

# *revista Eptic*

REVISTA ELETRÔNICA INTERNACIONAL DE ECONOMIA  
POLÍTICA DA INFORMAÇÃO, DA COMUNICAÇÃO E DA CULTURA

DOSSIÊ TEMÁTICO

## **MAPEAMENTO DA ECONOMIA POLÍTICA DA INFORMAÇÃO, DA COMUNICAÇÃO E DA CULTURA: CONTRIBUIÇÕES HISTÓRICAS E PERSPECTIVAS PARA O FUTURO**

VOL. 22, Nº 3, SET.-DEZ. 2020  
ISSN 1518-2487

## Revista quadrimestral vinculada ao Observatório de Economia e Comunicação (OBSCOM) e ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe

### OBSCOM - UFS

#### Coordenação

Profa. Dra. Verlane Aragão Santos  
Prof. Dr. César Ricardo Siqueira Bolaño

### PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO - UFS

#### Coordenação

Prof. Dr. Josenildo Luiz Guerra

### PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA - UFS

#### Coordenação

Profa. Dra. Verlane Aragão Santos

### REVISTA EPTIC

#### Diretor

Prof. Dr. César Ricardo Siqueira Bolaño (UFS - Brasil)

#### Editora Geral

Profa. Dra. Helena Martins (UFC-Brasil)

#### Editores Adjuntos

Jonas Valente (Lapcom-Brasil)  
Manoel Dourado Bastos (UEL-Brasil)  
Rodrigo Moreno Marques (FUMEC-Brasil)

#### Secretária Executivo

Patrícia Marinho (PUC/RJ-Brasil)

#### Projeto Gráfico

Débora Gomes dos Santos e Ruy Sardinha

#### Diagramação

Debora Gomes dos Santos e Fabrício Luciano Gonçalves

#### Revisão

Academia de Revisão

### Conselho Editorial

Prof. Dr. Abraham Benzaquen Sicco, FUNDAJ, Brasil  
Prof. Dr. Alain Rallet, Université Paris-Dauphine, França  
Prof. Dr. Alain Herscovici, UFES, Brasil  
Prof. Dr. Césaire Galvan, FUNDAJ, Brasil  
Prof.ª Dr.ª Delia Covi Druetta, UNAM, México  
Prof. Dr. Dênis Moraes, UFF, Brasil  
Prof. Dr. Diego Portales, Universidade del Chile, Chile  
Prof. Dr. Dominique Leroy, Université Picardie, França  
Prof. Dr. Edgard Rebouças, UFP, Brasil  
Prof. Dr. Enrique Bustamante, UCM, Espanha  
Prof. Dr. Enrique Sánchez, Universidad de Guanajuato, México  
Prof. Dr. Francisco Rui Cádima, UNL, Portugal  
Prof. Dr. Francisco Sierra, Un. Sevilla, Espanha  
Prof. Dr. Gaëtan Tremblay, Université du Québec, Canadá  
Prof. Dr. Graham Murdock, Loughborough University, Reino Unido  
Prof. Dr. Giovandro Marcus Ferreira, UFES, Brasil  
Prof. Dr. Guillermo Mastrini, UBA, Argentina  
Prof. Dr. Helenice Carvalho, UNISINOS, Brasil  
Prof. Dr. Isabel Urioste, Université de Technologie de Compiègne, França  
Prof. Dr. Joseph Straubhaar, University of Texas, Estados Unidos  
Prof. Dr. Juan Carlos de Miguel, EUH, Espanha  
Prof. Dr. Luiz Guilherme Duarte, UPX, Estados Unidos  
Prof. Dr. Marcelo Kischinhevsky, UERJ, Brasil  
Prof.ª Dr.ª Márcia Regina Tosta Dias, UNIFESP, Brasil  
Prof. Dr. Marcial Murciano Martinez, UAB, Espanha  
Prof. Dr. Marcio Wohlers de Almeida, UNICAMP, Brasil  
Prof. Dr. Marcos Dantas, UFRJ, Brasil  
Prof. Dr. Nicholas Garham, University of Westminster, Reino Unido  
Prof. Dr. Othon Jambeiro, UFBA, Brasil  
Prof. Dr. Pedro Jorge Braumann, Instituto Politécnico de Lisboa, Portugal  
Prof. Dr. Peter Golding, Northumbria University, Reino Unido  
Prof. Dr. Philip Schlesinger, University of Glasgow, Reino Unido  
Prof. Dr. Pierre Fayard, Université de Poitiers-Accueil, França  
Prof. Dr. Ramón Zallo, Universidad Pais Vasco, Espanha  
Prof. Dr. Sergio Augusto Soares Mattos, UFBA, Brasil  
Prof. Dr. Sergio Capparelli, UFRGS, Brasil  
Prof. Dr. William Dias Braga, UFRJ, Brasil

### Coordenador do Dossiê Temático

Jonas Valente

### Autores desta edição

Aianne Amado Nunes Costa, Anderson David Gomes dos Santos, Carlos Figueiredo, Chalini Barros, Edvaldo Carvalho Alves, Flávio Marcílio Maia e Silva Júnior, Giovanni Francischelli, Ivonete da Silva Lopes, Janaine Aires, Kátia Morais, Leandro González, Leilah Santiago Bufrem, Luanda Schramm, Manoel Dourado Bastos, Marcelo Rangel Lima, Marcia M. S. Gonçalves, Octávio Penna Pieranti, Othon Jambeiro, Paulo Victor Melo, Rafael Silva da Câmara, Sil Bahia, Suzy dos Santos, Verlane Aragão Santos, Vitor Souza Lima Blotta

## SUMÁRIO

<b>APRESENTAÇÃO DA REVISTA</b>	<b>5</b>
César Bolaño e Helena Martins	
<b>ARTIGOS E ENSAIOS</b>	
<b>A radiodifusão pública é “cara demais”? Uma avaliação do orçamento da EBC</b>	<b>6</b>
Octávio Penna Pieranti	
<b>Los 20 años del Programa Ibermedia: consolidación y nuevas dinámicas de cooperación para el cine iberoamericano</b>	<b>24</b>
Leandro González	
<b>Convergência midiática e regulação convergente: dinâmicas e políticas do audiovisual a partir da internet</b>	<b>45</b>
Vitor Souza Lima Blotta, Giovanni Francischelli	
<b>DOSSIÊ TEMÁTICO</b>	
<b>Apresentação do DT</b>	<b>66</b>
Anderson David Gomes dos Santos e Manoel Dourado Bastos	
<b>Entrevista com Verlane Aragão Santos</b>	<b>75</b>
Anderson David Gomes dos Santos e Manoel Dourado Bastos	
<b>O grupo OBSCOM/CEPOS: perspectivas teórico-metodológicas e estudos empíricos na contribuição da crítica da economia política da comunicação e da cultura</b>	<b>82</b>
Verlane Aragão Santos, Flávio Marcílio Maia e Silva Júnior, Marcelo Rangel Lima e Aianne Amado Nunes Costa	

**Jornalismo, Marxismo e Economia Política da Comunicação:  
um Levantamento em Periódicos Brasileiro de Comunicação  
e Informação de 2006 a 2020** 103

Carlos Figueiredo

**Raça e Racismo nos estudos em Economia Política da  
Comunicação: da resistência à construção de uma agenda de  
pesquisa** 122

Paulo Victor Melo e Ivonete da Silva Lopes

**Nós, as economistas políticas da comunicação: um conto de  
sub-representações e apagamentos em busca de um final feliz  
no reino encantado da EPC brasileira** 139

Sil Bahia, Marcia M. S. Gonçalves, Janaine Aires, Suzy dos Santos, Luanda Schramm  
e Chalini Barros

**Modelos teóricos em Economia Política da Informação:  
uma análise da produção científica em Ciência da Informação  
no Brasil** 166

Rafael Silva da Câmara, Edvaldo Carvalho Alves e Leilah Santiago Bufrem

**Por uma economia política do audiovisual no capitalismo  
global** 185

Kátia Moraes, Othon Jambeiro

**APOIO** 205

## APRESENTAÇÃO DA REVISTA

Caras/os leitoras/es,

A edição que apresentamos a vocês é fruto de parceria com a ULEPICC-Brasil (capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura), associação que tem como uma de suas metas estimular o debate da Economia Política da Comunicação, da Informação e da Cultura. O Dossiê Temático nela publicado traz, por isso, mapeamento da produção neste subcampo feita no Brasil.

Logo que decidimos por esse tema, pensamos nos desafios que cercam todo ato de contar uma história. As escolhas e, no caso, até mesmo possibilidades de acesso a leituras distintas poderiam acarretar possíveis omissões. Mas, com Benjamin, lembramos que a história deve ser disputada e escrita a contrapêlo, sob o risco de visões contra-hegemônicas caírem no esquecimento promovido pela história oficial. Basta olhar os mais recorrentes livros sobre Teorias da Comunicação para notar a ausência, em muitos deles, de referências à Economia Política da Comunicação, embora esta perspectiva seja amplamente desenvolvida e mesmo encontre respaldo institucional, como comprovam os mais de vinte anos desta revista, os dezesseis da Ulepícc-Brasil, a existência de Grupos de Trabalho sobre o tema em importantes associações de pesquisa, casos da INTERCOM e da ALAIC, já bastante consolidados, e, desde 2019, do GT Economía política de la información, la comunicación y la cultura na CLACSO. Nos lançamos, pois, neste desafio, e o resultado aqui expresso é muito interessante, pois, como destacam os coordenadores do GT, Anderson Santos e Manoel Dourado Bastos, temos não apenas textos que retraram iniciativas e temas centrais de nossa história, mas desafios contemporâneos, como a agenda relacionada às dimensões de raça e gênero, que deve também ser discutida e enfrentada no plano epistemológico.

Além do GT, a seção Artigos e Ensaios apresenta textos que mostram também a abrangência das possibilidades de pesquisa no campo da EPC. Octavio Pieranti enfrenta um tema fundamental para pensarmos a situação do campo público no Brasil, no texto “A radiodifusão pública é “cara demais”? Uma avaliação do orçamento da EBC”. O trabalho se torna ainda mais oportuno dadas as especulações em torno da possível privatização da EBC pelo atual governo e a necessidade de, em sentido inverso, defendermos esta que é uma empresa fundamental para, ao menos, anunciar o que poderia ou deveria ser uma comunicação não voltada para o lucro e menos concentrada em tão poucas mãos. A questão do financiamento e seus impactos também é abordada por Leandro González, em sua análise “Os 20 anos do Programa Ibermedia: consolidação e novas dinâmicas de cooperação para o cinema ibero-americano”. O autor analisa o comprometimento de recursos de países envolvidos na produção de filmes, relacionando-o aos interesses geopolíticos deles, e aponta que, na prática, o programa funciona como fundo de coprodução, sendo deficiente em relação à comercialização das obras. A seção também publica o texto “Convergência midiática e regulação convergente: dinâmicas e políticas do audiovisual a partir da internet”, de Vitor Blotta e Giovanni Francischelli, que discute caminhos para a regulação em um contexto de tantas transformações, como exemplifica o crescimento de serviços de vídeo sob demanda. São, pois, trabalhos que falam sobre os desafios do tempo presente, com contribuições que apontam caminhos para enfrentá-los.

Boa leitura!

Helena Martins e César Bolaño, pela equipe editorial

**A radiodifusão pública é “cara demais”? Uma avaliação do orçamento da EBC**

**¿La radiodifusión pública es “demasiado cara”? Una evaluación del presupuesto de EBC**

**Is public broadcasting “too expensive”? An evaluation of the EBC budget**

**Octavio Pieranti**

Professor no Programa de Pós-graduação em Mídia e Tecnologia da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista (PPGMiT/Faac/Unesp). Doutor em Administração pela Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas - EBAPE/FGV,, com PósDoutorado na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília - FAC/UnB (2018).

Contato: [octavio.pieranti@gmail.com](mailto:octavio.pieranti@gmail.com)

Submetido em: 12.11.2019 |  
Aprovado em: 30.04.2020

## Resumo

O suposto alto custo da EBC tem sido usado como um dos argumentos que corroboram a opção por privatizar a empresa. O artigo tem por objetivo avaliar se esse custo é realmente alto a partir do histórico do orçamento da EBC e de uma comparação desses valores com o de emissoras públicas estrangeiras. Feita essa análise, verifica-se que, na verdade, segundo os critérios adotados, o custo da EBC é baixo, sendo importante ressaltar a diminuição do percentual do orçamento destinado a investimentos nos últimos anos. A empresa vem sendo limitada ao pagamento de seus funcionários e de despesas operacionais regulares.

Palavras-chave: EBC; orçamento; privatização

## Resumen

El supuesto alto costo de EBC se ha utilizado como uno de los argumentos que respaldan la opción de privatizar la empresa. Ese artículo tiene como objetivo evaluar si este costo es realmente alto a partir de lo presupuesto histórico de EBC y de una comparación de estos valores con el de las emisoras públicas extranjeras. Este análisis muestra que, de acuerdo con los criterios adoptados, el costo de la EBC es bajo, y es importante resaltar la disminución en el porcentaje del presupuesto asignado a las inversiones en los últimos años. La compañía se ha limitado al pago de sus empleados y gastos operativos cotidianos.

Palabras clave: EBC. Presupuesto. Privatización.

## Abstract

EBC's alleged high cost has been used as one of the arguments supporting the option to privatize the company. This article aims to assess whether this cost is really high based on EBC's historical budget and on a comparison of these values with that of foreign public broadcasters. This analysis shows that, according to the adopted criteria, EBC's cost is low, and it is important to highlight the decrease in the percentage of the budget allocated to investments in recent years. The company has been limited to the payment of its employees and regular operating expenses.

Keywords: EBC. Budget. Privatization.

## Introdução

Em pouco mais de uma década de existência, a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), responsável pela operação das emissoras públicas e pela comunicação institucional de governo no plano federal, recebeu diversas críticas. Foi acusada, por exemplo, de aderir a governos mesmo quando afirmava que a programação pública deveria ser independente, bem como a audiência de suas emissoras, notadamente da TV Brasil, foi apontada como insuficiente. Uma outra vertente das críticas, contudo, é a que justifica a abordagem deste artigo: trata-se da opinião de que a EBC consumiu recursos públicos em excesso – ou seja, seria “cara demais”.

Este artigo tem por objetivo avaliar se a EBC é realmente “cara demais”, a partir de uma análise do seu orçamento. Essa expressão é, por óbvio, imprecisa, já que deve ser vista em função de um referencial específico – afinal, por definição, se algo é “caro”, assim o é em contraste com algo “barato”, logo, para uma crítica razoável, presumivelmente deve existir um referencial para comparação. A razoabilidade pretendida, como se defenderá ao longo deste artigo, vem sendo colocada em xeque neste caso; ainda assim, a análise desse argumento tem o mérito de dialogar com parte das críticas que foram feitas à EBC ao longo do tempo.

Para alcançar o objetivo pretendido, este artigo divide-se em três seções, além desta introdução e da conclusão. Na próxima, serão resumidas as críticas referentes aos valores dispendidos pela empresa ao longo da sua existência. A seguir, com base nas leis orçamentárias, serão analisados os orçamentos previstos e realmente executados, bem como as tendências do período. Por fim, serão apresentados parâmetros internacionais a título de comparação.

Antes de passar à seção seguinte, é preciso apresentar uma ressalva: “radiodifusão pública” é termo frequentemente associado à EBC, daí a opção por utilizá-lo neste artigo, inclusive no seu título. No entanto, a EBC vai além da radiodifusão pública – afinal, é também a responsável pela comunicação institucional do governo federal e por outras iniciativas além do rádio e da TV, sendo a mais importante a Agência Brasil. Não é possível separar o orçamento dessas atividades apenas a partir da legislação. Além disso, cabe frisar que a EBC é parte integrante do que se poderia chamar de sistema público de radiodifusão, nos termos da Constituição Federal, porém a radiodifusão pública vai muito além da empresa. Esse campo reúne, ainda, cerca de 4,6 mil rádios comunitárias e de 600 emissoras educativas de TV e rádio. Alargando esse conceito rumo à definição de um “campo público da comunicação eletrônica”, seria possível incluir no grupo, ainda, centenas de canais comunitários e universitários na TV por assinatura e emissoras legislativas. Não é objetivo deste artigo fazer essa discussão conceitual. Entretanto, é importante delinear, de forma muito preliminar, a extensão mais precisa do conceito de radiodifusão pública.

## As críticas

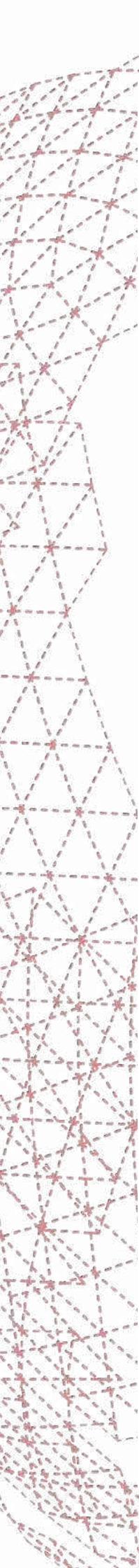
Desde sua criação, a EBC sofreu críticas diversas. Para fins esquemáticos, é possível separá-las em três grandes grupos, considerando-se o principal argumento utilizado em cada um deles. Essa é uma classificação artificial: historicamente foi comum o uso dos três argumentos de forma combinada, conforme se verifica nos próprios textos citados na sequência.

A primeira vertente de críticas diz respeito a uma suposta politização das emissoras mantidas pela empresa e, mais especificamente, à sua vinculação ao governo. A TV Brasil, por exemplo, já foi chamada por políticos e jornalistas de “TV do Lula” e de “TV da Dilma” (HOINEFF, 2014; BENÍCIO, 2018), em óbvia alusão a ex-presidentes da República. Sob uma perspectiva otimista – e, pode-se dizer, mais ingênua – seria possível relevar, em parte, essas citações, ao se considerar que, a despeito de previsão constitucional, “sistema público de radiodifusão” não é um conceito claro para grande parte da opinião pública. Parecia corroborar para essa interpretação o fato de a EBC descender da Radiobrás, estrutura de comunicação institucional do governo federal, por mais que essa tenha buscado, em seus últimos anos, aderir a um modelo mais compatível com o sistema público (BUCCI, 2008). Já por uma perspectiva bem menos otimista – e mais realista – a crítica a uma vinculação política era, na verdade, uma tentativa de desacreditar o projeto da radiodifusão pública no país (PIERANTI, 2018). De qualquer forma, essa primeira vertente das críticas não está relacionada ao objetivo deste artigo.

Um segundo grupo de julgamentos ataca a audiência das emissoras de TV e rádio da EBC (principalmente da TV Brasil). Ela chegou a ser citada como “a emissora que fala sozinha” (MENDONÇA, 2011); “canal com ibope ‘negativo’” (FOLHA DE S. PAULO, 2011) e foi dito que sua audiência relutava em “sair do traço” (DOMINGOS; TOSTA; PERON, 2013). O resultado da EBC – ou seja, no tocante à radiodifusão, a audiência de suas emissoras – não é exatamente o foco deste artigo, mas, como essa crítica está ligada à próxima, o argumento será retomado adiante.

E, finalmente, um terceiro grupo frisa que, para obter audiência supostamente muito baixa, os custos da empresa eram elevadíssimos. Falou-se que seus gastos anuais giravam “em torno de R\$900 milhões” (DOMINGOS; TOSTA; PERON, 2013) ou – valor mais plástico, capaz de gerar mais comoção – R\$1 bilhão (HERMES, 2016).

Esses valores povoaram o debate público sobre o tema. Em 2018, um dia após sua eleição como presidente da República, Jair Bolsonaro deu entrevista a uma emissora privada anunciando que privatizaria ou extinguiria a TV Brasil (SOUZA, 2018). Essa não era, de todo, uma surpresa: não apenas criticara a estação em sua atividade como parlamentar, como anunciara, ao longo da campanha eleitoral, que empresas públicas seriam privatizadas nos anos seguintes.



O novo governo começou no primeiro dia de 2019, porém o presidente voltou a se referir à privatização da EBC apenas no fim de maio, em entrevista a um programa de TV de uma segunda emissora privada (SOARES, 2019). Esse intervalo não foi um período tranquilo para a EBC. Em meio a demissões de dirigentes e promessa de redução do quadro de funcionários, foi tomada medida já aventada no governo anterior: a fusão dos canais NBr (conteúdo institucional do Poder Executivo) e TV Brasil (comunicação pública), mantendo o nome deste segundo, e supostamente “com um objetivo mais voltado para o cidadão” (LAUTERJUNG, 2019).

Em paralelo ao discurso oficial, aumentaram as reclamações sobre os rumos da empresa. Madeiro (2019) ressaltou que a programação da nova TV Brasil passou a ser interrompida, mesmo durante a veiculação de desenhos animados infantis, para a transmissão de atos ao vivo do governo federal, como, por exemplo, os alusivos à comemoração do Dia do Exército. Além disso, a emissora foi acusada de censurar seus próprios profissionais quanto à cobertura de determinados assuntos ou uso de termos específicos. Nesse sentido, por exemplo, “golpe militar” e “ditadura” estariam caindo em desuso para se referir ao regime político instalado no Brasil de 1964 a 1985. Conteúdos institucionais estariam também ocupando cada vez mais tempo do principal telejornal da emissora. O diretor-presidente da EBC afirmava, contudo, que não havia censura; que a empresa buscava trabalhar segundo parâmetros de neutralidade, sem a defesa de qualquer ideologia; e que a reunião dos conteúdos em uma mesma grade representaria economia de gastos – ou seja, a medida era, também, uma resposta às críticas recorrentes de que a empresa gastava muito.

