociedade com vistas a avanços civilizatórios.

Por outro lado, há de se considerar que a sobrecarga de informação já demonstrou ser uma das formas mais efetivas de desinformação da cidadania (SERRANO, 2013). Nesse sentido, o autor alerta que é fundamental analisar o impacto sobre a vida real daquilo que se faz e se vê na vida virtual, como também pensar acerca do nível de influência sobre o poder político dos atos, que são

[5] Para fins de delimitação e dialogando com os critérios da pesquisa que deram as bases para a construção deste texto, estamos considerando *Coletivos Independentes de Comunicação* aqueles que pautam no ambiente virtual diversas temáticas relacionadas à justiça social, direitos humanos e políticas sociais, a partir de uma linha editorial que promova uma leitura crítica da realidade e que sejam independentes da grande mídia. Não estão sendo considerados os coletivos de pessoas e/ou populações específicas (ex.: coletivos de pessoas negras, da população indígena ou Lgbtqia+), pois o objeto de análise da pesquisa são coletivos de comunicação que são conduzidos por jornalistas e/ou comunicadores (as) profissionais/amadores (as).

[6] A título de informação citamos alguns: Esquina Democrática, Coletivo Catarse, Periferia em Movimento, Outras Palavras, Jornalistas Livres, Aos Fatos, Marco Zero.

realizados utilizando as novas tecnologias. Em outras palavras, devemos questionar se a produção das notícias *online* por parte dos coletivos e/ou as publicações nas redes sociais estão mesmo contribuindo para que se construa conhecimentos que permitam uma visão mais crítica da sociedade, ou seja, se "nossas ações com um teclado conquistam mudanças sociais ou não" (SERRANO, 2013, p. 176).

É nessa direção que o autor discorre sobre "outro jornalismo possível na internet" e defende que o objetivo informativo na rede deve ser o de possibilitar ao cidadão reflexões que o façam perceber que ele também é um sujeito ativo de uma ordem mundial e da realidade que ocorre no seu país e em diversas partes do mundo.

Contudo, embora as possibilidades da internet e das redes sociais representem, de um certo ponto de vista, uma esperança para a democratização da informação, não podemos esquecer que não são todas as pessoas que possuem acesso à rede, e quando o tem, trata-se de um acesso restrito e de má qualidade. Como pontua Dantas:

> Não hesitemos em reconhecer que o potencial contra hegemônico de meios digitais é de suma importância num embate tão desigual com os conglomerados, mas não basta para democratizar o sistema de comunicação, sem uma regulação que garanta a diversidade nos meios sob concessão pública e a democratização dos acessos e usos tecnológicos (DANTAS, 2018, p. 215).

Ou seja, um dos primeiros obstáculo a ser superado é o acesso à internet, pois embora o universo de usuários tenha aumentado exponencialmente, não corresponde à totalidade social. "Há uma grave assimetria entre o crescimento das fontes tecnológicas de informação e a capacidade de inclusão da base da sociedade nos novos cenários" (MORAES, 2013). Destacamos que a universalização dos acessos depende de políticas públicas que expandam os usos sociais, culturais, educativos e políticos das tecnologias. Além disso, também necessitam de investimentos e fomentos públicos permanentes, bem como do barateamento de custos deste tipo de serviço para a população.

É por isso que Serrano (2013) defende que devemos reivindicar o papel do Estado nos meios de comunicação, tanto nos veículos de grande porte e audiências, como nos menores, onde estão localizados os *coletivos independentes de*

comunicação. Papel este que seja fundado na participação social e na pluralidade, pois para o autor, através da ideologia neoliberal, ocorreu uma estigmatização de tudo o que é público, sendo preciso recuperar o direito à informação de qualidade.

Por certo são muitos os desafios para que as produções dos *coletivos independentes de comunicação* sejam acessadas de forma mais abrangente. Como também são grandes os obstáculos para que os comunicadores deste tipo de veículo consigam aprofundar a discussão ou até mesmo pautar as políticas sociais enquanto direitos sociais que são.