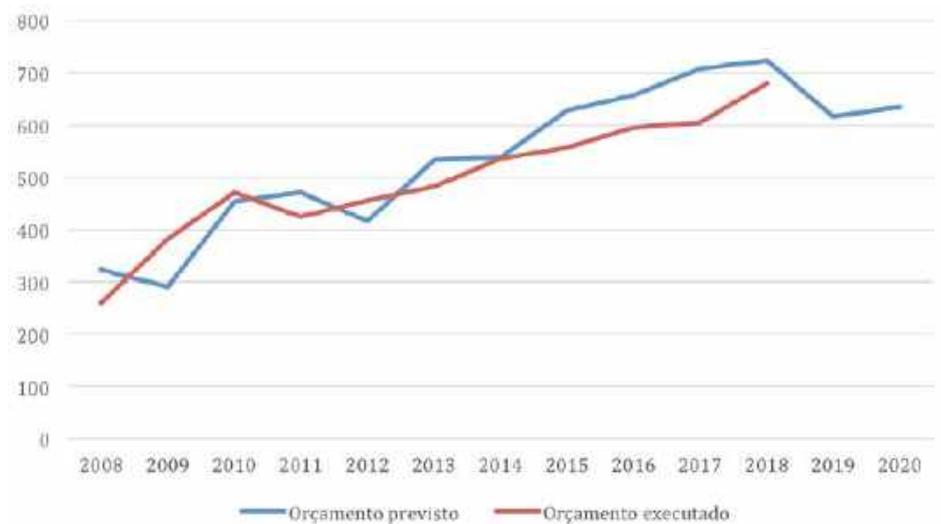
Em novembro de 2019, a empresa foi formalmente incluída no conjunto de entidades públicas que seria submetido a estudos visando sua privatização. Em janeiro de 2020, representante do governo federal chegou a esboçar um calendário de futuras privatizações, anunciando que a da EBC ocorreria até janeiro de 2022 (HOMERO, 2020).

### **Os custos reais**

Esta seção tratará do orçamento da EBC entre 2008 e 2020, partindo de uma abordagem geral – o orçamento completo – para o específico – em particular, os recursos destinados a investimentos. Os valores analisados foram retirados das Leis Orçamentárias Anuais (LOAs), documentos dos quais constam não apenas o orçamento nominal de cada ano, como também o executado em anos anteriores e rubricas específicas. A seguir, são apresentados os valores orçados e os efetivamente executados, de 2008 a 2018 (a LOA de 2020 não mencionava o valor referente a 2019).

Gráfico 1: Orçamento Anual da EBC (2008-2020, em milhões de R\$)

Fonte: Elaboração do autor, com base nas LOAs

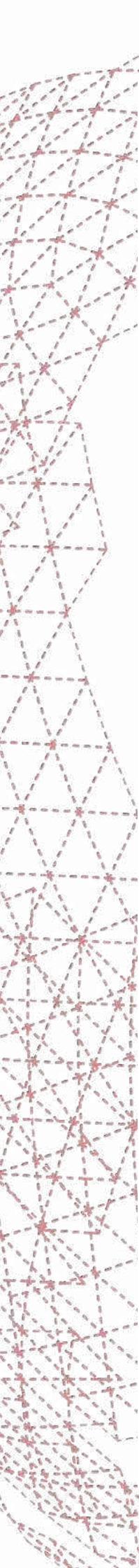


Do gráfico é possível depreender que historicamente o orçamento previsto para a EBC aumentou, com algumas poucas quedas ao longo do período. A maior delas ocorreu no penúltimo ano da série, quando o orçamento deixou o patamar de R\$723,4 milhões para o de R\$617 milhões – uma redução de mais de 14% (que seria ainda maior se os valores tivessem sido atualizados). Para o ano seguinte, o orçamento previsto subiu pouco menos de 3%.

A linha azul representa um indicador importante, mas se trata de uma previsão, considerando as receitas também previstas do governo federal e as expectativas de gasto com a EBC, sendo necessário lembrar que essa empresa depende do Tesouro Nacional para custear suas atividades, como voltará a ser abordado adiante. Os valores previstos no orçamento público não costumam ser totalmente executados seja no caso da EBC, seja no de qualquer órgão ou entidade que mantenha a mencionada relação de dependência. Isso ocorre porque o órgão ou entidade pode não conseguir gastar os recursos previstos ou porque o governo federal não arrecada tanto quanto previsto inicialmente, levando-o a contingenciar os recursos destinados aos órgãos e entidades a ele vinculadas. Existem, ainda, situações em que os gastos superam o orçamento previsto. Assim, mais relevantes que os valores previstos no orçamento, para os fins deste artigo, são os valores executados, representados pela linha laranja do gráfico anterior.

De 2009 a 2012, em vários momentos essa linha superou a azul no gráfico, ou seja, a EBC recebeu mais recursos – e os gastou – que a previsão original. À época, a economia brasileira vivia um momento positivo e a comunicação era tema de frequente debate público. Naqueles anos, por exemplo, foram realizadas a I Conferência Nacional de Comunicação e a discussão, em grupo de trabalho e, a seguir, no Ministério das Comunicações, sobre um novo marco regulatório para o setor.

De 2013 a 2018, por sua vez, o orçamento executado foi sempre menor que o previsto. À exceção dos anos de 2014 e 2018, quando foram executados



respectivamente 99,5% e 94%, esse percentual não ultrapassou 90,6% nos outros quatro anos do período. A pior marca foi o ano de 2017, quando a execução foi de 85,53%. Há de se questionar o que a diminuição desse percentual, com o tempo, representa: uma hipótese provável, a julgar pelo discurso público, é justamente a perda de importância política da empresa.

É importante lembrar, aqui, que o orçamento analisado – tanto o previsto, quanto o executado – refere-se à EBC como um todo. Assim, são os recursos públicos empregados, ano a ano, na operação da TV Brasil, geradoras de TV, parque de retransmissoras próprias, oito emissoras de rádio, NBr, agências de notícias e outros produtos e plataformas, financiados majoritariamente por esse orçamento, tendo em vista que a geração de receita pela própria empresa é bem inferior aos valores que recebeu por aquela via.

O orçamento da EBC acumulado entre 2008 e 2018 chegou a R\$5,7 bilhões, dos quais cerca de R\$5,37 bilhões foram executados (em torno de 94%). Assim, o orçamento anual médio, no período, para manter todos os produtos mencionados, foi de aproximadamente R\$495 milhões – número, portanto, muito distante do R\$1 bilhão que chegou a ser citado por seus críticos.

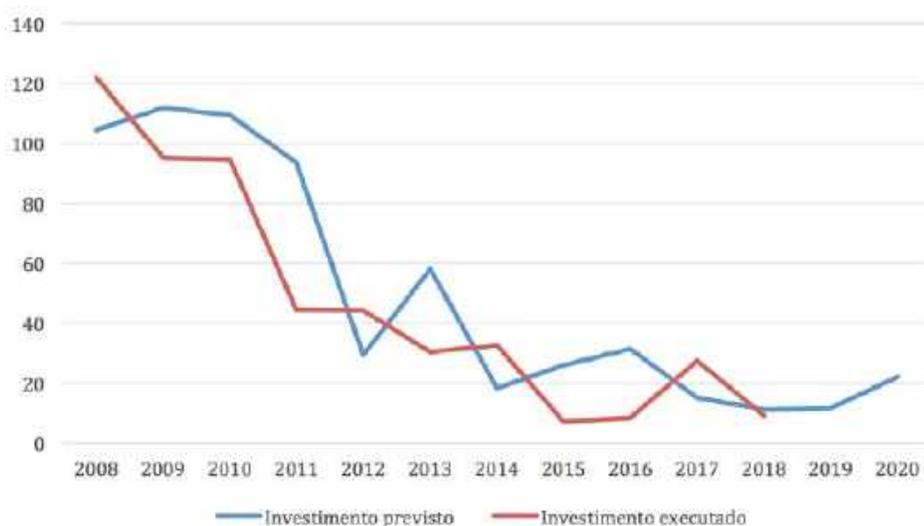
Uma análise das rubricas do orçamento da EBC impõe um olhar sobre as despesas com pessoal e encargos sociais. Por óbvio, esses valores estão relacionados ao dimensionamento, à qualificação e à valorização da força de trabalho. No período, a EBC incorporou a antiga Radiobrás – e, conseqüentemente, seus empregados passaram a integrar a folha salarial da nova empresa – e realizou concursos públicos. Além disso, enfrentou uma greve, negociações salariais e implementou planos de demissão voluntária (PDV).

Ou seja, isso significa dizer que os custos da EBC referentes ao seu pessoal decorriam de um quadro com a seguinte composição: (a) mão de obra herdada da antiga Radiobrás, com mais de mil empregados; (b) novos contratados mediante dois concursos públicos, sendo o último deles realizado em 2013 e (c) cargos comissionados preenchidos por funcionários de fora do quadro, incluídos, aí, em grande parte, os diretores da empresa. Vale lembrar que, no período, a empresa manteve contrato de gestão com a Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto (Acerp) e que contou com os mais de mil funcionários dessa entidade no desenvolvimento de atividades pertinentes às emissoras. No entanto, a manutenção desse quadro não entra, para efeito de cálculo, na rubrica de pessoal e encargos sociais da EBC.

Em 2008, o valor destinado a pessoal e encargos sociais era de R\$69,9 milhões, o equivalente a 21,6% do orçamento previsto para aquele ano; em 2018, esses números chegaram a R\$408 milhões e 56,4%; e, em 2019, a R\$399 milhões e 64,7%. Note-se que, em 2019, o valor previsto para gasto com pessoal caiu, em parte fruto de PDV, porém, tendo em vista a diminuição significativa do orçamento total, o percentual do seu comprometimento aumentou. Essa é uma amarra importante: como a folha consome

Gráfico 2: Orçamento Anual da EBC para Investimentos (2008-2020, em milhões de R\$)

Fonte: Elaboração do autor, com base nas LOAs



A primeira - e mais óbvia - informação que se depreende do gráfico é: a EBC vem historicamente perdendo sua capacidade de investimento. Essa perda possui efeitos ainda mais sérios em um setor dinâmico, em constante transformação, como este em que atua, e considerando que a empresa precisa competir, em alguma medida, com redes e emissoras tradicionais e constituídas há décadas.

Em cada um dos seus três primeiros anos, a empresa executou sempre mais de R\$94 milhões em investimentos. Nessa época renovou seus equipamentos e as grades de programação, incentivou a produção audiovisual, instalou diversas novas estações, programou e efetivou sua expansão.

A partir de 2011 esses investimentos foram subitamente contidos: neste ano, observa-se um abismo, no gráfico, entre os recursos previstos e os executados; a partir de 2012, os valores são mais próximos. Entre 2011 e 2014, durante o primeiro governo Dilma, a EBC executou, por ano, entre R\$30 milhões e R\$44,5 milhões em investimentos. Logo a seguir, com o acirramento da crise econômica, a empresa chegou ao seu piso nessa categoria - R\$7,2 milhões, o que equivale a menos de 6% dos quase R\$122 milhões executados em 2008, o melhor ano da série. Vale lembrar que os valores não foram corrigidos e, se o fossem, essa distância seria ainda maior.

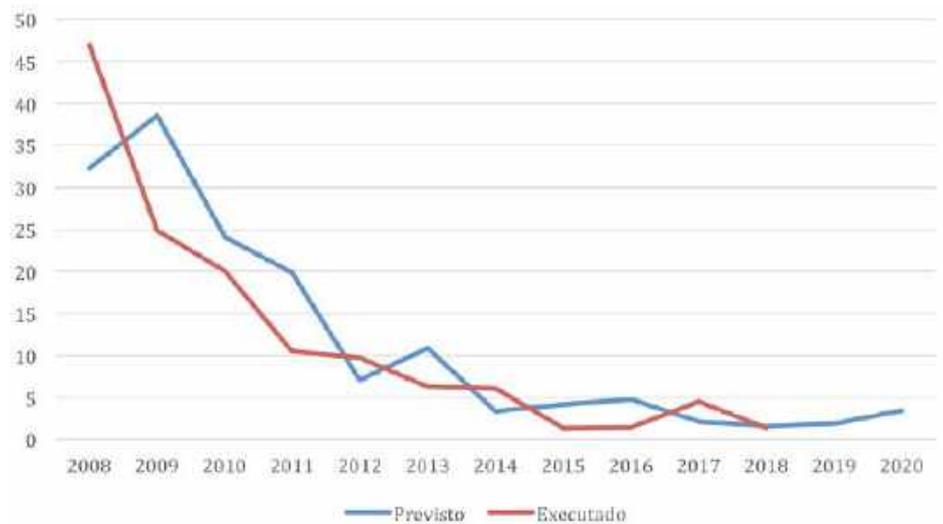
Ressalte-se que é natural um investimento maior por parte de uma empresa de comunicação em seus primeiros anos de vida, eis que se faz necessá-

ria a montagem de sua infraestrutura ou, no caso da EBC, a modernização do parque herdado da Radiobrás. Ainda assim, a queda do total observada, pela sua magnitude, é digna de nota.

Um outro dado importante diz respeito à comparação entre os valores previstos para investimentos e os efetivamente executados, que refletem o quanto a empresa foi contida em suas pretensões seja por contingenciamento orçamentário, seja por outros fatores. Verifica-se que a EBC investiu, em 2011 e 2013, respectivamente 47,45% e 52,39% do previsto; e, no biênio 2015-2016, auge da crise política que culminou em troca de governo, respectivamente 27,83% e 26,65%. É certo que, em outros quatro anos da série, a empresa investiu mais que o inicialmente previsto. A inconstância e a imprevisibilidade, de toda sorte, quanto aos recursos que estão efetivamente disponíveis impacta qualquer tipo de planejamento não apenas da EBC, como em qualquer agente econômico que se pretenda competitivo em um dado setor. Convém, por fim, examinar a relação mostrada no seguinte gráfico entre orçamento total e o disponível na rubrica de investimentos tanto no que se refere à previsão original, quanto no que diz respeito ao executado.

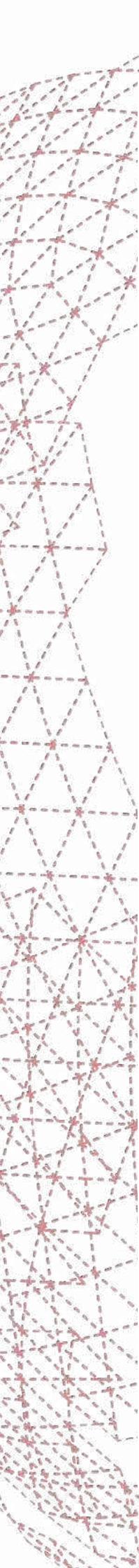
Gráfico 3: Relação entre Orçamento Total e Investimentos na EBC (2008-2020, em %)

Fonte: Elaboração do autor, com base nas LOAs



A linha azul do gráfico demonstra o percentual do orçamento previsto destinado a investimentos a cada ano. A linha laranja revela a mesma relação, porém considerando o orçamento executado.

Nos três primeiros anos da existência da EBC, os investimentos representaram entre 24,11% e 38,51% do orçamento previsto e entre 20,05% e 47,02% do orçamento executado. Esses percentuais diminuíram bruscamente em 2011 e mantiveram uma tendência de queda. O problema se agravou nos anos da já mencionada crise política, quando os investimentos foram de 1,3% e 1,41% do orçamento executado. E a experiência do “mundo real” parece ter inspirado também a “realidade planejada”: no quadriênio 2017-



2020, esses percentuais em relação ao orçamento previsto foram de 2,12%, 1,55%, 1,88% e 3,48%. Assim, um problema ainda maior que as quedas de 2011-2012 pode ser a razão ter se mantido estável, nos últimos anos, em níveis muito baixos. De toda essa abordagem, uma primeira conclusão que emerge é:

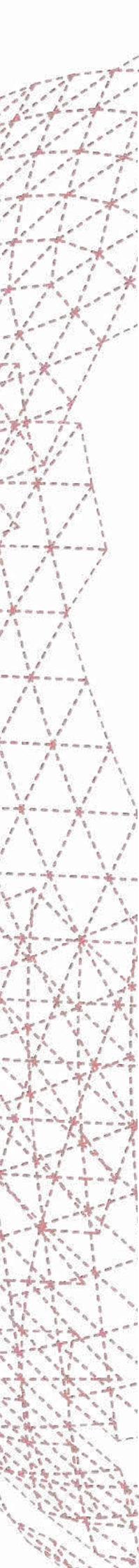
“Essa é uma análise meramente quantitativa do orçamento e é certo que outros aspectos devem ser levados em consideração ao longo desse tempo para avaliar o desempenho da empresa. No entanto, os números evidenciam que, do ponto de vista orçamentário, a EBC deixou de receber, com o tempo, a mesma atenção que tinha em sua fase inicial” (PIERANTI, 2017, p. 134).

Ou seja, do ponto de vista orçamentário, os últimos anos reforçaram a percepção de que pioraram sensivelmente as condições impostas à EBC: (a) há uma tendência de aumento (ou de estabilidade em patamar significativo) da distância entre orçamentos planejado e executado, o que possivelmente está relacionado a um crescente contingenciamento; (b) esse distanciamento prejudica o planejamento da empresa, já que a sujeita a uma insegurança crescente em relação aos valores que terá disponíveis; (c) o orçamento está cada vez mais comprometido com gastos obrigatórios, como custeio das atividades regulares e folha de pessoal/encargos, sendo que o percentual atribuído a esse último binômio mais que triplicou em onze anos; (d) restam comprometidos os recursos destinados a investimentos, que, mesmo oscilando nos últimos anos, jamais chegaram sequer perto dos existentes nos primeiros anos da EBC e são proporcionalmente parcelas cada vez menores dos recursos totais dispendidos; (e) a imagem de uma empresa cada vez mais amarrada por gastos cotidianos e com possibilidade reduzida de investimentos parece ter sido adotada como “o” padrão mesmo pelos que deveriam estar comprometidos com uma mudança desse rumo – afinal, em diferentes proporções, os dirigentes da EBC, o governo federal e o Congresso Nacional têm sua parcela de responsabilidade na condução ou no acompanhamento da empresa e na definição do seu orçamento.

Desenha-se, assim, um quadro consistente de asfixia financeira sem que se apresente um plano, público e estável, que intente revertê-lo.

### **A comparação**

Na seção anterior buscou-se apresentar a evolução do orçamento da EBC que mostra, especificamente, uma tendência de diminuição de recursos para gastos discricionários voltados a investimentos. Os totais mencionados podem impressionar ou gerar questionamentos diversos, porém permitem uma interpretação apenas parcial da realidade. Em outras palavras, podem ser “altos” ou “baixos”, a depender dos critérios e referências prévias dos leitores, sendo necessário, para fins de rigor acadêmico, estabe-



lecer uma métrica que permita uma confrontação desses números com situações análogas.

Essa comparação passa pela busca de um indicador que trate de orçamentos semelhantes ao da EBC. Essa semelhança deveria estar relacionada à atividade principal desempenhada pela empresa, ou seja, radiodifusão. Avaliou-se a comparação do orçamento com outros provenientes de: (a) emissoras brasileiras integrantes do sistema privado de radiodifusão; (b) emissoras brasileiras mantidas por governos estaduais; ou (c) emissoras estrangeiras responsáveis, em âmbito nacional, pela comunicação pública (e eventualmente também pela comunicação institucional e de governo).

No primeiro caso, os orçamentos advêm de fonte bastante distinta, se comparadas às da EBC – notadamente, em primeiro plano, publicidade comercial. Além disso, as áreas de atuação são diferentes não apenas em relação ao tipo de conteúdo veiculado, como também da infraestrutura necessária para as atividades. A título de exemplo, vale lembrar que a EBC mantém emissoras de rádio operando na faixa de ondas curtas voltadas ao interior do país, cujos custos fixos de manutenção e de operação são bem mais altos que os observados em estações locais. Por fim, as principais emissoras privadas do país não costumam divulgar seus orçamentos.

No segundo caso, as operações têm alcance bem mais restrito. Além disso, são muito distintas as capacidades de investimento dos governos estaduais entre si e desses governos quando comparados ao federal.

O terceiro caso parece ser a referência mais interessante, já que a comparação ocorre entre entidades atuantes em um mesmo setor (o da radiodifusão) com propósitos e objetivos, em tese, similares. Persiste o problema de obtenção dos dados que nem sempre estão disponíveis ou, ainda que isso ocorra, nem sempre estão em idioma dominado pelo autor deste artigo. Foi possível, no entanto, obter esses valores em fontes secundárias, leia-se, em pesquisas sobre a radiodifusão pública no mundo e que mencionaram orçamentos das emissoras, como se verá adiante.

Assim, construiu-se uma amostra de 17 entidades nacionais responsáveis pela radiodifusão pública. Trata-se, porém, de um grupo heterogêneo, com representantes de três continentes, dimensões territoriais, população e condições socioeconômicas muito diferentes. Como forma de minorar o problema, decidiu-se apresentar o orçamento per capita destinado à radiodifusão pública em cada contexto nacional. Adicionalmente cabe informar que o orçamento considerado para a Bulgária levou em consideração apenas os recursos provenientes do governo, já que demais fontes não foram encontradas e representam apenas uma pequena parte do valor total.

É relevante lembrar que nem sempre a íntegra ou sequer a maior parte desse orçamento provém de fontes públicas. Além do orçamento proveniente diretamente do Tesouro Nacional, a radiodifusão pública é financiada, a

dependem do país, por uma cesta de diferentes fontes possíveis, dentre as quais se destacam, como as mais comuns, a publicidade comercial e taxas específicas voltadas à manutenção dessas emissoras, pagas normalmente por pessoas que dispõem de aparelhos de TV ou atreladas à conta de energia (PIERANTI, 2018). No Brasil, é vedada a veiculação de publicidade comercial pelas emissoras mantidas pela EBC, nos termos da lei de sua criação.

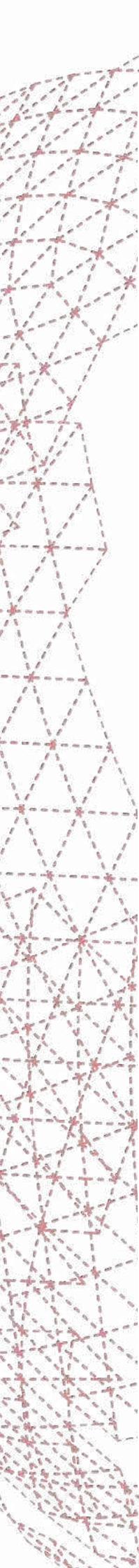
A mesma lei instituiu a Contribuição para o Fomento da Radiodifusão Pública (CFRP), a ser paga pelos prestadores de serviços de radiodifusão e de telecomunicações, mas estes ajuizaram ação contestando-a e depositaram os valores em juízo, o que levou ao seu não uso efetivo por parte da EBC. Ainda que esses recursos tivessem ficado disponíveis à empresa ao longo dos anos, provavelmente a EBC continuaria dependente do Tesouro Nacional – afinal, os recursos previstos para a CFRP foram comumente estimados em menos de R\$400 milhões/ano e o orçamento da empresa, desde 2010, supera essa marca. Na tabela a seguir, o orçamento mencionado no caso do Brasil diz respeito ao valor global efetivamente executado.

Tabela 1 – Orçamento *per capita* da radiodifusão pública.

Fonte: Elaboração do autor, baseado em JÕESAAR (2011); IFM (2011); RTSH (2015); MINISTÉRIO DA FAZENDA (2016); BALOGH (2016); ČT (2016); ROMANIA INSIDER (2016); BENSON; POWERS; NEFF (2017); PIERANTI (2018).

1. Sobre a taxa de conversão cabe ressaltar que, na maior parte dos casos, os valores em Euros desta tabela constavam dos trabalhos originais citados como fontes. Os demais encontravam-se convertidos, em Pieranti (2018), com base em taxa do segundo semestre de 2017. O valor referente ao Brasil foi convertido tomando-se por base a cotação do Euro em 31/12/2017.

País	Orçamento <i>per capita</i> (€) <sup>1</sup>	Ano
Noruega	155,49	2011
Alemanha	118,53	2011
Suécia	97,98	2011
Reino Unido	87,96	2011
Japão	37,48	2015
Canadá	27,46	2013
Rep. Tcheca	23,98	2016
Estônia	18,04	2009
Hungria	16,31	2015
Polônia (TV)	10,88	2011
Bulgária	7,66	2016
Letônia	7,02	2009
Albânia	6,56	2015
Romênia (TV)	5,23	2016
Lituânia	4,01	2009
Estados Unidos	2,92	2012
Brasil	0,73	2017



Conforme a tabela, parte dos orçamentos considerados foi observada há uma década, quando o mundo vivia cenário econômico diferente do atual e, além disso, o rádio e a TV não tinham sua importância questionada frente aos novos meios de comunicação e plataformas baseados na Internet. Ainda assim, os valores devem ser vistos como um referencial, por mais que tenham sofrido alterações com o tempo. E, ao menos no caso brasileiro, essa defasagem não levaria a outra conclusão a partir da tabela.

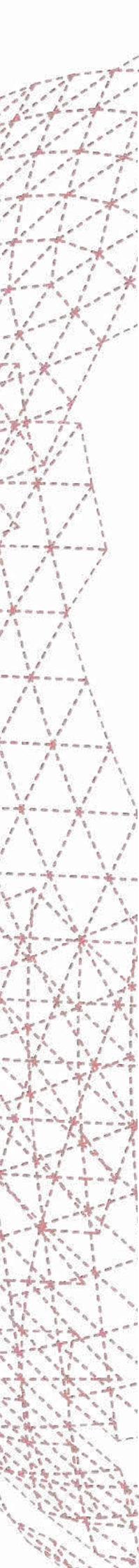
O ano mais citado nela é 2011 e, considerando o orçamento executado, a população estimada e o valor do euro à época, o indicador, no Brasil, subiria para 0,92. Esse valor é cerca de 35% maior que os 0,68 constantes da tabela, porém manteria a EBC na última colocação, ainda muito distante da penúltima, ocupada pelos Estados Unidos.

É essa justamente a principal consideração que se depreende da comparação: mesmo nos seus melhores anos em termos orçamentários, a EBC não dispõe de recursos compatíveis com os de outras entidades mantenedoras de emissoras públicas no mundo. Note-se que a tabela não inclui apenas exemplos corriqueiros de países com grande experiência em radiodifusão pública, como Alemanha, Reino Unido e Japão – seria possível inferir os altos investimentos realizados nesses países até mesmo pelo senso comum. No entanto, a tabela também revela que os indicadores são substancialmente maiores, quando comparados ao da EBC, em países egressos de regimes autoritários e cujos primeiros esforços em relação à radiodifusão pública datam do início da década de 1990, como, por exemplo, República Tcheca, Bulgária, Albânia e outras seis nações do centro-leste europeu.

Uma comparação dos valores dispendidos por ano, por pessoa, com a EBC com outros serviços e produtos corriqueiros no país também serve para reforçar o argumento. Gasta-se com a empresa valor inferior a duas passagens de ônibus e menor que um pacote de pão de forma, considerando-se os preços correntes em diversas capitais do país.

Como, em seção anterior deste artigo, foi relatado que uma crítica recorrente sobre a EBC relacionava altos custos e resultados ruins, convém tecer brevemente um comentário sobre esse ponto quanto ao plano internacional. No caso da TV, em 2015, emissoras públicas com indicador de orçamento per capita maior, como as da Alemanha (44,8% de market share), Polônia (31,2%) e República Tcheca (30,4%), superavam a marca de 30% de audiência em média, considerando-se os receptores de televisão ligados e somadas, aí, todas as suas programações simultâneas na plataforma digital. Por outro lado, países com indicador menor, como Letônia (12,4%), Lituânia (10,3%), Bulgária (8,1%) e Romênia (4,7%) apresentaram menos de 13% de audiência, segundo os mesmos critérios (EBU, 2016a).

No que tange ao rádio, essa relação não é tão clara. Alemanha (55,7%) e Hungria (31,6%) preservavam altos índices de *market share*. Porém países com indicador de orçamento per capita mais baixos também apresenta-



vam altos índices, a exemplo de Letônia (37,5%) e Estônia (34,1%). Esses índices são consideravelmente maiores, até, que países com melhor indicador de orçamento per capita, como República Tcheca (22,5%) e Polônia (18,3%), também em 2015 (EBU, 2016b).

A amostra não permite generalizar uma conclusão acerca da relação entre orçamento e resultados em termos de audiência – e nem é o objetivo deste artigo fazer análise pormenorizada nesse sentido. Ainda assim, é possível destacar, por ora, que, considerando a amostra de países europeus mencionados, um alto orçamento per capita parece guardar relação com melhores resultados em termos de audiência, pelo menos entre as emissoras de TV.

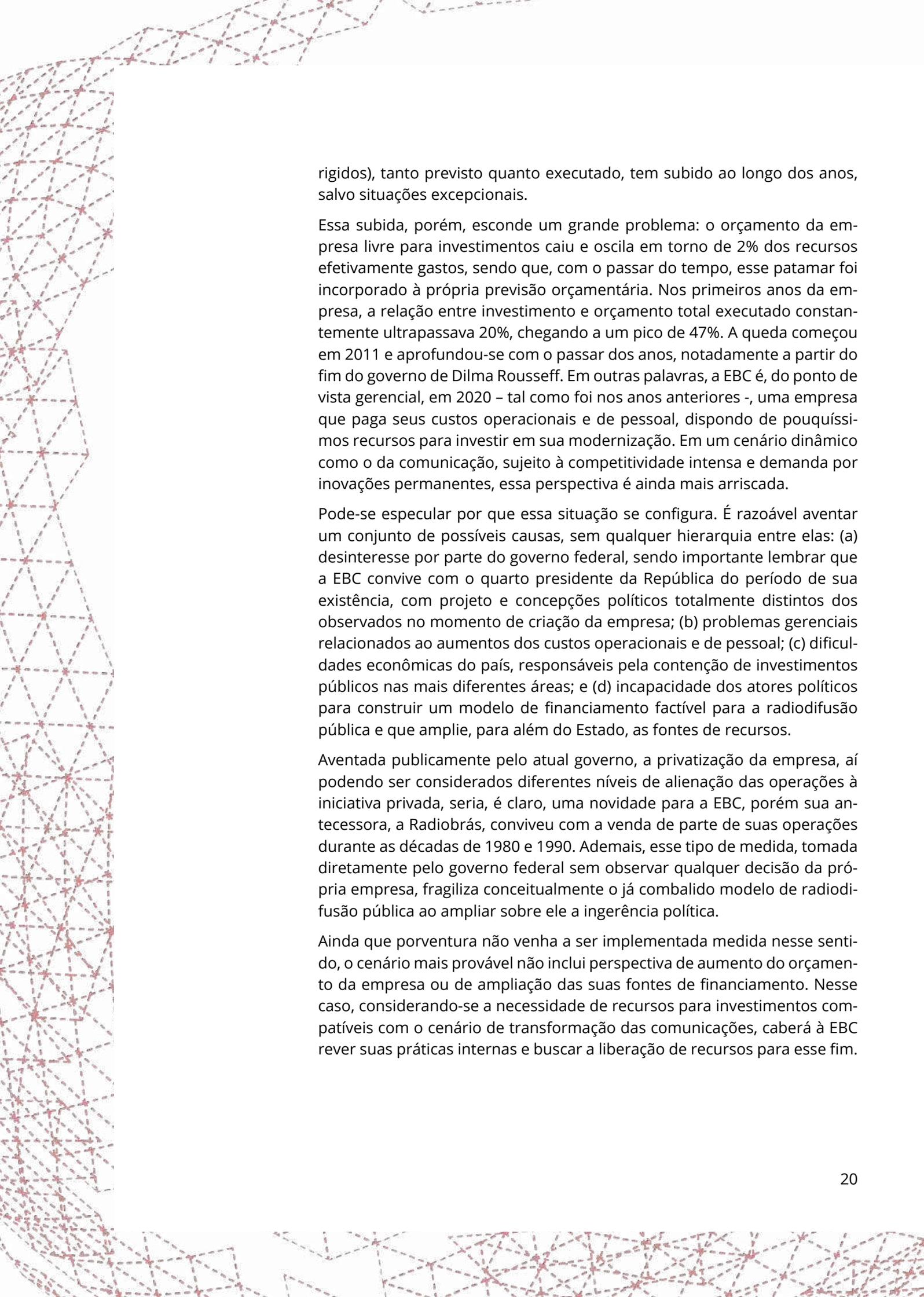
### **Considerações finais**

Para responder a pergunta-título, este artigo buscou, nas seções anteriores, resumir as principais críticas dirigidas à EBC; analisar seu orçamento real; e compará-lo com os de entidades de outros países que também mantêm emissoras de radiodifusão pública com atuação nacional. A questão colocada é relevante e atual, visto que, no momento de conclusão deste artigo, o governo federal ainda discutia publicamente os rumos da EBC, bem como os de outras empresas públicas tratadas como passíveis de privatização.

Os orçamentos foram analisados a partir das leis orçamentárias anuais, ou seja, fontes primárias que revelam exatamente o quanto a empresa consome em termos de recursos públicos. Não foi possível usar o mesmo tipo de fonte para a análise do cenário internacional seja pela indisponibilidade desses dados de forma pública, seja pela incapacidade do autor de acessá-los por desconhecimento dos idiomas. Ainda assim, acredita-se que a comparação realizada, com as fontes disponíveis, atingiu as finalidades a que se propôs.

Afinal, percorrido esse trajeto, a radiodifusão pública é “cara demais”? Essa pergunta, que norteou todo o trabalho, reúne pelo menos dois aspectos imprecisos. O primeiro diz respeito ao conceito de “radiodifusão pública”: no Brasil, a despeito da previsão constitucional, não existe definição legal categórica sobre todos os canais que estariam aí reunidos, como se apontou de antemão. Neste artigo se buscou analisar apenas a situação da EBC, que é parte importante desse segmento e também o ultrapassa, tendo em vista sua atuação também no plano da comunicação institucional (de governo). Além disso, “cara demais” é qualificação indeterminada: o que pode ser um valor alto para uns pode não o ser para outros.

De acordo com os critérios adotados neste artigo, a EBC não é “cara demais” – muito pelo contrário, aliás. Seus custos, quando ponderados em função da população do país, são inferiores aos de entidades congêneres de diversos outros países. Seu orçamento em valores absolutos (não cor-



rigidos), tanto previsto quanto executado, tem subido ao longo dos anos, salvo situações excepcionais.

Essa subida, porém, esconde um grande problema: o orçamento da empresa livre para investimentos caiu e oscila em torno de 2% dos recursos efetivamente gastos, sendo que, com o passar do tempo, esse patamar foi incorporado à própria previsão orçamentária. Nos primeiros anos da empresa, a relação entre investimento e orçamento total executado constantemente ultrapassava 20%, chegando a um pico de 47%. A queda começou em 2011 e aprofundou-se com o passar dos anos, notadamente a partir do fim do governo de Dilma Rousseff. Em outras palavras, a EBC é, do ponto de vista gerencial, em 2020 – tal como foi nos anos anteriores –, uma empresa que paga seus custos operacionais e de pessoal, dispondo de pouquíssimos recursos para investir em sua modernização. Em um cenário dinâmico como o da comunicação, sujeito à competitividade intensa e demanda por inovações permanentes, essa perspectiva é ainda mais arriscada.

Pode-se especular por que essa situação se configura. É razoável aventar um conjunto de possíveis causas, sem qualquer hierarquia entre elas: (a) desinteresse por parte do governo federal, sendo importante lembrar que a EBC convive com o quarto presidente da República do período de sua existência, com projeto e concepções políticas totalmente distintos dos observados no momento de criação da empresa; (b) problemas gerenciais relacionados ao aumento dos custos operacionais e de pessoal; (c) dificuldades econômicas do país, responsáveis pela contenção de investimentos públicos nas mais diferentes áreas; e (d) incapacidade dos atores políticos para construir um modelo de financiamento factível para a radiodifusão pública e que amplie, para além do Estado, as fontes de recursos.

Aventada publicamente pelo atual governo, a privatização da empresa, aí podendo ser considerados diferentes níveis de alienação das operações à iniciativa privada, seria, é claro, uma novidade para a EBC, porém sua antecessora, a Radiobrás, conviveu com a venda de parte de suas operações durante as décadas de 1980 e 1990. Ademais, esse tipo de medida, tomada diretamente pelo governo federal sem observar qualquer decisão da própria empresa, fragiliza conceitualmente o já combatido modelo de radiodifusão pública ao ampliar sobre ele a ingerência política.

Ainda que porventura não venha a ser implementada medida nesse sentido, o cenário mais provável não inclui perspectiva de aumento do orçamento da empresa ou de ampliação das suas fontes de financiamento. Nesse caso, considerando-se a necessidade de recursos para investimentos compatíveis com o cenário de transformação das comunicações, caberá à EBC rever suas práticas internas e buscar a liberação de recursos para esse fim.

## Referências

- BALOGH, Eva S. The deadly embrace of Hungarian Television Propaganda. **Hungarian Spectrum**, 3 out. 2016. Disponível em: <<http://hungarianspectrum.org/tag/magyar-televizio/>>. Acesso em: 3 jul. 2017.
- BENÍCIO, Jeff. Alckmin promete fechar “TV do Lula”: “Não tem audiência”. **Terra**, 30 ago. 2018. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/diversao/tv/blog-sala-de-tv/alckmin-promete-fechar-tv-do-lula-nao-tem-audiencia,5f4994cb35615719aa959c56763ddc64j9fpz8e5.html>>. Acesso em: 04 ago. 2019.
- BENSON, Rodney; POWERS, Matthew; NEFF, Timothy. Public Media Autonomy and Accountability: Best and Worst Policy Practices in 12 Leading Democracies. **International Journal of Communication**, 11, 2017, p. 1-22.
- BUCCI, Eugênio. **Em Brasília, 19 horas: A guerra entre a chapa-branca e o direito à informação no primeiro governo Lula**. Rio de Janeiro, Record, 2008.
- ČT. **History**. 2016. Disponível em: <<http://www.ceskatelevize.cz/english/history-in-a-nutshell/>>. Acesso em: 3 jul. 2017.
- DOMINGOS, João; TOSTA, Wilson; PERON, Isadora. Aparato estatal de notícias custa R\$900 mi. **O Estado de S. Paulo**, 21 abr. 2013. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,aparato-estatal-de-noticias-custa-r-900-mi-imp-,1023632>>. Acesso em: 2 ago. 2019.
- EBU. Audience Trends Television 2016. EBU, July 2016a.
- \_\_\_\_\_. Audience Trends Radio 2016. EBU, July 2016b.
- FELTRIN, Ricardo. Em 2 anos, TV Brasil dispara 64% no Ibope e vira 10ª emissora do país. **UOL**, 14 ago. 2018. Disponível em: <<https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/ooops/2018/08/14/em-2-anos-tv-brasil-dispara-64-no-ibope-e-vira-10-emissora-do-pais.htm>>. Acesso em: 22 jun. 2019.
- FOLHA DE S. PAULO. Cinco programas que quase ninguém vê na TV. **Folha de S. Paulo**, 18 ago. 2011. Disponível em: <<https://f5.folha.uol.com.br/televisao/960653-cinco-programas-que-quase-ninguem-ve-na-tv.shtml>>. Acesso em: 04 ago. 2019.
- HERMES, Felipe. Ela custa R\$1 bilhão aos cofres públicos, mas ninguém assiste. Chegou a hora de fechar a TV Brasil. **Spotniks**, 16 jun. 2016. Disponível em: <<https://spotniks.com/ela-custa-1-bi-aos-cofres-publicos-mas-ninguem-assiste-chegou-hora-de-fechar-tv-brasil/>>. Acesso em: 02 jul. 2019.
- HOINEFF, Nelson. Da TV Lula à TV Dilma. **O Globo**, 6 dez. 2014. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/opiniao/da-tv-lula-tv-dilma-14755869>>. Acesso em: 04 ago. 2019.
- HOMERO, Valquiria. Governo quer privatizar Correios e EBC até janeiro de 2022. **Poder 360**, 29 jan. 2020. Disponível em: <<https://www.poder360>

com.br/economia/governo-quer-privatizar-correios-e-ebc-ate-janeiro-de-2022/>. Acesso em: 26 mar. 2020.

IFM. **Country Profile: Poland**. 2011. Disponível em: <<https://www.media-db.eu/en/europe/poland.html>>. Acesso em: 3 jul. 2017.

JÕESAAR, Andres. Different ways, same outcome? Liberal communication policy and development of public broadcasting. **Trames**, 15, 1, 2011, p. 74-101.

LAUTERJUNG, Fernando. EBC une programação da TV Brasil e da NBR. **Tela-viva**, 9 abr. 2019. Disponível em: <<https://telaviva.com.br/09/04/2019/ebc-une-grades-da-tv-brasil-e-da-nbr/>>. Acesso em: 20 jun. 2019.

MADEIRO, Carlos. Nova TV Brasil é marcada por denúncias de censura e “overdose de governo”. **UOL**, 25 abr. 2019. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2019/04/25/nova-tv-brasil-e-marcada-por-denuncias-de-censura-e-overdose-de-governo.htm>>. Acesso em: 21 jun. 2019.

MENDONÇA, Ricardo. A emissora que fala sozinha. **Época**, 21 out. 2011. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/tempo/noticia/2011/10/emissora-que-fala-sozinha.html>>. Acesso em: 02 ago. 2019.

MINISTÉRIO DA FAZENDA. **Orçamento da BNT e da BNR**. 2016. Disponível em: <<https://www.minfin.bg/bg/page/1150>>. Acesso em: 3 jul. 2017.

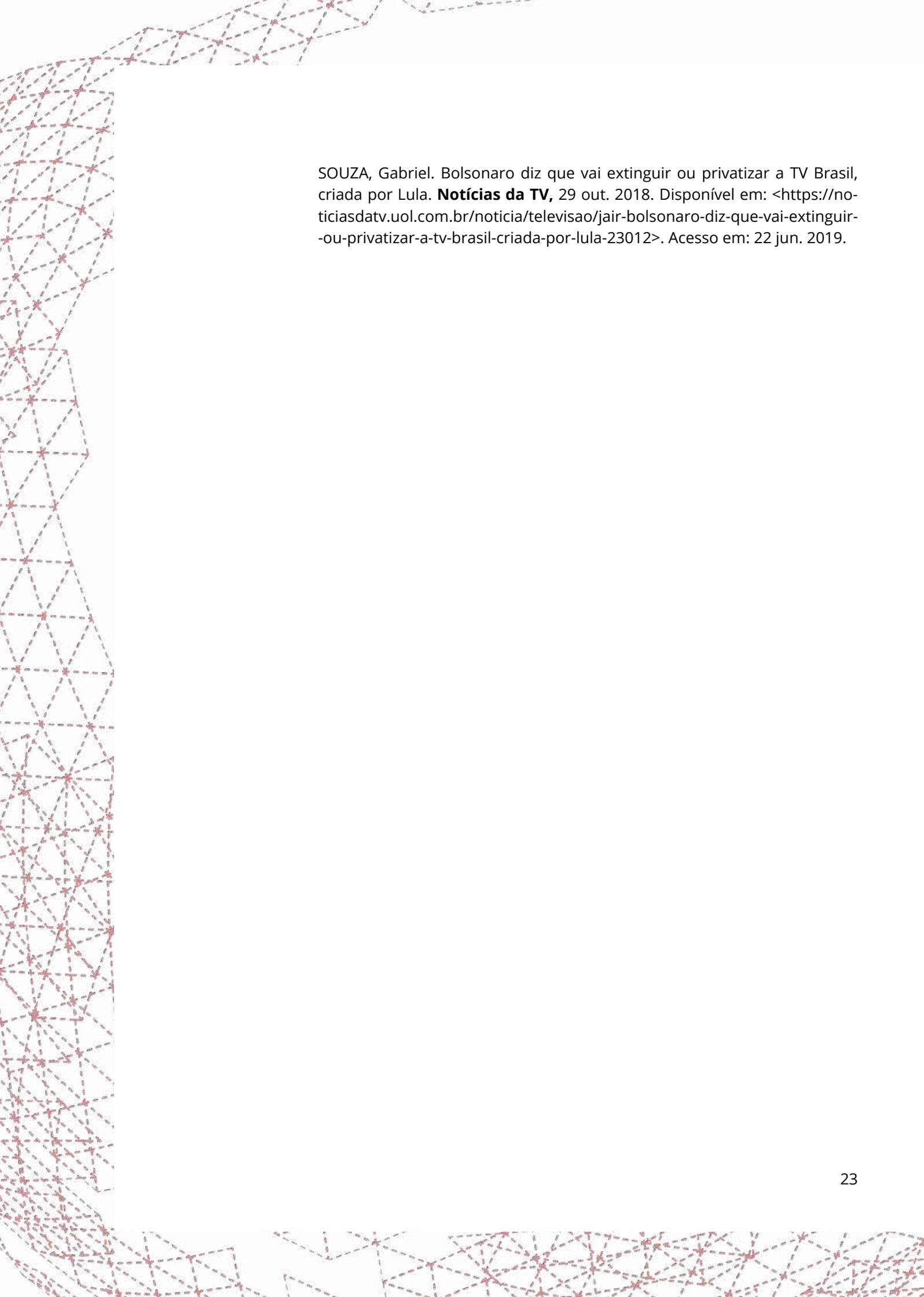
PIERANTI, Octavio Penna. Políticas públicas para radiodifusão no governo Dilma. Brasília-DF: UnB, 2017. Disponível em: <<https://faclivros.wordpress.com/2017/09/29/politicas-publicas-de-radiodifusao-no-governo-dilma/>>. Acesso em: 05 ago. 2019.