O alcance deste tipo de conteúdo no ambiente virtual depende de inúmeros fatores, entre eles o da sustentabilidade econômica, pois não são raros os coletivos que sucumbem com apenas alguns meses de existência em virtude da falta de investimentos. E embora seja imprescindível a implantação de políticas públicas que fortaleçam a diversidade informativa, da mesma maneira, é essencial resguardar a autonomia em relação a organismos e governos.

Por fim, compactuamos com Serrano (2013, p.181) que ressalta a importância de não abandonarmos os sistemas ‘tradicionais’ de mobilização social, como as manifestações e protestos de rua, atos públicos, etc, pois o ambiente virtual pode sim ter um grande potencial para que processos sociais emancipatórios ocorram, mas ele, por si só e os *coletivos independentes de comunicação* que nele atuam não irão garantir a transformação social que se almeja. “Pensar que tudo pode ser conquistado pela tela de um computador seria um grande erro”.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo buscou contribuir com elementos para o debate sobre os *coletivos independentes de comunicação* e sua relação com as políticas sociais brasileiras, partindo da constituição do sistema comunicacional no país e das formas de atuação da grande mídia. Nesse sentido, tendo em vista o crescimento da desigualdade no Brasil, considera-se fundamental abordar o papel da comunicação na sociedade brasileira, sobretudo em sua versão midiatizada, para que se compreenda devidamente seu atual poder e sua relação com a democracia.

A política social, nesse contexto, deve ser considerada como uma categoria de constituição tanto teórica como prática, que além de se propor a compreender e explicar o mundo em que vivemos, também vise agir neste mundo, propondo mudanças (PEREIRA; STEIN, 2010). Com isso, destaca-se que as políticas sociais necessitam ser mais bem compreendidas pelo conjunto da sociedade e, para que isso ocorra, é fundamental que tanto os meios de comunicação dos grandes conglomerados midiáticos (leia-se a grande mídia), como os novos coletivos de comunicação, venham a pautá-la com uma maior regularidade e contextualização.

Por fim, acreditamos que a democratização da comunicação é consubstancial à vida democrática da própria sociedade, cuja participação e mobilização depende de cidadãos informados, capazes de se corresponsabilizarem na tomada de decisões sobre os assuntos públicos (LEÓN, 2009).

Sendo assim, consideramos que trazer elementos que possam vir a contribuir para o debate sobre diferentes formas de comunicar no ambiente virtual e sua relação com as políticas sociais brasileiras é fundamental para que novos olhares e caminhos para a transformação da sociedade contemporânea possam ser buscados.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Decreto nº 236, de 28 de fevereiro de 1967**. Complementa e modifica a Lei número 4.117 de 27 de agosto de 1962. Brasília: [*s.n.*], 1967. Disponível em: https://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1960-1969/decreto-lei-236-28-fevereiro-1967-376046-norma-pe.html. Acesso em: 30 ago. 2021.

BRASIL. **Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962**. Institui o Código Brasileiro de Telecomunicações. Brasília: [*s.n.*], 1962. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4117compilada.htm. Acesso em: 30 ago. 2021.

BRASIL. **Lei nº 10.610, de 20 de dezembro de 2002**. Dispõe sobre a participação de capital estrangeiro nas empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens, conforme o § 4º do art. 222 da Constituição, altera os arts. 38 e 64 da Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, o § 3º do art. 12 do Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967, e dá outras providências. Brasília: [*s.n.*], 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/2002/l10610.htm. Acesso em: 30 ago. 2021.

DANTAS, Bianca. **Resenha: Crítica da Mídia & Hegemonia Cultural**. Temática, n° 6, p. 212 a 219, jun. de 2018. Disponível em: https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica/article/download/40560/20234/. Acesso em: 30 ago. 2021.