\_\_\_\_\_. A radiodifusão pública resiste: a busca por independência no Brasil e no Leste Europeu. Brasília-DF: UnB, 2018. Disponível em: <<https://faclivros.wordpress.com/2018/08/22/a-radiodifusao-publica-resiste-a-busca-por-independencia-no-brasil-e-no-leste-europeu-e-o-novo-livro-de-octavio-penna-pieranti-lancamento-sera-no-dia-31-de-agosto/>>. Acesso em: 05 ago. 2019.

ROMANIA INSIDER. Romanian public television gets less money from the state budget. **Romania Insider**, 2016. Disponível em: <<http://www.romania-insider.com/romanian-public-television-gets-less-money-from-the-state-budget/amp/>>. Acesso em: 3 jul. 2017.

RTSH. Struktura e te ardhurave te RTSH gjate vitit 2015. Disponível em: <[http://rtsh.al/wp-content/uploads/Analiza%20vjetore%202015%20per\\_Publikim.pdf](http://rtsh.al/wp-content/uploads/Analiza%20vjetore%202015%20per_Publikim.pdf)>. Acesso em: 3 jull. 2017.

SOARES, Jussara. Promessa de campanha, EBC será extinta, afirma Bolsonaro. **O Globo**, 31 mai. 2019. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/promessa-de-campanha-ebc-sera-extinta-afirma-bolsonaro-23708282>>. Acesso em: 21 jun. 2019.



SOUZA, Gabriel. Bolsonaro diz que vai extinguir ou privatizar a TV Brasil, criada por Lula. **Notícias da TV**, 29 out. 2018. Disponível em: <<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/jair-bolsonaro-diz-que-vai-extinguir-ou-privatizar-a-tv-brasil-criada-por-lula-23012>>. Acesso em: 22 jun. 2019.

**Los 20 años del Programa Ibermedia: consolidación y nuevas dinámicas de cooperación para el cine iberoamericano**

Os 20 anos do Programa Ibermedia: consolidação e novas dinâmicas de cooperação para o cinema ibero-americano

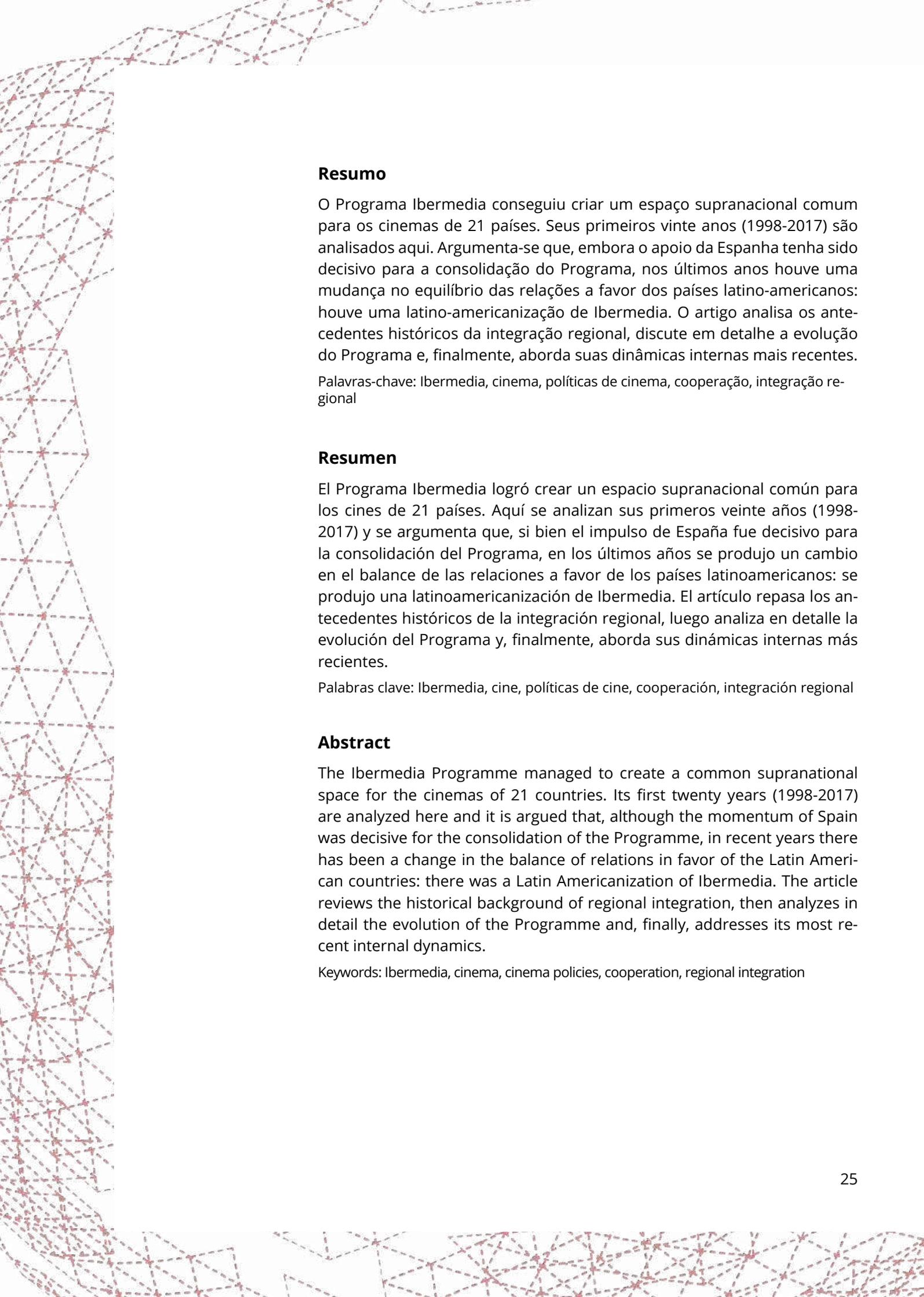
The 20 years of the Ibermedia Program: consolidation and new dynamics of cooperation for Ibero-American cinema

**Leandro González**

Pesquisador e professor da Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS), na Argentina.

Contato: [legonzal@campus.ungs.edu.ar](mailto:legonzal@campus.ungs.edu.ar)

Submetido em: 27/05/2020  
Aprovado em: 27/07/2020



## Resumo

O Programa Ibermedia conseguiu criar um espaço supranacional comum para os cinemas de 21 países. Seus primeiros vinte anos (1998-2017) são analisados aqui. Argumenta-se que, embora o apoio da Espanha tenha sido decisivo para a consolidação do Programa, nos últimos anos houve uma mudança no equilíbrio das relações a favor dos países latino-americanos: houve uma latino-americanização de Ibermedia. O artigo analisa os antecedentes históricos da integração regional, discute em detalhe a evolução do Programa e, finalmente, aborda suas dinâmicas internas mais recentes.

Palavras-chave: Ibermedia, cinema, políticas de cinema, cooperação, integração regional

## Resumen

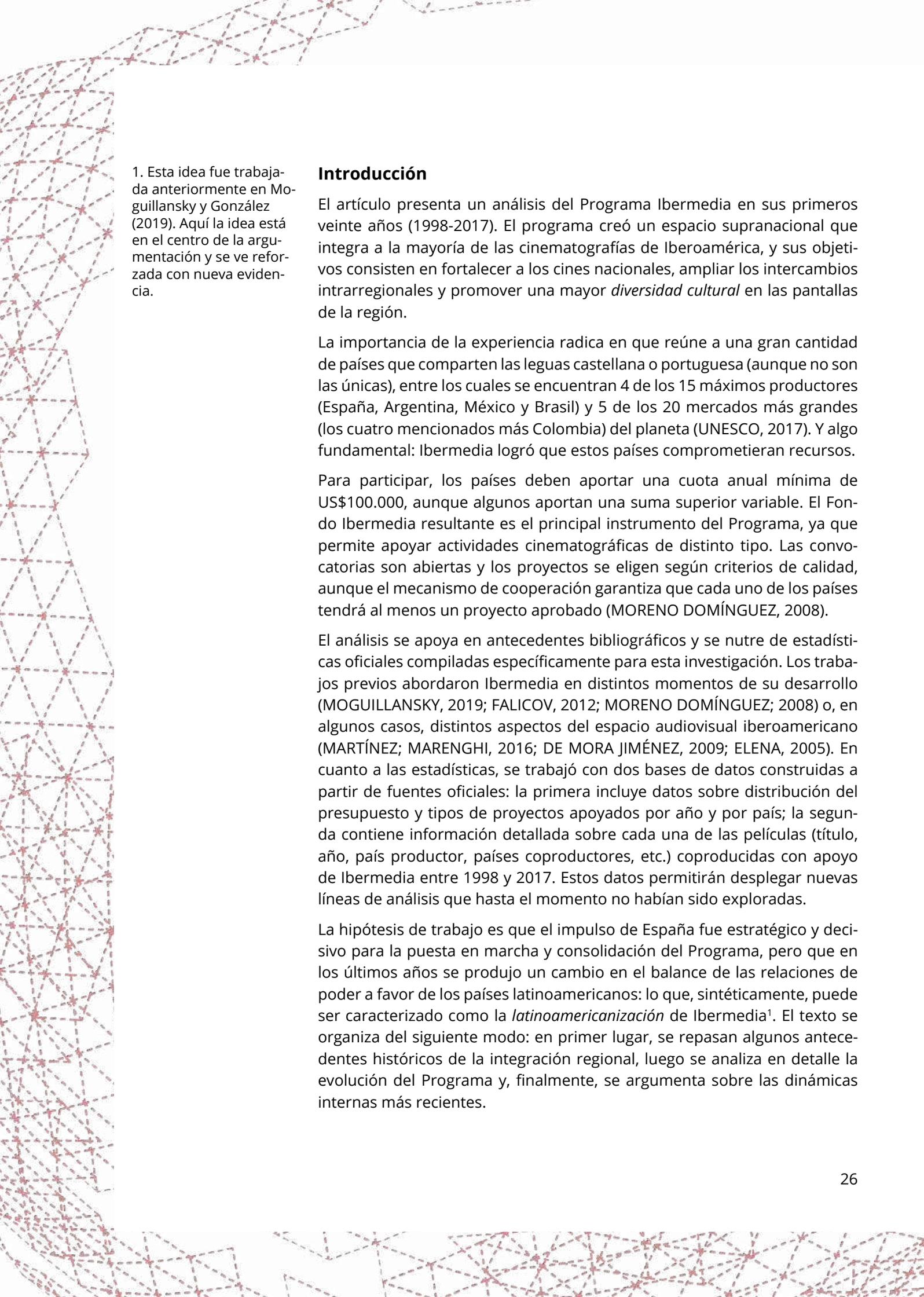
El Programa Ibermedia logró crear un espacio supranacional común para los cines de 21 países. Aquí se analizan sus primeros veinte años (1998-2017) y se argumenta que, si bien el impulso de España fue decisivo para la consolidación del Programa, en los últimos años se produjo un cambio en el balance de las relaciones a favor de los países latinoamericanos: se produjo una latinoamericanización de Ibermedia. El artículo repasa los antecedentes históricos de la integración regional, luego analiza en detalle la evolución del Programa y, finalmente, aborda sus dinámicas internas más recientes.

Palabras clave: Ibermedia, cine, políticas de cine, cooperación, integración regional

## Abstract

The Ibermedia Programme managed to create a common supranational space for the cinemas of 21 countries. Its first twenty years (1998-2017) are analyzed here and it is argued that, although the momentum of Spain was decisive for the consolidation of the Programme, in recent years there has been a change in the balance of relations in favor of the Latin American countries: there was a Latin Americanization of Ibermedia. The article reviews the historical background of regional integration, then analyzes in detail the evolution of the Programme and, finally, addresses its most recent internal dynamics.

Keywords: Ibermedia, cinema, cinema policies, cooperation, regional integration



1. Esta idea fue trabajada anteriormente en Moguillansky y González (2019). Aquí la idea está en el centro de la argumentación y se ve reforzada con nueva evidencia.

## Introducción

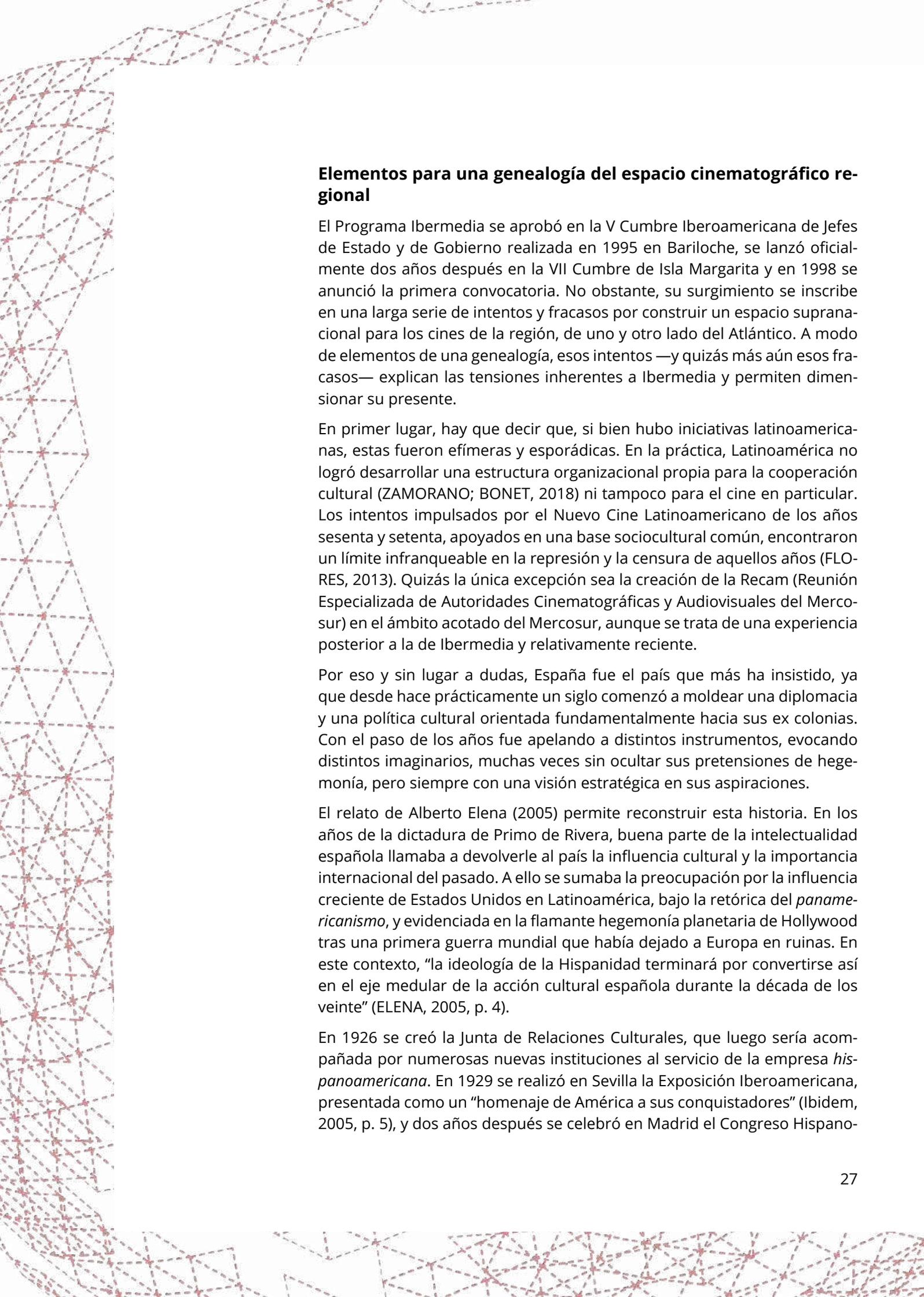
El artículo presenta un análisis del Programa Ibermedia en sus primeros veinte años (1998-2017). El programa creó un espacio supranacional que integra a la mayoría de las cinematografías de Iberoamérica, y sus objetivos consisten en fortalecer a los cines nacionales, ampliar los intercambios intrarregionales y promover una mayor *diversidad cultural* en las pantallas de la región.

La importancia de la experiencia radica en que reúne a una gran cantidad de países que comparten las leguas castellana o portuguesa (aunque no son las únicas), entre los cuales se encuentran 4 de los 15 máximos productores (España, Argentina, México y Brasil) y 5 de los 20 mercados más grandes (los cuatro mencionados más Colombia) del planeta (UNESCO, 2017). Y algo fundamental: Ibermedia logró que estos países comprometieran recursos.

Para participar, los países deben aportar una cuota anual mínima de US\$100.000, aunque algunos aportan una suma superior variable. El Fondo Ibermedia resultante es el principal instrumento del Programa, ya que permite apoyar actividades cinematográficas de distinto tipo. Las convocatorias son abiertas y los proyectos se eligen según criterios de calidad, aunque el mecanismo de cooperación garantiza que cada uno de los países tendrá al menos un proyecto aprobado (MORENO DOMÍNGUEZ, 2008).

El análisis se apoya en antecedentes bibliográficos y se nutre de estadísticas oficiales compiladas específicamente para esta investigación. Los trabajos previos abordaron Ibermedia en distintos momentos de su desarrollo (MOGUILLANSKY, 2019; FALICOV, 2012; MORENO DOMÍNGUEZ, 2008) o, en algunos casos, distintos aspectos del espacio audiovisual iberoamericano (MARTÍNEZ; MARENGHI, 2016; DE MORA JIMÉNEZ, 2009; ELENA, 2005). En cuanto a las estadísticas, se trabajó con dos bases de datos construidas a partir de fuentes oficiales: la primera incluye datos sobre distribución del presupuesto y tipos de proyectos apoyados por año y por país; la segunda contiene información detallada sobre cada una de las películas (título, año, país productor, países coproductores, etc.) coproducidas con apoyo de Ibermedia entre 1998 y 2017. Estos datos permitirán desplegar nuevas líneas de análisis que hasta el momento no habían sido exploradas.

La hipótesis de trabajo es que el impulso de España fue estratégico y decisivo para la puesta en marcha y consolidación del Programa, pero que en los últimos años se produjo un cambio en el balance de las relaciones de poder a favor de los países latinoamericanos: lo que, sintéticamente, puede ser caracterizado como la *latinoamericanización* de Ibermedia<sup>1</sup>. El texto se organiza del siguiente modo: en primer lugar, se repasan algunos antecedentes históricos de la integración regional, luego se analiza en detalle la evolución del Programa y, finalmente, se argumenta sobre las dinámicas internas más recientes.



## Elementos para una genealogía del espacio cinematográfico regional

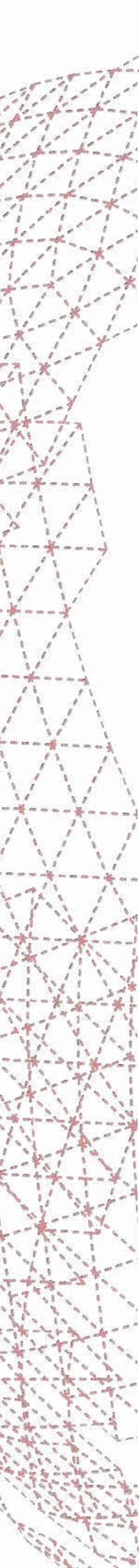
El Programa Ibermedia se aprobó en la V Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno realizada en 1995 en Bariloche, se lanzó oficialmente dos años después en la VII Cumbre de Isla Margarita y en 1998 se anunció la primera convocatoria. No obstante, su surgimiento se inscribe en una larga serie de intentos y fracasos por construir un espacio supranacional para los cines de la región, de uno y otro lado del Atlántico. A modo de elementos de una genealogía, esos intentos —y quizás más aún esos fracasos— explican las tensiones inherentes a Ibermedia y permiten dimensionar su presente.

En primer lugar, hay que decir que, si bien hubo iniciativas latinoamericanas, estas fueron efímeras y esporádicas. En la práctica, Latinoamérica no logró desarrollar una estructura organizacional propia para la cooperación cultural (ZAMORANO; BONET, 2018) ni tampoco para el cine en particular. Los intentos impulsados por el Nuevo Cine Latinoamericano de los años sesenta y setenta, apoyados en una base sociocultural común, encontraron un límite infranqueable en la represión y la censura de aquellos años (FLORES, 2013). Quizás la única excepción sea la creación de la Recam (Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales del Mercosur) en el ámbito acotado del Mercosur, aunque se trata de una experiencia posterior a la de Ibermedia y relativamente reciente.

Por eso y sin lugar a dudas, España fue el país que más ha insistido, ya que desde hace prácticamente un siglo comenzó a moldear una diplomacia y una política cultural orientada fundamentalmente hacia sus ex colonias. Con el paso de los años fue apelando a distintos instrumentos, evocando distintos imaginarios, muchas veces sin ocultar sus pretensiones de hegemonía, pero siempre con una visión estratégica en sus aspiraciones.

El relato de Alberto Elena (2005) permite reconstruir esta historia. En los años de la dictadura de Primo de Rivera, buena parte de la intelectualidad española llamaba a devolverle al país la influencia cultural y la importancia internacional del pasado. A ello se sumaba la preocupación por la influencia creciente de Estados Unidos en Latinoamérica, bajo la retórica del *panamericanismo*, y evidenciada en la flamante hegemonía planetaria de Hollywood tras una primera guerra mundial que había dejado a Europa en ruinas. En este contexto, “la ideología de la Hispanidad terminará por convertirse así en el eje medular de la acción cultural española durante la década de los veinte” (ELENA, 2005, p. 4).

En 1926 se creó la Junta de Relaciones Culturales, que luego sería acompañada por numerosas nuevas instituciones al servicio de la empresa *hispanoamericana*. En 1929 se realizó en Sevilla la Exposición Iberoamericana, presentada como un “homenaje de América a sus conquistadores” (Ibidem, 2005, p. 5), y dos años después se celebró en Madrid el Congreso Hispano-



americano de Cinematografía, inaugurado por el presidente de la Segunda República Española, Niceto Alcalá Zamora. Es decir, ya entonces quedaba claro que se trataba de una política de Estado que trascendía a gobiernos de muy distinto signo. Dicho Congreso instó a proteger las cinematografías de habla castellana y propuso crear la Confederación Iberoamericana de Cinematografía con el objetivo de reforzar los intercambios entre los países miembros. No obstante, los anuncios y las expectativas no tuvieron correlato en acciones concretas.

Las intenciones fueron retomadas en 1948, ya con Franco en el poder, cuando se realizó el Certamen Cinematográfico Hispanoamericano, donde únicamente participaron Argentina, México y Cuba. Nuevamente, todo quedó en intenciones. En 1966 se llevó a cabo el Congreso Hispanoamericano de Cinematografía en Barcelona con dos objetivos: crear el Mercado Común Cinematográfico Hispanoamericano y diseñar una política de coproducción entre España y los países de Latinoamérica. Este evento tampoco logró traducirse en hechos concretos, pero hizo evidente un desplazamiento que se acentuaría en el futuro: el interés por incrementar los intercambios cinematográficos residía menos en razones políticas que comerciales (ELENA, 2005).

A pesar del fracaso en plasmar una política de cooperación cinematográfica, los encuentros sirvieron para desarrollar una red de relaciones entre los agentes de la industria, a la vez que los intercambios de películas comenzaron a dinamizarse a través del mercado. Desde mediados de siglo, las coproducciones empezaron a crecer progresivamente, fundamentalmente entre Argentina, España y México, hasta alcanzar una presencia insoslayable.

En los setentas se cristalizaría un nuevo desplazamiento: de lo "hispano" a lo "íbero", para incluir al mundo de habla portuguesa. Por ejemplo, en 1974 tuvo lugar la primera edición del Festival de Cine Iberoamericano de Huelva (cuyo premio principal es el "Colón de oro"), que introdujo a Brasil y a Portugal. En 1977 la propuesta vendría del otro lado del Atlántico: la empresa pública brasileña Embrafilme impulsó —sin éxito— la creación de un mercado común que incluyese a países de habla castellana y portuguesa: Angola, Argentina, Brasil, Colombia, México, Perú, Uruguay, Venezuela y España y Portugal (MORENO DOMÍNGUEZ, 2008).

En 1983 se realizaron los Encuentros de Cine Iberoamericano, de nuevo en Madrid, en un momento crítico para muchas cinematografías latinoamericanas. Pero España estaba preparando la celebración del Quinto Centenario de la llegada de los españoles a América y en ese contexto la TVE (Televisión Española) se comprometió a fomentar coproducciones con Latinoamérica, cuestión que efectivamente hizo, con resultados notables, hasta el año de los festejos: 1992.



2. A partir del año 2000 se la denominó CAACI para contemplar la cuestión "audiovisual".

En el medio, el 11 noviembre de 1989, un acontecimiento crucial tuvo lugar en Caracas: ese día se firmaron en simultáneo el Convenio de Integración Cinematográfica Iberoamericana y el Convenio Latinoamericano de Coproducción Cinematográfica. Es curioso porque expresan la tensión entre lo iberoamericano y lo latinoamericano (dos identidades, dos formas de delimitar la región) y dos formas de motorizar los intercambios (la integración y la cooperación). Pero no son mutuamente excluyentes: coexisten. El primero de estos convenios multilaterales es de particular importancia en este contexto porque dispuso la creación de la Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica (CACI)<sup>2</sup>, actualmente conformada por 22 países iberoamericanos (más Italia, que recientemente fue incorporado como país invitado). Mediante el impulso del Programa Ibermedia, la CACI ha logrado materializar aquellas intenciones que se expresaron por primera vez en el Congreso Hispanoamericano de Cinematografía de 1931: la construcción de un espacio cinematográfico iberoamericano con España como país articulador.

Entonces, el surgimiento y desarrollo de Ibermedia es parte de un proceso que atraviesa buena parte del siglo XX. El Programa es heredero de una historia de intenciones, retóricas, eventos y fracasos que son constitutivos de su presente, a veces como lo *dominante* del proceso y a veces como lo residual, entendido como aquello que "ha sido formado efectivamente en el pasado, pero todavía se halla en actividad dentro del proceso cultural: no sólo —y a menudo ni eso— como un elemento del pasado, sino como un efectivo elemento del presente" (WILLIAMS, 1997: 144). En este sentido, el análisis mostrará que muchas de las problemáticas del programa (la pretensión hegemónica de España, las dificultades de los países latinoamericanos, el lugar secundario de los países de habla portuguesa, la tensión entre lo *íbero* y lo *latinoamericano*, entre otras) vienen siendo arrastradas desde hace mucho tiempo.

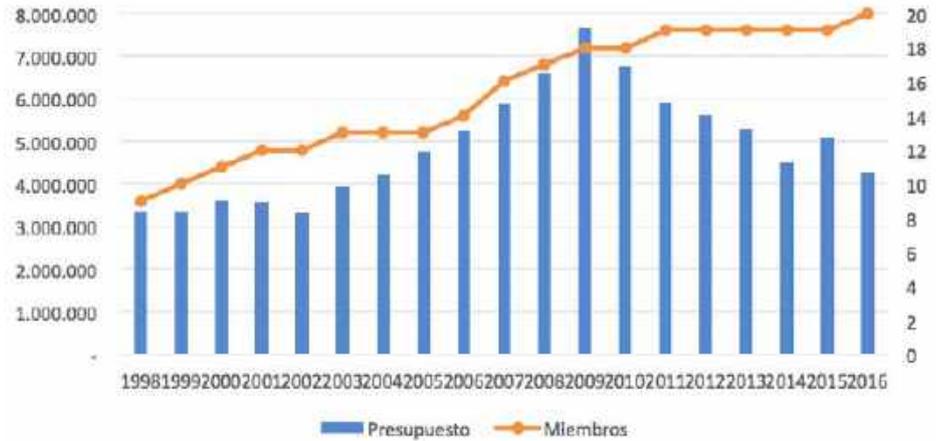
### **Desarrollo y consolidación de Ibermedia, 1998-2017**

Cuando se puso en marcha Ibermedia, formaban parte 9 países: Argentina, Brasil, Colombia, Cuba, España, México, Portugal, Uruguay y Venezuela. Entre 1999 y 2011 se sumaron Chile, Perú, Bolivia, Puerto Rico, Panamá, Costa Rica, Ecuador, República Dominicana, Guatemala y Paraguay. Italia ingresó en 2016 (como país invitado) y Nicaragua en 2017, lo cual significa un total de 18 países latinoamericanos y tres europeos.

La cuota que estos países aportan permite constituir el Fondo Ibermedia. Al analizar el periodo 1998-2016, se observa un crecimiento prácticamente ininterrumpido hasta 2009, paralelo al aumento de países miembros, pero desde entonces la cantidad de miembros se estabiliza mientras que el presupuesto decrece.

Gráfico 1. Evolución del presupuesto y la cantidad de miembros del Programa Ibermedia

Fuente: elaboración propia en base a Ibermedia



Sin perder de vista que no todos los países aportan el mismo monto y que los miembros recientes llevan menos años aportando, cabe analizar cómo se compone y distribuye este Fondo. En primer lugar, se destaca que España aportó el 40% y el 17% del total: a pesar del “déficit” monetario, ello posiciona a este país como el principal aportante y receptor, y es sintomático de su interés por impulsar el Programa. Brasil también aportó más de lo que recibió, segundo en ambos rubros (el 12% y 10%, respectivamente). Estos dos países son los únicos que tienen una participación “deficitaria”.

Cuadro 1. Fondo Ibermedia. Fondos aportados/recibidos por país, 1998-2016

Fuente: elaboración propia en base a Ibermedia

País	Aportado	Recibido	Aportado	Recibido	Evolución
Argentina	\$ 6.099.956	\$ 8.950.823	7%	10%	47%
Bolivia	\$ 1.699.980	\$ 2.989.976	2%	3%	76%
Brasil	\$ 10.842.947	\$ 9.124.689	12%	10%	-16%
Chile	\$ 2.447.634	\$ 4.892.869	3%	5%	100%
Colombia	\$ 2.644.885	\$ 5.494.641	3%	6%	108%
Costa Rica	\$ 1.100.000	\$ 2.044.677	1%	2%	86%
Cuba	\$ 2.301.136	\$ 4.276.669	2%	5%	86%
Ecuador	\$ 1.319.273	\$ 2.424.884	1%	3%	84%
España	\$ 37.523.205	\$ 15.721.682	40%	17%	-58%
Guatemala	\$ 100.000	\$ 415.000	0%	0%	315%
México	\$ 6.506.192	\$ 6.831.964	7%	8%	5%
Panamá	\$ 1.375.000	\$ 2.701.533	1%	3%	96%
Paraguay	\$ 400.000	\$ 600.000	0%	1%	50%
Perú	\$ 2.117.388	\$ 4.174.921	2%	5%	97%
Portugal	\$ 4.850.000	\$ 5.297.513	5%	6%	9%
Puerto Rico	\$ 1.800.000	\$ 1.986.999	2%	2%	10%
Rep. Dominicana	\$ 1.075.000	\$ 1.445.709	1%	2%	34%
Uruguay	\$ 2.375.000	\$ 4.345.446	3%	5%	83%
Venezuela	\$ 6.112.094	\$ 6.450.749	7%	7%	6%
TOTAL	\$ 92.689.689	\$ 90.170.744	100%	100%	-3%

3. Los apoyos del rubro Formación no desaparecen en 2014, sino que fueron rediseñados: se pasa de una modalidad abierta a una centralizada por el propio Programa (Moguillansky, 2019).

Los países restantes pueden ser clasificados en tres grupos de acuerdo al nivel de superávit. El primer grupo está conformado por México, Venezuela, Portugal y Puerto Rico, que obtuvieron entre un 5 y un 10% de superávit y pueden ser considerados productores medianos y grandes (excepto Puerto Rico). El segundo, con entre el 34 y el 76%, agrupa a República Dominicana, Paraguay y Argentina. Los primeros dos países son algunos de los aportantes minoritarios, con una cinematografía acotada, mientras que el caso de Argentina es singular: es el quinto aportante y el tercer receptor en Ibermedia y uno de los máximos productores del bloque. El tercer grupo incluye productores chicos (Bolivia, Costa Rica, Panamá y Guatemala) y medianos (Uruguay, Ecuador, Cuba, Perú, Chile y Colombia), todos con un superávit superior al 75%, aunque se trata de aportantes medianos o minoritarios.

El Fondo se utiliza para apoyar proyectos según las siguientes categorías: desarrollo; coproducción; formación; distribución y promoción; delivery; y exhibición. Desde ese punto de vista, podría pensarse que Ibermedia cubre todas las fases propias de la realización de un largometraje: desde el desarrollo de una idea hasta la exhibición del producto final. No obstante, la realidad muy es distinta: no todos los rubros fueron apoyados todos los años ni en igual medida (ver Cuadro 2). La gran mayoría de los apoyos fueron orientados a desarrollo y coproducción, es decir, las fases relacionadas más directamente con la realización de una película. Luego aparece el apoyo a la realización de cursos de formación<sup>3</sup> y, finalmente, todo lo que respecta a la comercialización: distribución y promoción, delivery y exhibición. En este último rubro sólo se apoyó a 15 proyectos entre 2009 y 2011.

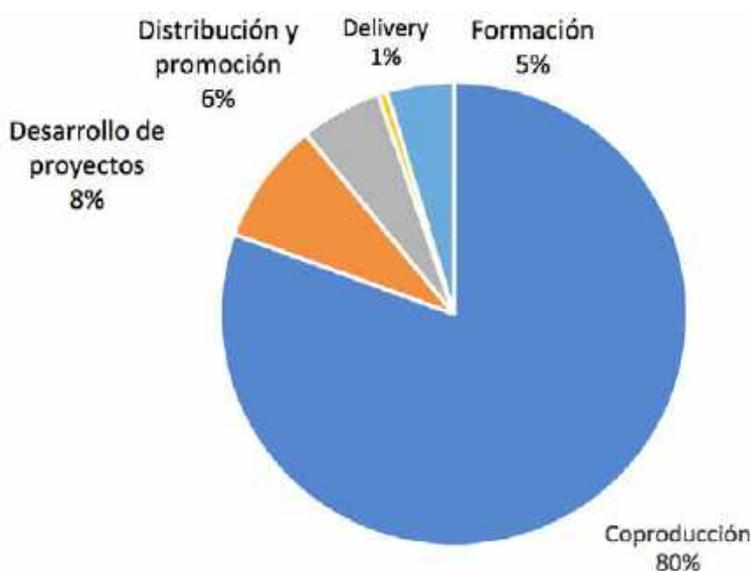
Cuadro 2. Evolución de proyectos aprobados por año y modalidad, 1998-2016

Fuente: elaboración propia en base a Ibermedia

Año	Desarrollo	Coproducción	Formación	Distribución y promoción	Delivery	Exhibición
1998	32	15	25	46	0	0
1999	30	15	27	42	0	0
2000	21	23	49	22	0	0
2001	24	26	32	13	0	0
2002	15	26	35	13	0	0
2003	25	30	5	16	0	0
2004	21	32	9	10	0	0
2005	31	35	9	20	0	0
2006	51	46	12	16	6	0
2007	61	49	12	11	11	0
2008	69	52	15	0	10	0
2009	67	67	19	4	6	6
2010	60	69	24	7	13	4
2011	72	57	25	3	14	5
2012	66	47	26	0	0	0
2013	53	47	19	0	0	0
2014	59	43	0	0	0	0
2015	49	56	0	0	0	0
2016	53	51	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>859</b>	<b>786</b>	<b>343</b>	<b>223</b>	<b>60</b>	<b>15</b>

Gráfico 2. Distribución del Fondo Ibermedia por tipo de proyectos, 1998-2008

Fuente: elaboración propia en base a Ibermedia



Otros datos muestran que, si bien los apoyos al desarrollo son superiores en cantidad a los de coproducción, en términos de dinero la coproducción absorbe el 80% del presupuesto (ver Gráfico 2). Dado que estos datos hacen referencia sólo a los primeros diez años de Ibermedia (cuando los aportes sumaban USD \$47.864.919), podría conjeturarse que esta distribución se ha concentrado aún más ya que —tal como muestra el Cuadro 2— a partir de 2012 se discontinuaron los apoyos a la comercialización (distribución y promoción, delivery y exhibición).

Esta forma de distribuir el presupuesto es problemática por varios motivos. Primero, se aparta de lo estipulado en el documento de formulación original (Programa Ibermedia, 1998), donde explícitamente se proponía destinar el 60% a la coproducción, 30% a la distribución, 5% para promoción y desarrollo de proyectos y 5% para formación y capacitación. Luego, es problemático que se haya dejado de lado el apoyo a la comercialización porque deja sin atacar el “talón de Aquiles” de las industrias cinematográficas de la región (GONZÁLEZ; BARNES; BORELLO, 2014). Por eso, la Unión Europea distribuye los fondos de otra manera: “el 64% del fondo Media está destinado a la distribución (55%) y promoción (9%) de las obras audiovisuales europeas” (PAZ GARCÍA, 2011: 3).

Estos rubros se encuentran ampliamente dominados por los agentes más poderosos de la industria a nivel global: la distribución, por las majors de Hollywood que comercializan sus propias películas (y en menor medida las de terceros) en todo el mundo a través de filiales locales o regionales, lo cual les permite dominar el mercado mundial desde hace prácticamente un siglo (LÓPEZ, 2015); la exhibición, por un puñado de empresas transnacionales que en las últimas décadas han logrado establecer el modelo de salas *multiplex* como nuevo estándar de exhibición. Además, estos dos tipos de

4. Datos de UNESCO (2017) muestran que en 2015 las 20 películas más taquilleras fueron blockbusters estadounidenses y que las dos primeras aparecieron en 53 países.

5. Los externos son: Bélgica, Corea, Dinamarca, Estados Unidos, Francia, Grecia, Mozambique y Suecia. Todos participaron en una película, a excepción de Francia que coprodujo 16 títulos.

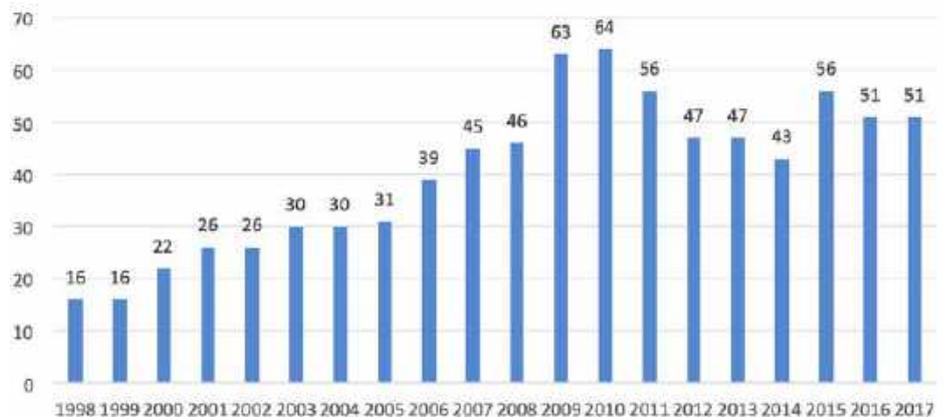
agentes tienen un acuerdo tácito (SCOTT, 2005: 140) entre sí: combinan sus películas y sus salas, concentran sus recursos y su infraestructura en un puñado de películas de gran presupuesto (*blockbusters*, o “tanques”) que son las que todos los años dominan la taquilla mundial<sup>4</sup>. Con lo cual, aunque el desafío es enorme, Ibermedia deja pasar la oportunidad de incidir sustancialmente sobre este aspecto.

Claro que hay atenuantes: por un lado, parece evidente que la coproducción es el único de los rubros que multiplica los vínculos entre los países iberoamericanos. Es el motor de la integración. Por el otro, podría considerarse que la comercialización es un problema prioritario para aquellos países que ya tienen apoyo a la realización (Argentina, Brasil, España, etc.), mientras que para el resto el apoyo al desarrollo y la coproducción es decisivo. Ya en 1982, la UNESCO había reconocido la necesidad de “apoyar el establecimiento de industrias culturales, mediante programas de ayuda bilateral o multilateral, en los países que carecen de ellas” (ALBORNOZ; LEIVA, 2017).

Entonces, en la práctica el Programa Ibermedia funciona como un fondo de coproducción. Consiste en un préstamo reembolsable que “no podrá exceder el 50% del coste total”, mientras que el resto deberá ser “garantizado por la empresa beneficiaria” (PROGRAMA IBERMEDIA, 1998). En sus primeros 20 años, apoyó la realización de 805 coproducciones entre los países miembros, aunque algunas de ellas incluyeron también la participación de un país externo al bloque<sup>5</sup>. Esto ya es un indicador de que incluso los procesos de integración regional están atravesados por flujos globales de mayor escala. Si se observa la evolución del volumen de (co)producción, el primer rasgo distintivo es el crecimiento constante hasta 2010, cuando se alcanzó un máximo de 64 títulos, seguido de un amesetamiento en torno a los cincuenta por año.

Gráfico 3. Coproducciones apoyadas por Ibermedia, 1998-2017

Fuente: elaboración propia en base a Ibermedia.



La fuente distingue entre “productor” y “coproductor”. El primero refiere al país de la empresa que lleva adelante la iniciativa, es decir, la encargada de desarrollar y encabezar el proyecto; mientras que el segundo refiere al socio que se suma a dicho proyecto realizando un aporte específico. El siguiente cuadro muestra el total de películas por país, distinguiendo cuando el país participa como productor o coproductor. Así, por ejemplo, España tiene 115 participaciones como productor y 177 como coproductor. Esto da un total de 292 *participaciones* (es decir, ocasiones en las que participa una empresa española), las cuales no se corresponden necesariamente con 292 películas, dado que —por ejemplo— en una coproducción entre España y México pueden participar dos o más empresas españolas. Por eso en la quinta columna se especifica la cantidad de películas con al menos una participación española: un total de 280. Es decir, España participó en 280 de las 805 coproducciones apoyadas por Ibermedia.

Cuadro 3. Participación por país en las coproducciones apoyadas por Ibermedia (1998-2017)<sup>6</sup>

Fuente: elaboración propia en base a Ibermedia

6. Hasta el momento Nicaragua no había participado como productor dado que su incorporación como miembro se hizo efectiva en 2018 (su única participación previa fue como coproductor de una película mexicana en 2006). Italia hizo cuatro participaciones como “productor” y dos como “coproductor” en 2017, su primer año. El Salvador se incorporó en 2020.

	Productor	Coproductor	Participaciones	Películas con participación	Índice de productor
Argentina	99	156	255	242	41%
Bélgica		1	1	1	0%
Bolivia	29	8	37	37	78%
Brasil	69	48	117	113	61%
Chile	53	45	98	98	54%
Colombia	47	54	101	101	47%
Corea		1	1	1	0%
Costa Rica	20	4	24	24	83%
Cuba	28	35	63	63	44%
Dinamarca		1	1	1	0%
Ecuador	29	5	34	33	88%
EEUU		1	1	1	0%
España	115	177	292	280	41%
Francia		16	16	16	0%
Grecia		1	1	1	0%
Guatemala	4	3	7	6	67%
Italia	4	2	6	6	67%
México	47	60	107	107	44%
Mozambique		1	1	1	0%
Nicaragua		1	1	1	0%
Panamá	24	7	31	31	77%
Paraguay	8		8	8	100%
Perú	46	16	62	62	74%
Portugal	42	26	68	67	63%
Puerto Rico	12	2	14	14	86%
Rep. Dominicana	14	5	19	19	74%
Suecia		1	1	1	0%
Uruguay	57	25	82	81	70%
Venezuela	58	33	91	90	64%

En principio podía pensarse que la participación como “productor” es indicador de un mayor poderío en las relaciones que se tejen dentro del Programa. No obstante, los datos desmienten este supuesto. Para argumentarlo se elaboró el *índice de productor* (última columna del Cuadro 3), el cual se define como el porcentaje de participaciones en calidad de productor sobre el total de películas con participación. Siguiendo con el ejemplo, España participa como “productor” en el 41% de las películas en las que tiene participación.

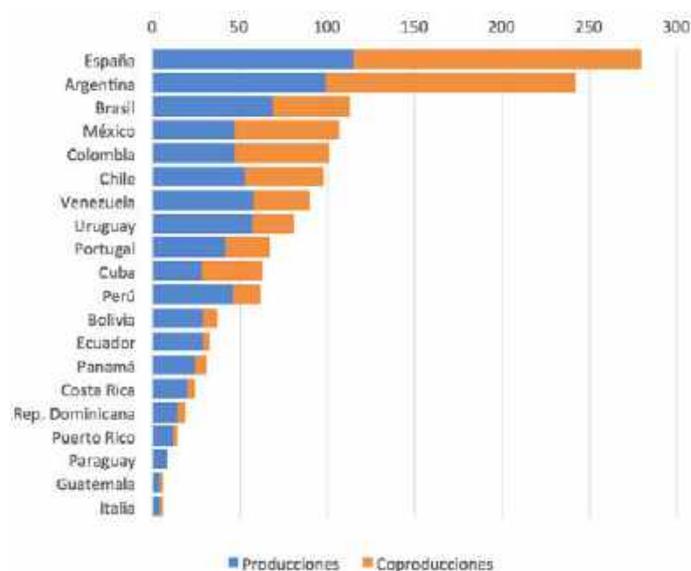
Este índice permite clasificar a los países en tres grupos. En el primero están los países con índice más alto (superior al 75%), son países con un volumen de producción relativamente bajo: Bolivia, Costa Rica, Ecuador, Panamá, Paraguay, Puerto Rico. El caso de Paraguay es paradigmático dado que todas sus participaciones son en calidad de “productor”.