FIGARO, Roseli. **As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**. São Paulo: Escola de Comunicação e Artes – ECA – Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho - Universidade de São Paulo (USP), 2018.

FONSECA, Francisco. **Mídia e Democracia: falsas confluências**. Curitiba: 2004.

LEÓN, Osvaldo. Para uma agenda social em comunicação. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Por uma outra comunicação – Mídia, mundialização cultural e poder.**4ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2009, p. 401-414.

MACHADO, Loiva Mara de Oliveira. **Controle Social da política de assistência social pela sociedade civil: caminhos e descaminhos de uma política em construção**. Dissertação de mestrado. PPGSS/PUCRS. Porto Alegre, 2008.

MILHOMEN, Luciano. Jornalismo como espaço de informação, formação e ação. **Observatório da Imprensa**. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/armazem-literario/jornalismo-como-espaco-de-informacao-formacao-e-acao/. Acesso em: 25 ago. 2021.

MORAES, Dênis de. O papel e os desafios da comunicação contra-hegemônica em rede. **Blog da Boitempo**, Fev. 2013. Disponível em: https://blogdaboitempo.com.br/2013/02/27/o-papel-e-os-desafios-da-comunicacao-contra-hegemonica-em-rede/. Acesso em: 28 ago. 2021.

MORAES, Dênis de. **Sistema Midiático, mercantilização cultural e poder mundial**. *In:* MORAES, Denis de; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual (Orgs). Mídia, poder e contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo, 2013.

NOGUEIRA, Marco Aurélio. **Mutações do Visível – Da comunicação em massa da Comunicação em rede**. São Paulo: Ed. Pão e Rosas, 2010.

ORTH, Thiana; GUIMARÃES, Gleny Terezinha Duro. A comunicação comunitária em pauta. *In:* V SIMPÓSIO INTERNACIONAL LUTAS SOCIAIS NA AMÉRICA LATINA, 2013, Londrina. **Anais...**Londrina: GEPAL/UEL, 2013. p.139-152. Disponível em: http://www.uel.br/grupo-pesquisa/gepal/v11_gleny_e_thiana_GII.pdf. Acesso em: 30 ago. 2021.

PEREIRA, Potyara Amazoneida Pereira. **Política Social – temas e questões**. São Paulo: Cortez, 2008.

PEREIRA, Potyara Amazoneida Pereira; STEIN, Rosa Helena. **Política social: universalidade versus focalização. Um olhar sobre a américa latina**. *In*: BOSCHETTI, Ivanete; BEHRING, Elaine Rosseti; SANTOS, Silvana Mara; MIOLO, Regina Célia (Orgs.). Capitalismo em crise: política social e direitos. São Paulo: Cortez, 2010.

PINTO, Jax Nildo Aragão; BASSI, Ingrid Gomes; SILVA, Suelen de Aguiar. Apropriação da Mídia Radical contra-hegemônica nas reflexões do movimento sindical do sudeste paraense. *In*: 42º CONGERESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2019, Belém. **Anais...**Belém: UFPA, 2019. Disponível em: https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0931-2.pdf. Acesso em: 30 ago. 2021.

PRATES, Jane Cruz; GERSHESNSON, Beatriz. **Entre desigualdades e resistências. Editorial**. Textos e Contextos – Porto Alegre, v.9, nº2, ago./dez., 2010.

RAMONET, Ignacio. **A explosão do jornalismo: das mídias de massa à massa de mídias**. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

SERRANO, Pascual. Outro jornalismo possível na internet. *In:* MORAES, Denis de; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual (Orgs). **Mídia, poder e contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação**. São Paulo: Boitempo, 2013.

THOMPSON, Jonh B. **Ideologia e cultura moderna**. Petrópolis: Vozes, 2002.

YAZBEK, Maria Carmelita. **Classes Subalternas e assistência social**. São Paulo: Cortez, 2003.