Un segundo grupo está dado por aquellos países que tienen un índice intermedio (entre el 50 y el 75%): Brasil, Chile, Guatemala, Italia, Perú, Portugal, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. Es el grupo más heterogéneo dado que incluye productores pequeños, medianos y grandes. Podrían argüirse barreras lingüísticas: no es casual que Brasil y Portugal estén en el mismo grupo (sobre Italia no se puede hacer una evaluación seria dada su reciente incorporación al Programa).

El tercer grupo está conformado por países por debajo del 50% de índice de producción: Argentina, Colombia, España, México y Cuba. Todos se encuentran entre los diez países con mayor cantidad de películas realizadas en el Programa (ver Gráfico 4). Además, incluye a los principales productores de Iberoamérica (sólo falta Brasil) y a Cuba, cuya presencia tal vez pueda explicarse por motivos específicos (política cinematográfica de largo plazo, política exterior latinoamericanista, dependencia de fondos de cooperación, etc.).

Gráfico 4. Países según cantidad de películas (como productor o coproductor) en Ibermedia

Fuente: elaboración propia en base a Ibermedia





Por lo tanto, al contrario de lo que se asumía inicialmente, los datos sugieren que se participa como productor cuando se necesitan socios externos para poder llevar a cabo un proyecto; incluso podría conjeturarse que se trata de películas de menor presupuesto. Como contrapartida, los países que tienden a participar como coproductores son —paradójicamente o no— los que tienen un mayor volumen de producción. Esto se debe a que tienen cierta trayectoria en la implementación de políticas cinematográficas en el ámbito nacional, lo cual potencia su participación en los flujos globales de la industria. Además, constituyen los principales nodos de atracción para aquellos productores de países chicos o medianos que necesitan un socio externo.

### **Balance: 20 años no es poco**

Ibermedia creció notablemente en sus primeros veinte años. La incorporación de nuevos miembros implicó un incremento de los fondos y, por lo tanto, de la capacidad del programa para apoyar nuevos proyectos.

Uno de los primeros aspectos destacados fue la participación dominante de España, a pesar del (o precisamente debido al) déficit económico que ello implica. El interrogante se expresa del siguiente modo: ¿España pierde dinero, pero gana legitimidad? Ya se señaló que desde hace décadas existe en este país la pretensión de formar un bloque con sus ex colonias para fortalecer las cinematografías nacionales, incrementar los intercambios y unificar los mercados.

El otro caso llamativo es el de Brasil, con un déficit menor pero también sugestivo de su interés por la integración regional. En este caso, por motivos distintos: Brasil históricamente funcionó como un mercado relativamente aislado en la región debido al factor lingüístico y a que sus dimensiones le permitían gozar de cierta autosuficiencia (GETINO, 1998). No obstante, en los últimos años el volumen de su producción creció vertiginosamente y su propio mercado local se fue volcando hacia el consumo de cine extranjero (GONZÁLEZ, 2019), lo cual potenció la necesidad de abrir mercados y establecer intercambios con otros países de la región. En ese sentido, Ibermedia representa una oportunidad muy atractiva, que tal vez explique su significativo aporte al Fondo.

En cuanto a los países que tienen una participación superavitaria en el presupuesto, el caso más destacado es el de la Argentina dado que es el único de los grandes productores que tiene un superávit significativo (47%). El resto de los países grandes o medianos tienen un superávit moderado. Esto confirma que el mecanismo solidario no está ausente en Ibermedia, puesto que efectivamente existe una transferencia de recursos económicos de los países más poderosos a los más débiles.



7. Un proyecto “grande” para un productor argentino probablemente requiera un socio español (como en el caso de *Relatos salvajes*, D. Szifrón, 2014), pero difícilmente un proyecto “grande” de un productor español requiera un socio argentino.

Por otro lado, los datos muestran que el Fondo Ibermedia se destinó centralmente a proyectos de coproducción. Aunque hay elementos que permiten explicar esta orientación, sigue siendo problemático que Ibermedia no intervenga sobre la comercialización de películas. Es una cuestión crítica para los mercados cinematográficos de la región, cuya taquilla se concentra todos los años en un puñado de títulos de Hollywood.

Las coproducciones crecieron notablemente en las primeras dos décadas del Programa. En general, países con un escaso o moderado nivel de desarrollo cinematográfico pudieron desarrollar y encabezar sus propios proyectos, para los cuales suelen buscar un socio internacional con mayor experiencia. Por eso, países como Uruguay, Perú o Costa Rica buscan coproductores en países como Argentina, España o México. La particularidad en este caso es Brasil, que participa mayormente como productor, lo cual puede ser atribuido a la dificultad que representa realizar coproducciones en portugués en un espacio dominado ampliamente por la lengua castellana.

En suma: dado que la coproducción es un modelo que necesariamente requiere socios internacionales, los países con cinematografías más desarrolladas terminan siendo beneficiados directa e indirectamente ya que devienen en atractores de proyectos externos. Esa lógica rige tanto los vínculos entre Uruguay y Argentina, como entre Argentina y España, porque las asociaciones tienden a cobrar una dirección ascendente<sup>7</sup>. Pero sería cínico ignorar que esto tiene su lado virtuoso, dado que productores de países con menores recursos obtienen el complemento necesario para realizar sus proyectos.

Al tratarse de un proceso de integración del ámbito cultural, resulta imprescindible considerar los beneficios simbólicos —no sólo los económicos— que de ella se derivan. Éstos pueden ser explícitos (que el Programa celebra abiertamente) o implícitos (que no se enuncian, pero son ostensibles). Entre los primeros, se destaca un beneficio para todos los miembros, que han ampliado su capacidad de producir imágenes y sonidos propios. Tal vez por primera vez pueda hablarse de un cine “latinoamericano” o “iberoamericano” sin que refiera a una mera sumatoria de cinematografías nacionales, sino a un verdadero fenómeno transnacional. Además, es probable que nunca antes se hayan hecho tantas películas. Esto tiene un gran potencial en términos de *diversidad cultural*.

En cuanto a los beneficios simbólicos implícitos, es evidente que el país más beneficiado es España. Al lanzar Ibermedia logró concretar un viejo objetivo de construir un espacio cinematográfico común bajo su eje. Falicov sostiene que “España no actúa simplemente de modo altruista. (...) el Programa Ibermedia es visto por los españoles como una vía para ganar prestigio a través de su colaboración cultural con América Latina” (2012: 308). Es lo que explica el esfuerzo económico que ha hecho desde los inicios del Programa. Sin el aporte español, difícilmente habría Ibermedia.

## La latinoamericanización de Ibermedia

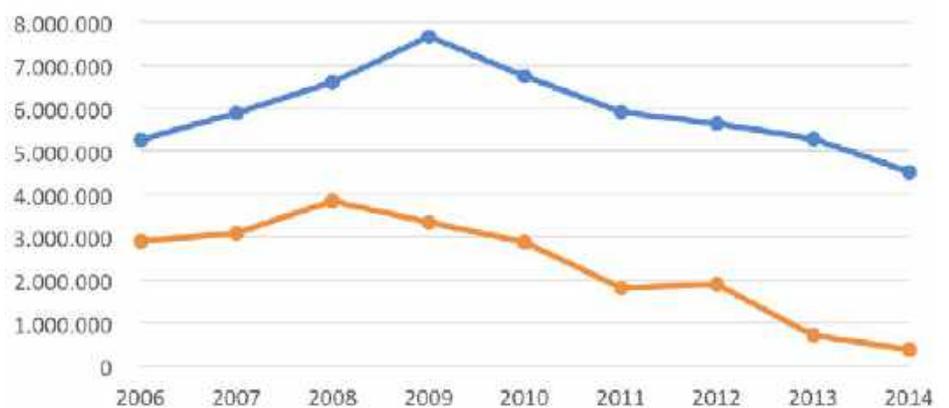
En los últimos años el balance de fuerzas dentro de Ibermedia parece estar cambiando. Por un lado, por la retracción en la participación española como resultado del impacto de la crisis financiera internacional en este país. Por el otro, por el ascenso de algunos países latinoamericanos que comenzaron a apropiarse en mayor medida del proceso de integración regional, aportando los fondos que permitieron sostener el volumen de producción. Esta nueva dinámica de la cooperación es lo que fue caracterizado como el proceso de *latinoamericanización* de Ibermedia (Moguillansky y González, 2019). A continuación, se analizarán ambas facetas del mismo proceso.

Tras la crisis financiera internacional de 2008, España implementó un recorte en los fondos de cooperación iberoamericana. También influyó el giro político, ya que los recortes que comenzaron durante la presidencia de José Luis Rodríguez Zapatero (2004-2011) se profundizaron con su sucesor Mariano Rajoy (2011-2018) (ZAMORANO; BONET, 2018). Esto incluyó a las tres entidades que aportaban a Ibermedia: el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA); el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y, fundamentalmente, la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECID) (MOGUILLANSKY, 2019).

Es precisamente por dichos recortes que el crecimiento del presupuesto y de las coproducciones de Ibermedia se detuvo en 2010 y 2011, respectivamente (ver Gráficos 1 y 3). Los aportes españoles al Fondo en el primer año fueron USD \$2.000.000 sobre un total de USD \$3.350.561, mientras que en 2016 fueron USD \$434.616 sobre USD \$4.269.329. Es decir, en dos décadas su participación pasó del 60% al 10% del total. En el siguiente gráfico se puede observar un sintomático paralelismo entre los aportes de España y los aportes totales:

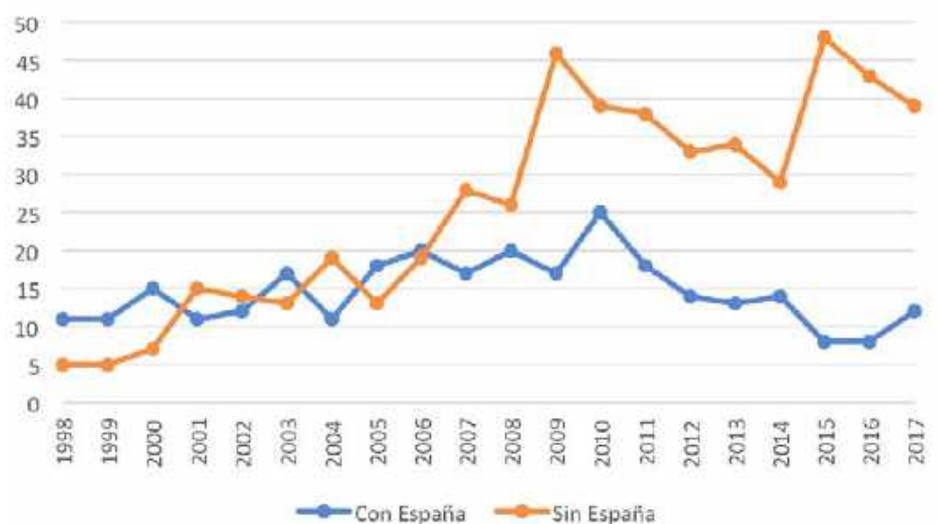
Gráfico 5. Fondo Ibermedia: comparación entre el total y el aporte de España, 2006-2014

Fuente: elaboración propia en base a Ibermedia



Esto coincide con una sugestiva reducción de la participación española en las coproducciones: ¿las empresas españolas redujeron su actividad producto de la crisis o Ibermedia deliberadamente le asignó a España una participación proporcional a su aporte? Es difícil responder de manera contun-

Gráfico 6. Coproducciones apoyadas por Ibermedia según tengan participación española o no  
 Fuente: elaboración propia en base a Ibermedia



dente: oficialmente el Programa plantea que la selección de proyectos se realiza “por criterio de calidad de los proyectos y no por equidad respecto al aporte económico que cada país hace al fondo” (Moreno Domínguez, 2008: 104), pero no parece razonable que los nuevos financistas principales estuvieran dispuestos a auxiliar al país que dominó la cooperación desde el principio. De cualquier forma, el impacto es notable: en 2010, 25 películas fueron producidas o coproducidas por empresas españolas, mientras que en los últimos años la cifra se redujo a niveles de los primeros años.

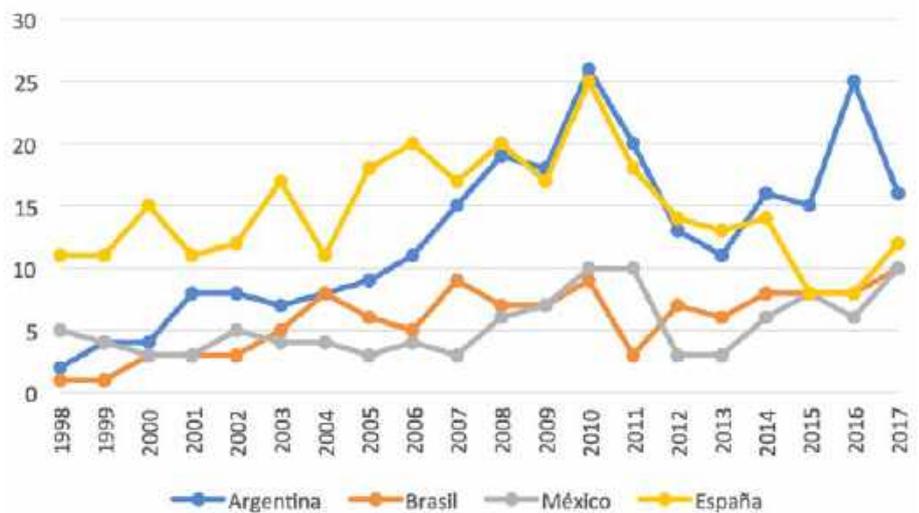
Estos datos dan el pie para pasar a analizar el otro lado del proceso: el ascenso latinoamericano. Se trata de un fenómeno que se inscribe en un contexto más amplio, relacionado con la llegada al poder de diversas fuerzas de izquierda y centro-izquierda en distintos países de Sudamérica desde fines de los años noventa (Zamorano y Bonet, 2018). Estas fuerzas enarbolan un discurso que combina tópicos latinoamericanistas (indigenismo, antiimperialismo, plurinacionalidad, etc.) con críticas al neoliberalismo (privatización, desregulación, etc.). Su geopolítica se caracteriza por la apuesta a la integración regional, impulsando formas de cooperación en una lógica Sur-Sur. Todo esto se apoya en un imaginario latinoamericanista, asociado por tanto a una identidad “latinoamericana” que nunca se disuelve en la más amplia “iberoamericana”, la cual sigue siendo vista como una creación de España (Gratius, 2006) y, por lo tanto, como un significant neocolonial.

En el ámbito cinematográfico, este nuevo contexto se expresa en iniciativas de distinto tipo: acuerdos bilaterales de coproducción y cooperación, espacios multilaterales más acotados (como la RECAM o Cinergia), plataformas de streaming (Retina Latina, etc.), entre otros (FALICOV, 2019). Dentro de Ibermedia, este ímpetu se hace ostensible en el hecho de que a partir de 2007 la gran mayoría de las películas comenzaron a realizarse fundamentalmente entre países latinoamericanos (Gráfico 6).

Una forma de explorar esta cuestión es poniendo foco en los cuatro máximos productores iberoamericanos. De esta forma surge con nitidez el ascenso de Argentina desde 2005 (ver Gráfico 7). Entre Argentina y España hay un sugestivo paralelismo en el periodo 2007-2013, probable síntoma de la dependencia mutua en los esquemas de coproducción. Lo cierto es que Argentina supera a España en 2009 y desde entonces se convierte en el mayor productor de Ibermedia. En cuanto a Brasil y México, se observa un crecimiento moderado que en los últimos años los acerca estrechamente a los niveles de España.

Gráfico 7. Participación de Argentina, Brasil, México y España en las coproducciones de Ibermedia

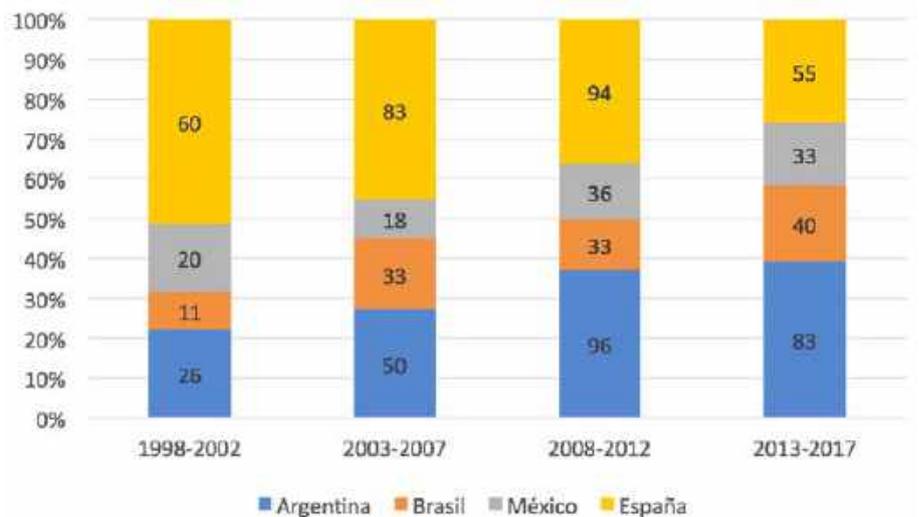
Fuente: elaboración propia en base a Ibermedia.



Si se analizan los datos de estos países en rangos, la tendencia se hace visible de una manera mucho más contundente. Mientras que en el primer lustro España participaba en más de la mitad de los proyectos hechos por estos cuatro países, en el último su participación se redujo prácticamente a un cuarto (y también decayó en términos absolutos: de 60 a 55). La caída fue constante y proporcionalmente inversa a la participación argentina, que pasó a estar presente prácticamente en el 40% de los proyectos.

Gráfico 8. Participación de Argentina, Brasil, México y España en las coproducciones de Ibermedia, en términos absolutos y relativos

Fuente: elaboración propia en base a Ibermedia.



Cuadro 4. Fondo Ibermedia: comparación entre el total y el aporte de Argentina, Brasil, México y España, 2006-2014

Fuente: elaboración propia en base a Ibermedia

Año	Total	Argentina	Brasil	México	España	España %	ArgBraMéx %
2006	5.267.669	300.000	600.000	250.000	2.900.000	55%	22%
2007	5.879.858	400.000	682.561	250.000	3.075.000	52%	23%
2008	6.594.586	400.000	629.156	250.000	3.844.706	58%	19%
2009	7.659.667	330.000	150.000	500.000	3.331.900	43%	13%
2010	6.736.172	400.000	600.000	500.000	2.871.600	43%	22%
2011	5.907.500	400.000	764.000	500.000	1.801.878	31%	28%
2012	5.635.881	400.000	600.000	500.000	1.895.188	34%	27%
2013	5.287.646	400.000	800.000	500.000	688.527	13%	32%
2014	4.514.036	500.000	800.000	300.000	362.331	8%	35%

## Reflexiones finales

A más de 20 años de su puesta en marcha, Ibermedia ha dado algo más que los pasos fundamentales para la integración. Logró interrelacionar a una gran cantidad de naciones, las cuales tejen una compleja red de intercambios y discuten soluciones comunes a problemas comunes. España ha sido el motor de la experiencia; seguido por Argentina, Brasil y México. Indudablemente, hay conflictos que surgen del establecimiento de relaciones entre naciones desiguales y con distintos niveles de participación en el proceso de integración.

Este balance entre logros y conflictos atraviesa de punta a punta la dinámica del Programa. El principal logro es que el fin solidario efectivamente se cumple, dado que los países con menor tradición cinematográfica pueden hacer películas y consolidar capacidades. No obstante, también se verifica que los países con cinematografías más desarrolladas ejercen un mayor poderío: no es casual que España, Argentina, Brasil y México —en ese orden, incluso— sean los que participan en la mayor cantidad de películas. En síntesis: así como hay signos de dispersión que pueden ser interpretados como vectores de diversificación cultural, también hay signos de concentración que tienden a reproducir lógicas preexistentes. Pero si el Programa funciona es precisamente porque todos los países sacan provecho de la transnacionalización de su producción cinematográfica: unos porque pueden empezar a producir, otros porque pueden producir más y con mayores

8. Traducción propia.

presupuestos. El desafío es mantener el equilibrio entre las lógicas preexistentes y las nuevas dinámicas, es decir, entre la estructura de relaciones y las promesas de diversidad.

Por otro lado, en los últimos años se observa un nuevo equilibrio de fuerzas, caracterizado como el proceso de *latinoamericanización* de Ibermedia. Este proceso tiene dos componentes complementarios e igualmente relevantes: el retraimiento de España y el ascenso de un conjunto de naciones latinoamericanas. Las causas que lo explican son tanto económicas como políticas.

Es ostensible la ruptura en las tendencias más características del Programa: la composición del Fondo y la participación en las coproducciones, donde España había ejercido un liderazgo indisputado en los primeros años. Los recortes posteriores a la crisis hicieron que España cediera protagonismo. Dicho protagonismo fue siendo asumido por un conjunto de países latinoamericanos que venían construyendo un nuevo esquema de relaciones desde principios de siglo. No actuaron de manera aislada, sino orientados por acuerdos previos dentro y fuera del espacio iberoamericano, en el marco de una geopolítica propia que fueron desplegando progresivamente. Parece evidente que, aunque la crisis erosionó la hegemonía de España, la misma ya se encontraba impugnada discursivamente por los nuevos liderazgos latinoamericanos. Y si bien el predominio de España nunca se perdió totalmente, los países latinoamericanos se apropiaron del espacio iberoamericano para fortalecer vínculos entre sí.

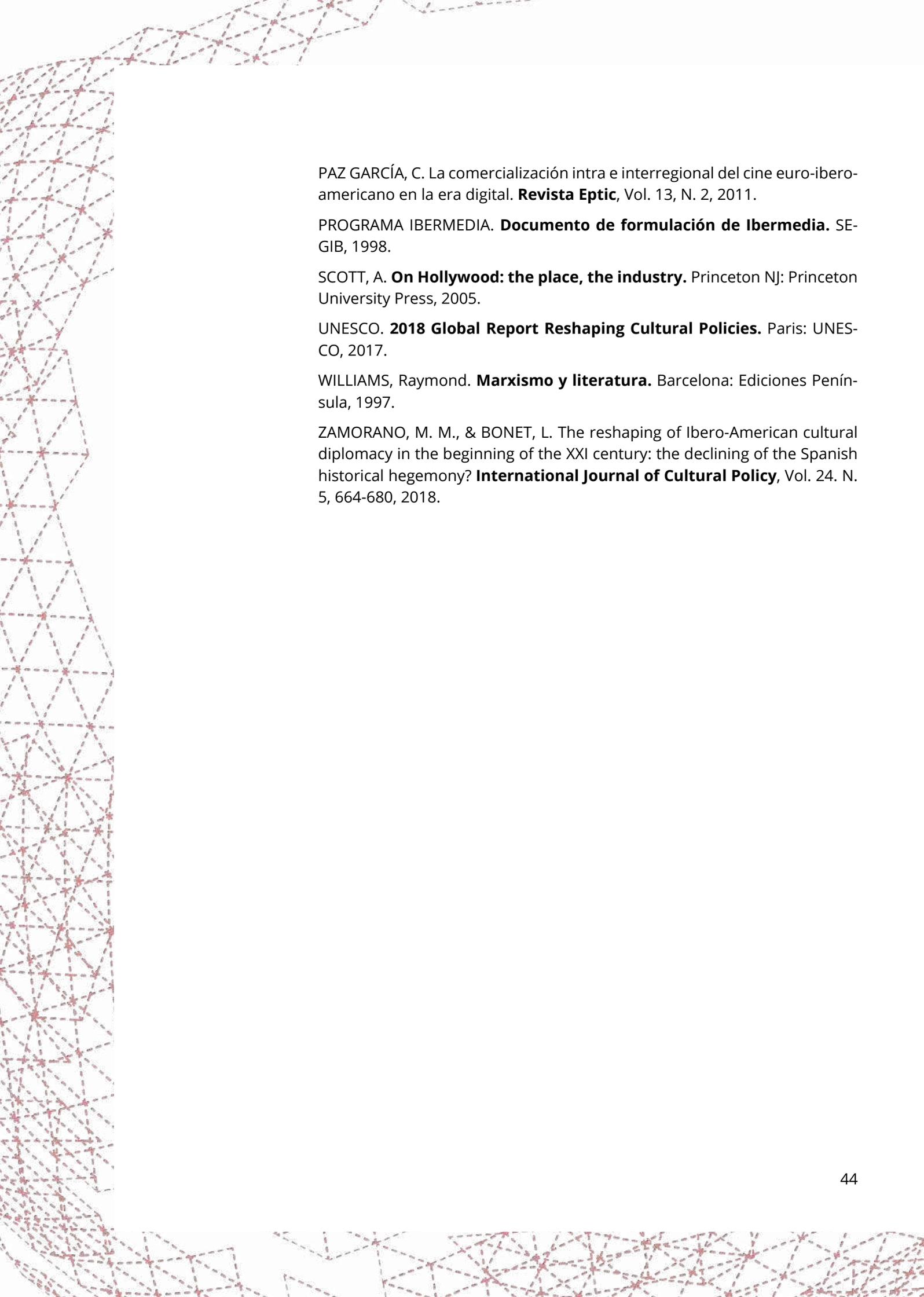
Lo que todo esto señala es que el proceso de construcción de un espacio supranacional está abierto y no necesariamente se ciñe a un proyecto diseñado y pensado por España. Además, los países latinoamericanos no están exentos de dificultades económicas y giros políticos, dado que en los últimos años han reaparecido gobiernos de inspiración neoliberal.

Zamorano y Bonet sostienen, probablemente con razón, que “la ineficacia latinoamericana para lograr una estructura organizativa sólida de cooperación cultural regional explica la validez, a pesar de las críticas, de la cooperación iberoamericana en este campo”<sup>8</sup> (2018, p. 676). El impulso y el aporte de España fue decisivo para la creación del espacio supranacional. Sin España, no existiría Ibermedia. Pero si no hubiera redistribución del liderazgo, tampoco.

Evocando a Williams (1997), podría decirse que el balance de las dos primeras décadas del Programa dejan ver una tensión entre lo *dominante* (la hegemonía de España, el predominio de Argentina, Brasil y México) y lo *emergente* (el ascenso latinoamericano, la irrupción de países con escasa tradición cinematográfica). Ibermedia entra en su tercera década con vigencia y pudiendo exhibir logros importantes. Y, sobre todo, habiendo desarrollado una dinámica colaborativa capaz de canalizar las tensiones y los conflictos propios de un proceso tan amplio y tan complejo.

## Bibliografía

- ALBORNOZ, L. A. Y GARCÍA LEIVA, M. T. **Diversidad e industrias audiovisuales. El desafío cultural del siglo XXI.** México DF: Fondo de Cultura Económica, 2017.
- DE MORA JIMÉNEZ, R. **Cooperación e integración audiovisual en Iberoamérica.** Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid. 2009.
- ELENA, Alberto. Cruces de destinos: intercambios cinematográficos entre España y América Latina. 2005. In: **La nueva memoria. Historia(s) del cine español.** La Coruña: Vía Láctea, 2000.
- FALICOV, T. L. **Latin American Film Industries.** Bloomsbury Publishing, 2019.
- \_\_\_\_\_, T. L. Programa Ibermedia: ¿cine transnacional ibero-americano o relaciones públicas para España? **Revista Reflexiones.** 91(1): 299-312, 2012.
- FLORES, S. **El Nuevo Cine Latinoamericano y su dimensión continental.** Buenos Aires: Imago Mundi, 2013.
- FUERTES MARTÍNEZ, M.; MARENGHI, P. R. Cooperación y cultura: veinte años de coproducción cinematográfica entre España e Iberoamérica 1995/2014. **Revista Cubana de Información y Comunicación,** 5(10), 100-123, 2016.
- GETINO, O. **Cine y televisión en América Latina.** Buenos Aires: Ciccus, 1998.
- GONZÁLEZ, L. Cine argentino en Brasil: integración, cooperación y competencia. **Archivos de la Fílmoteca** 76, 53-72, 2019.
- GONZÁLEZ, L.; BARNES, C. Y BORELLO, J. El talón de Aquiles: exhibición y distribución de cine en la Argentina. **Revista H-industri@,** Año 8, N. 14, 2014.
- GRATIUS, S. La Cumbre Iberoamericana de Salamanca: ¿De una comunidad cultural a una alianza política? **Nueva Época** 6 (21): 171-176, 2006.
- LÓPEZ, A. M. Cine temprano y modernidad en América Latina. **Vivomatografías,** n°1, 2015.
- MOGUILLANSKY, M. Ibermedia, crisis y después. Acerca de las transformaciones recientes de la coproducción iberoamericana. **Archivos de la Fílmoteca,** (76), 21-34, 2019.
- MOGUILLANSKY, M. Y GONZÁLEZ, L. Coproducciones latinoamericanas: avances hacia la construcción de un espacio cinematográfico regional. **Contemporanea, Revista de Comunicação e Cultura.** Vol. 17, n°3. Salvador-Ba. Brasil, 2019.
- MORENO DOMÍNGUEZ, J. M. Diversidad audiovisual e integración cultural: analizando el programa Ibermedia. **Comunicación y sociedad,** (9), 95-118, 2008.



PAZ GARCÍA, C. La comercialización intra e interregional del cine euro-iberoamericano en la era digital. **Revista Eptic**, Vol. 13, N. 2, 2011.

PROGRAMA IBERMEDIA. **Documento de formulación de Ibermedia**. SEGIB, 1998.

SCOTT, A. **On Hollywood: the place, the industry**. Princeton NJ: Princeton University Press, 2005.

UNESCO. **2018 Global Report Reshaping Cultural Policies**. Paris: UNESCO, 2017.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo y literatura**. Barcelona: Ediciones Península, 1997.

ZAMORANO, M. M., & BONET, L. The reshaping of Ibero-American cultural diplomacy in the beginning of the XXI century: the declining of the Spanish historical hegemony? **International Journal of Cultural Policy**, Vol. 24. N. 5, 664-680, 2018.

**Convergência midiática e regulação convergente:  
dinâmicas e políticas do audiovisual a partir da internet**

**Convergencia de medios y regulación convergente:  
dinámica y políticas del audiovisual brasileño a partir de  
la internet**

**Media convergence and convergent regulation: dynamics  
and policies of Brazilian audiovisual industry on the internet**

**Vitor Souza Lima Blotta**

Professor doutor no departamento de Jornalismo e Editoração na Escola de Comunicações e Artes - ECA/USP. Coordenador do grupo de pesquisa Jornalismo Direito e Liberdade ECA/IEA - USP

Contato: [vitor.blotta@usp.br](mailto:vitor.blotta@usp.br)

**Giovanni Francischelli**

Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo. Pesquisador associado ao grupo de pesquisa Jornalismo Direito e Liberdade - ECA/IEA/ USP

Contato: [gfrancis@usp.br](mailto:gfrancis@usp.br)

**Submetido em: 07.11.2019**  
**Aprovado em: 11.08.2020**

## Resumo

Este artigo discute a regulação dos serviços de comunicação de obras audiovisuais pela internet, procurando delinear contribuições a partir de uma perspectiva de “regulação convergente”, situada na tradição da Economia Política da Comunicação e Cultura (EPC). O objetivo é avaliar as recentes disputas em torno da Lei do Serviço de Acesso Condicionado (Lei 12.485/11) e a demanda por marcos regulatórios para os serviços de vídeo sob demanda (VoD) e vídeo *over the top* (OTT). O texto debate (i) a “neutralidade” tecnológica da Lei; (ii) as restrições à “propriedade cruzada”; (iii) as contribuições tributárias e (iv) a reserva de mercado para o conteúdo nacional nas plataformas digitais.

Palavras-chave: Audiovisual. Convergência midiática. Vídeo *on demand*. Regulação convergente.

## Resumen

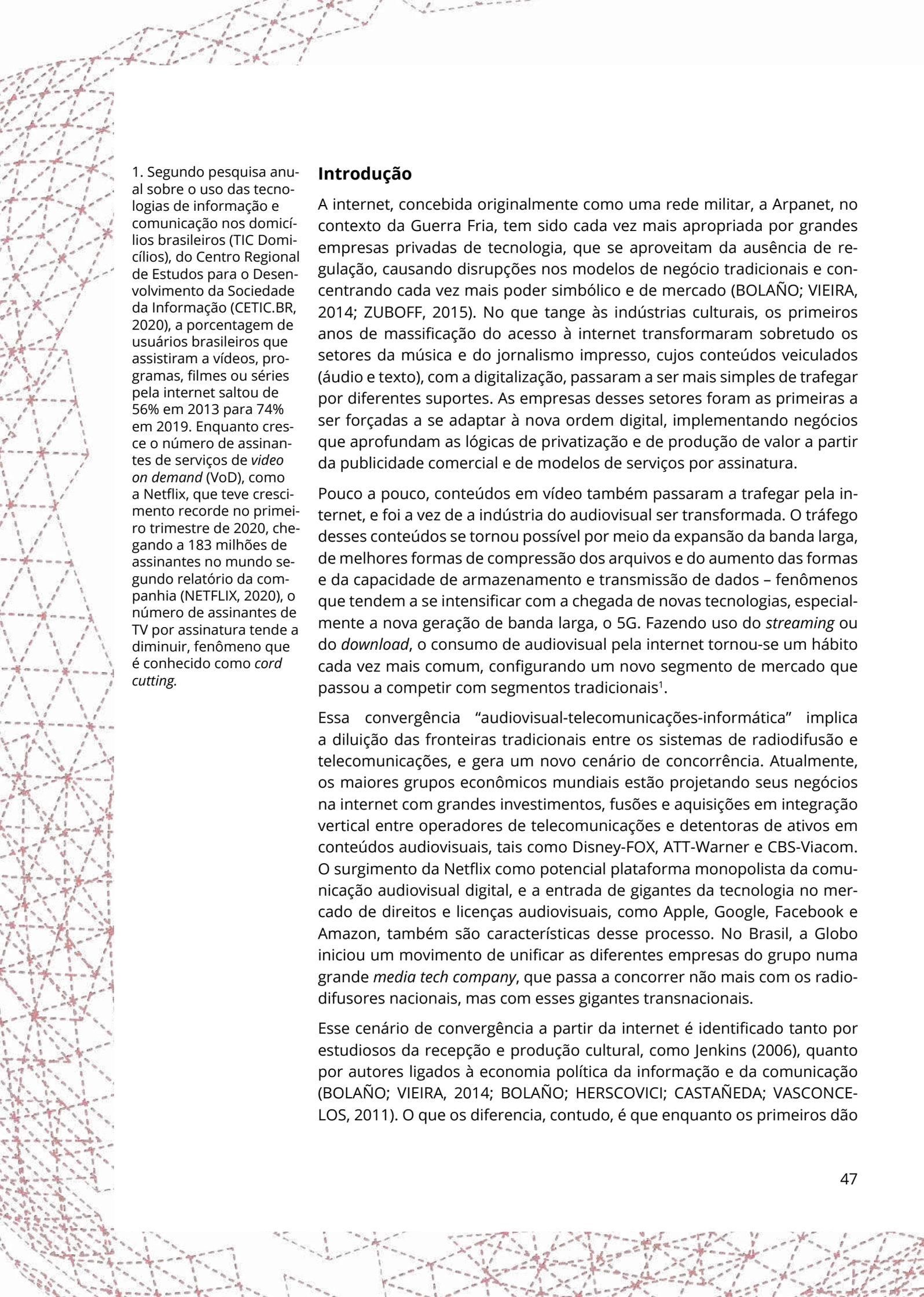
Este artículo analiza las perspectivas para la regulación de los servicios de medios audiovisuales prestados por la internet en Brasil. Procura-se describir contribuciones desde una perspectiva de “regulación convergente”, situada en la tradición de la economía política de la comunicación y la cultura (EPC). El objetivo es evaluar las disputas recientes sobre las reformas regulatorias sobre la Ley 12,485 / 11 y los nuevos marcos regulatorios propuestos para los servicios de Video *On Demand* (VoD) y video *Over The Top* (OTT). El texto debate (i) la “neutralidad” tecnológica de la Ley; (ii) las restricciones sobre “propiedad cruzada”; (iii) las contribuciones fiscales sobre los servicios y (iv) la reserva de mercado para contenido nacional en plataformas digitales.

Palabras clave: Audiovisual. Convergencia midiática. Vídeo *on demand*. Regulación convergente.

## Abstract

This article discusses perspectives for regulation of Audiovisual Media Services on the internet in Brazil. It aims to outline contributions from a “convergent regulation” perspective, situated in the tradition of the political economy of communication and culture (EPC). The objective is to assess the recent disputes over regulatory reforms about the Law 12,485/11 and new regulatory frameworks proposed for Video On Demand (VoD) and video Over The Top (OTT) services. The text debates (i) technological neutrality of the Law; (ii) restrictions on “cross ownership”; (iii) tax contributions and (iv) the market reserve for national content on digital platforms.

Keywords: Audiovisual. Media convergence. Video on demand. Convergent regulation.



1. Segundo pesquisa anual sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros (TIC Domicílios), do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (CETIC.BR, 2020), a porcentagem de usuários brasileiros que assistiram a vídeos, programas, filmes ou séries pela internet saltou de 56% em 2013 para 74% em 2019. Enquanto cresce o número de assinantes de serviços de *video on demand* (VoD), como a Netflix, que teve crescimento recorde no primeiro trimestre de 2020, chegando a 183 milhões de assinantes no mundo segundo relatório da companhia (NETFLIX, 2020), o número de assinantes de TV por assinatura tende a diminuir, fenômeno que é conhecido como *cord cutting*.

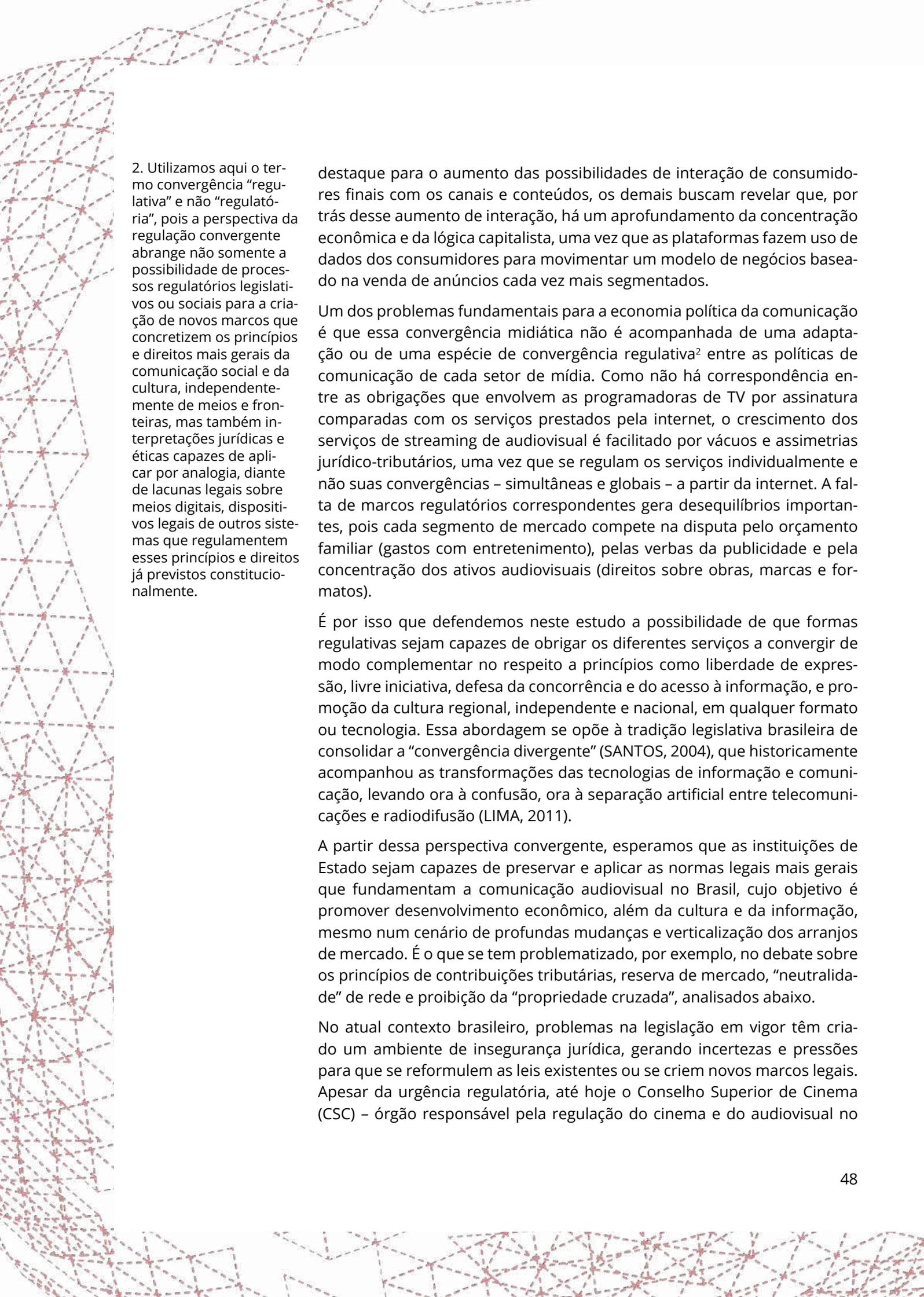
## Introdução

A internet, concebida originalmente como uma rede militar, a Arpanet, no contexto da Guerra Fria, tem sido cada vez mais apropriada por grandes empresas privadas de tecnologia, que se aproveitam da ausência de regulação, causando disrupções nos modelos de negócio tradicionais e concentrando cada vez mais poder simbólico e de mercado (BOLAÑO; VIEIRA, 2014; ZUBOFF, 2015). No que tange às indústrias culturais, os primeiros anos de massificação do acesso à internet transformaram sobretudo os setores da música e do jornalismo impresso, cujos conteúdos veiculados (áudio e texto), com a digitalização, passaram a ser mais simples de trafegar por diferentes suportes. As empresas desses setores foram as primeiras a ser forçadas a se adaptar à nova ordem digital, implementando negócios que aprofundam as lógicas de privatização e de produção de valor a partir da publicidade comercial e de modelos de serviços por assinatura.

Pouco a pouco, conteúdos em vídeo também passaram a trafegar pela internet, e foi a vez de a indústria do audiovisual ser transformada. O tráfego desses conteúdos se tornou possível por meio da expansão da banda larga, de melhores formas de compressão dos arquivos e do aumento das formas e da capacidade de armazenamento e transmissão de dados – fenômenos que tendem a se intensificar com a chegada de novas tecnologias, especialmente a nova geração de banda larga, o 5G. Fazendo uso do *streaming* ou do *download*, o consumo de audiovisual pela internet tornou-se um hábito cada vez mais comum, configurando um novo segmento de mercado que passou a competir com segmentos tradicionais<sup>1</sup>.

Essa convergência “audiovisual-telecomunicações-informática” implica a diluição das fronteiras tradicionais entre os sistemas de radiodifusão e telecomunicações, e gera um novo cenário de concorrência. Atualmente, os maiores grupos econômicos mundiais estão projetando seus negócios na internet com grandes investimentos, fusões e aquisições em integração vertical entre operadores de telecomunicações e detentoras de ativos em conteúdos audiovisuais, tais como Disney-FOX, ATT-Warner e CBS-Viacom. O surgimento da Netflix como potencial plataforma monopolista da comunicação audiovisual digital, e a entrada de gigantes da tecnologia no mercado de direitos e licenças audiovisuais, como Apple, Google, Facebook e Amazon, também são características desse processo. No Brasil, a Globo iniciou um movimento de unificar as diferentes empresas do grupo numa grande *media tech company*, que passa a concorrer não mais com os radiodifusores nacionais, mas com esses gigantes transnacionais.

Esse cenário de convergência a partir da internet é identificado tanto por estudiosos da recepção e produção cultural, como Jenkins (2006), quanto por autores ligados à economia política da informação e da comunicação (BOLAÑO; VIEIRA, 2014; BOLAÑO; HERSCOVICI; CASTAÑEDA; VASCONCELOS, 2011). O que os diferencia, contudo, é que enquanto os primeiros dão



2. Utilizamos aqui o termo convergência “regulativa” e não “regulatória”, pois a perspectiva da regulação convergente abrange não somente a possibilidade de processos regulatórios legislativos ou sociais para a criação de novos marcos que concretizem os princípios e direitos mais gerais da comunicação social e da cultura, independentemente de meios e fronteiras, mas também interpretações jurídicas e éticas capazes de aplicar por analogia, diante de lacunas legais sobre meios digitais, dispositivos legais de outros sistemas que regulamentem esses princípios e direitos já previstos constitucionalmente.

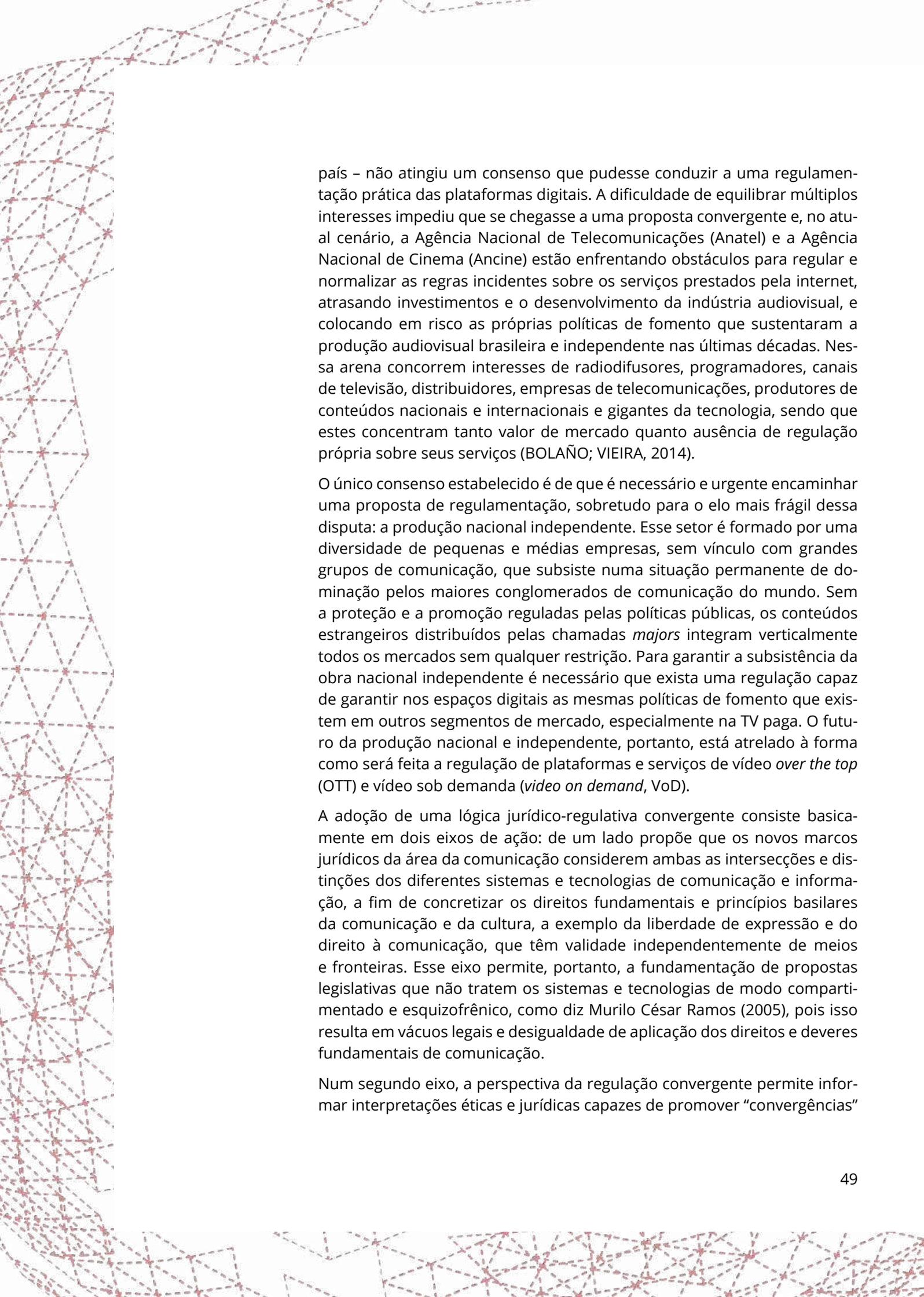
destaque para o aumento das possibilidades de interação de consumidores finais com os canais e conteúdos, os demais buscam revelar que, por trás desse aumento de interação, há um aprofundamento da concentração econômica e da lógica capitalista, uma vez que as plataformas fazem uso de dados dos consumidores para movimentar um modelo de negócios baseado na venda de anúncios cada vez mais segmentados.

Um dos problemas fundamentais para a economia política da comunicação é que essa convergência midiática não é acompanhada de uma adaptação ou de uma espécie de convergência regulativa<sup>2</sup> entre as políticas de comunicação de cada setor de mídia. Como não há correspondência entre as obrigações que envolvem as programadoras de TV por assinatura comparadas com os serviços prestados pela internet, o crescimento dos serviços de streaming de audiovisual é facilitado por vácuos e assimetrias jurídico-tributários, uma vez que se regulam os serviços individualmente e não suas convergências – simultâneas e globais – a partir da internet. A falta de marcos regulatórios correspondentes gera desequilíbrios importantes, pois cada segmento de mercado compete na disputa pelo orçamento familiar (gastos com entretenimento), pelas verbas da publicidade e pela concentração dos ativos audiovisuais (direitos sobre obras, marcas e formatos).

É por isso que defendemos neste estudo a possibilidade de que formas regulativas sejam capazes de obrigar os diferentes serviços a convergir de modo complementar no respeito a princípios como liberdade de expressão, livre iniciativa, defesa da concorrência e do acesso à informação, e promoção da cultura regional, independente e nacional, em qualquer formato ou tecnologia. Essa abordagem se opõe à tradição legislativa brasileira de consolidar a “convergência divergente” (SANTOS, 2004), que historicamente acompanhou as transformações das tecnologias de informação e comunicação, levando ora à confusão, ora à separação artificial entre telecomunicações e radiodifusão (LIMA, 2011).

A partir dessa perspectiva convergente, esperamos que as instituições de Estado sejam capazes de preservar e aplicar as normas legais mais gerais que fundamentam a comunicação audiovisual no Brasil, cujo objetivo é promover desenvolvimento econômico, além da cultura e da informação, mesmo num cenário de profundas mudanças e verticalização dos arranjos de mercado. É o que se tem problematizado, por exemplo, no debate sobre os princípios de contribuições tributárias, reserva de mercado, “neutralidade” de rede e proibição da “propriedade cruzada”, analisados abaixo.

No atual contexto brasileiro, problemas na legislação em vigor têm criado um ambiente de insegurança jurídica, gerando incertezas e pressões para que se reformulem as leis existentes ou se criem novos marcos legais. Apesar da urgência regulatória, até hoje o Conselho Superior de Cinema (CSC) – órgão responsável pela regulação do cinema e do audiovisual no

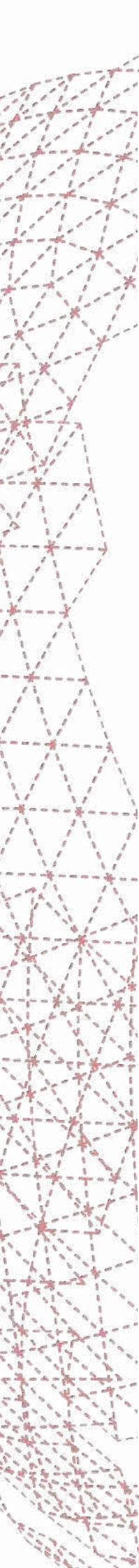


país – não atingiu um consenso que pudesse conduzir a uma regulamentação prática das plataformas digitais. A dificuldade de equilibrar múltiplos interesses impediu que se chegasse a uma proposta convergente e, no atual cenário, a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) e a Agência Nacional de Cinema (Ancine) estão enfrentando obstáculos para regular e normalizar as regras incidentes sobre os serviços prestados pela internet, atrasando investimentos e o desenvolvimento da indústria audiovisual, e colocando em risco as próprias políticas de fomento que sustentaram a produção audiovisual brasileira e independente nas últimas décadas. Nessa arena concorrem interesses de radiodifusores, programadores, canais de televisão, distribuidores, empresas de telecomunicações, produtores de conteúdos nacionais e internacionais e gigantes da tecnologia, sendo que estes concentram tanto valor de mercado quanto ausência de regulação própria sobre seus serviços (BOLAÑO; VIEIRA, 2014).

O único consenso estabelecido é de que é necessário e urgente encaminhar uma proposta de regulamentação, sobretudo para o elo mais frágil dessa disputa: a produção nacional independente. Esse setor é formado por uma diversidade de pequenas e médias empresas, sem vínculo com grandes grupos de comunicação, que subsiste numa situação permanente de dominação pelos maiores conglomerados de comunicação do mundo. Sem a proteção e a promoção reguladas pelas políticas públicas, os conteúdos estrangeiros distribuídos pelas chamadas *majors* integram verticalmente todos os mercados sem qualquer restrição. Para garantir a subsistência da obra nacional independente é necessário que exista uma regulação capaz de garantir nos espaços digitais as mesmas políticas de fomento que existem em outros segmentos de mercado, especialmente na TV paga. O futuro da produção nacional e independente, portanto, está atrelado à forma como será feita a regulação de plataformas e serviços de vídeo *over the top* (OTT) e vídeo sob demanda (*video on demand*, VoD).

A adoção de uma lógica jurídico-regulativa convergente consiste basicamente em dois eixos de ação: de um lado propõe que os novos marcos jurídicos da área da comunicação considerem ambas as intersecções e distinções dos diferentes sistemas e tecnologias de comunicação e informação, a fim de concretizar os direitos fundamentais e princípios basilares da comunicação e da cultura, a exemplo da liberdade de expressão e do direito à comunicação, que têm validade independentemente de meios e fronteiras. Esse eixo permite, portanto, a fundamentação de propostas legislativas que não tratem os sistemas e tecnologias de modo compartimentado e esquizofrênico, como diz Murilo César Ramos (2005), pois isso resulta em vácuos legais e desigualdade de aplicação dos direitos e deveres fundamentais de comunicação.

Num segundo eixo, a perspectiva da regulação convergente permite informar interpretações éticas e jurídicas capazes de promover “convergências”



lógicas entre diplomas legais que regulamentam diferentes sistemas tecnológicos, culturais e de mídia, junto à Constituição e a tratados internacionais da área, a fim de suprir analogicamente lacunas legais que promovam desigualdade ou impeçam a aplicação imediata dos direitos e garantias fundamentais de comunicação e da cultura.

Com essa perspectiva, a fim de realizar os direitos fundamentais de comunicação e as principais normas constitucionais sobre comunicação social que independem do sistema e da tecnologia utilizada na prestação dos serviços (arts. 220, 221 e 222, §3o, CF 88), em termos de interpretação jurídica, a Lei do Serviço de Acesso Condicionado (SeAC) pode deixar de ser tratada como um “Tratado de Tordesilhas” da convergência no Brasil, como denuncia Helena Martins Barreto (2018), e ter algumas de suas regras aplicadas de forma analógica, proporcionalmente a outros sistemas.

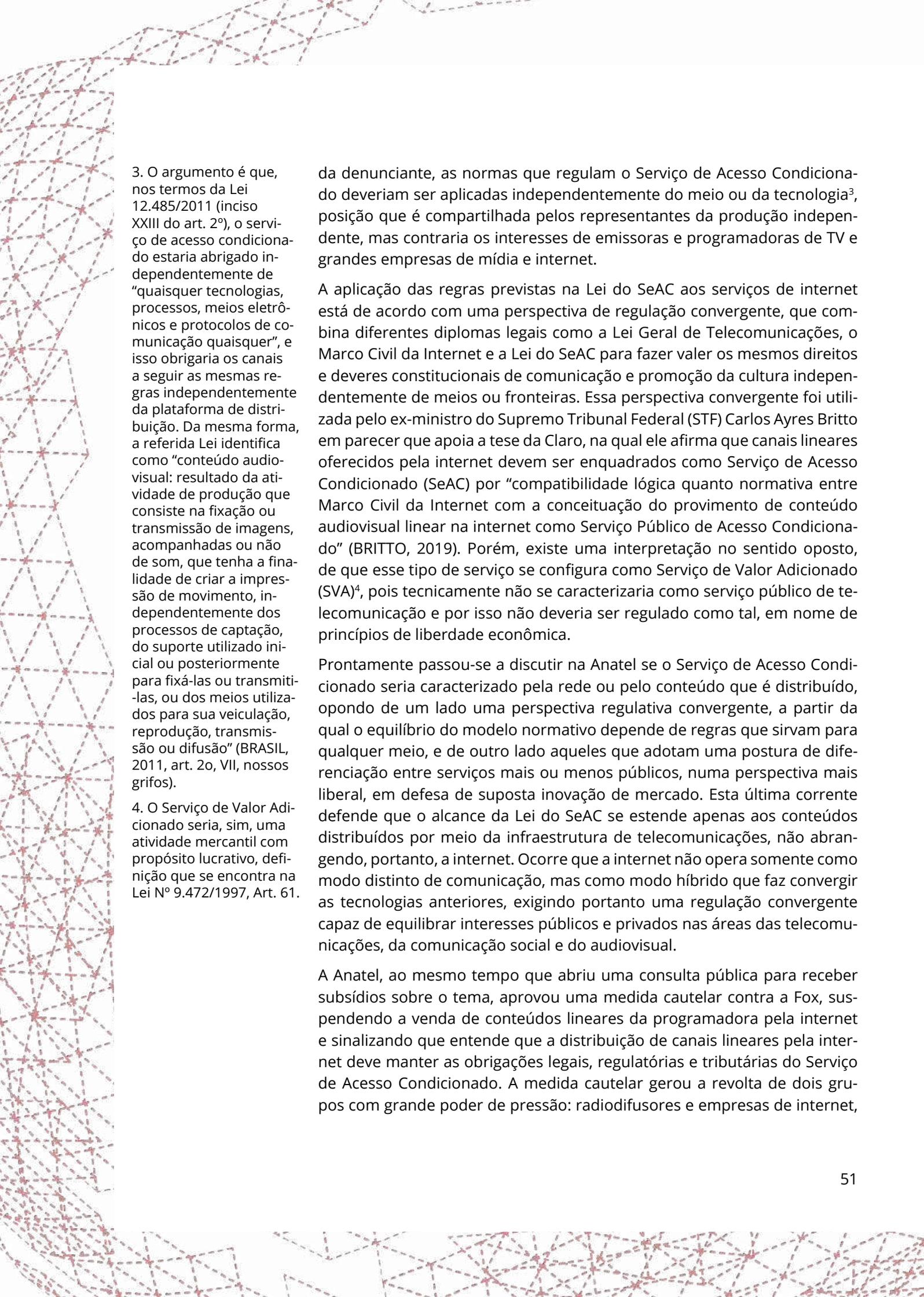
A partir de uma regulação convergente, é possível promover um tratamento isonômico entre os serviços prestados na internet e os fundamentos da legislação brasileira incidente sobre toda a comunicação audiovisual, eliminando as lacunas jurídicas tributárias, proprietárias e de conteúdo da comunicação OTT e dos serviços de VOD, e abrindo também espaço para o surgimento de novos modelos de negócios enquanto garante-se a diversidade de produções, o que segue obstruído por essa indefinição regulatória.

Veremos agora os principais pontos que estão em disputa nesse cenário, como eles vêm sendo tratados em projetos de lei específicos que nesse momento tramitam no Legislativo brasileiro, e quais contribuições seriam possíveis a partir de uma perspectiva de regulação convergente.

### **O conflito com canais lineares e as demandas pela revisão da Lei do SeAC**

O primeiro ponto nas discussões sobre a reforma da Lei 12.485 envolve a regulação dos serviços que oferecem a comunicação de canais lineares de programação pela internet, desempacotados diretamente ao consumidor por meio de aplicativos que funcionam ao arpejo das normas constitucionais da comunicação social e da legislação sobre o audiovisual. Diante disso, tão urgente quanto regular a situação específica das plataformas de VoD é a necessidade de se discutir como a regulação atual deve abrigar as novas formas de transmissão, reprodução e disponibilização do audiovisual permitidas pela internet, tanto para o conteúdo linear quanto para o sob demanda.

A base desse conflito foi uma denúncia encaminhada à Anatel pela operadora de telecomunicações Claro contra a programadora Fox, que ofertaria seus canais pela internet fora das determinações da Lei do SeAC sobre empacotamento e cotas de conteúdo nacional e independente. Na visão



3. O argumento é que, nos termos da Lei 12.485/2011 (inciso XXIII do art. 2º), o serviço de acesso condicionado estaria abrigado independentemente de “quaisquer tecnologias, processos, meios eletrônicos e protocolos de comunicação quaisquer”, e isso obrigaria os canais a seguir as mesmas regras independentemente da plataforma de distribuição. Da mesma forma, a referida Lei identifica como “conteúdo audiovisual: resultado da atividade de produção que consiste na fixação ou transmissão de imagens, acompanhadas ou não de som, que tenha a finalidade de criar a impressão de movimento, independentemente dos processos de captação, do suporte utilizado inicial ou posteriormente para fixá-las ou transmiti-las, ou dos meios utilizados para sua veiculação, reprodução, transmissão ou difusão” (BRASIL, 2011, art. 2º, VII, nossos grifos).

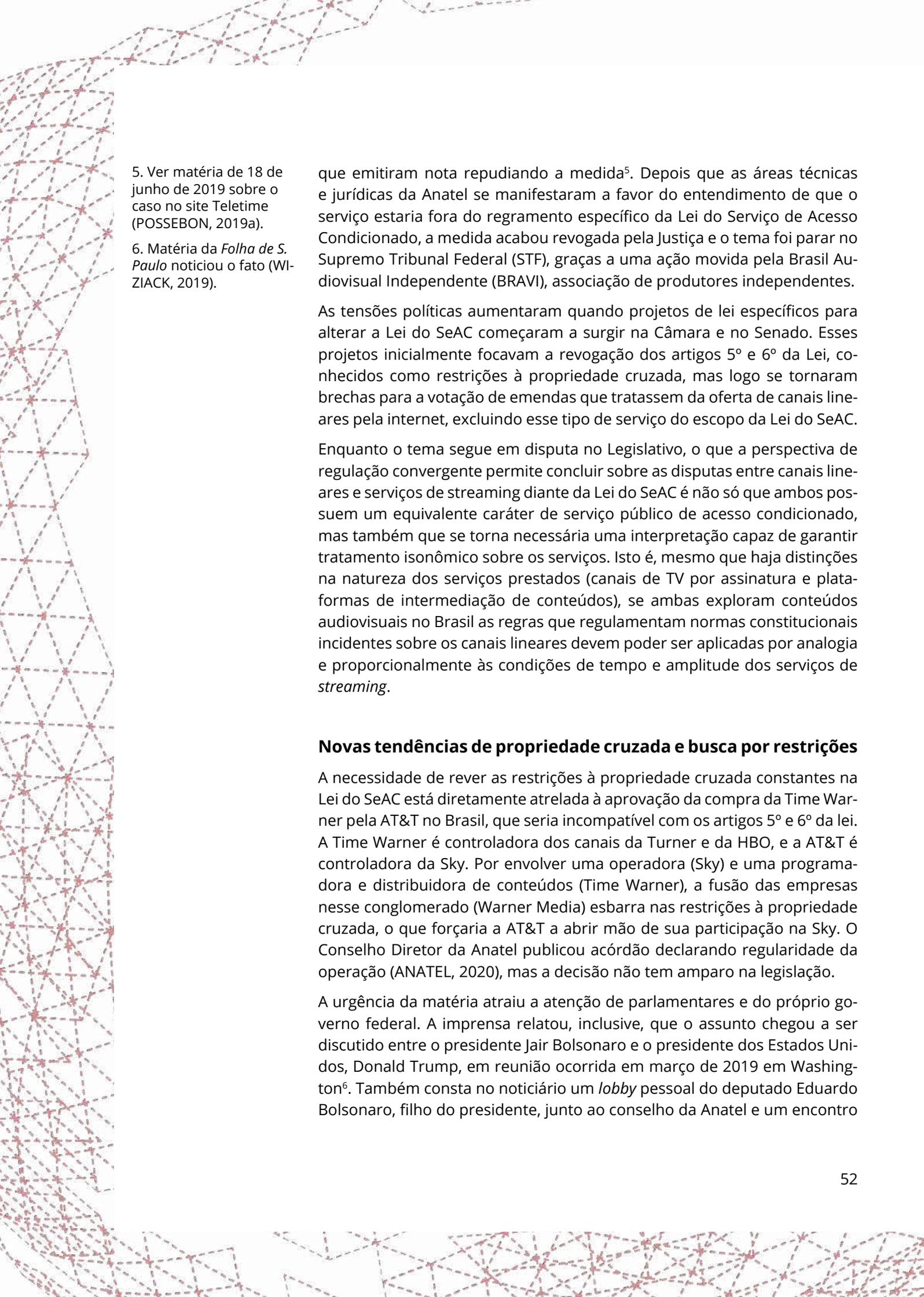
4. O Serviço de Valor Adicionado seria, sim, uma atividade mercantil com propósito lucrativo, definição que se encontra na Lei Nº 9.472/1997, Art. 61.

da denunciante, as normas que regulam o Serviço de Acesso Condicionado deveriam ser aplicadas independentemente do meio ou da tecnologia<sup>3</sup>, posição que é compartilhada pelos representantes da produção independente, mas contraria os interesses de emissoras e programadoras de TV e grandes empresas de mídia e internet.

A aplicação das regras previstas na Lei do SeAC aos serviços de internet está de acordo com uma perspectiva de regulação convergente, que combina diferentes diplomas legais como a Lei Geral de Telecomunicações, o Marco Civil da Internet e a Lei do SeAC para fazer valer os mesmos direitos e deveres constitucionais de comunicação e promoção da cultura independentemente de meios ou fronteiras. Essa perspectiva convergente foi utilizada pelo ex-ministro do Supremo Tribunal Federal (STF) Carlos Ayres Britto em parecer que apoia a tese da Claro, na qual ele afirma que canais lineares oferecidos pela internet devem ser enquadrados como Serviço de Acesso Condicionado (SeAC) por “compatibilidade lógica quanto normativa entre Marco Civil da Internet com a conceituação do provimento de conteúdo audiovisual linear na internet como Serviço Público de Acesso Condicionado” (BRITTO, 2019). Porém, existe uma interpretação no sentido oposto, de que esse tipo de serviço se configura como Serviço de Valor Adicionado (SVA)<sup>4</sup>, pois tecnicamente não se caracterizaria como serviço público de telecomunicação e por isso não deveria ser regulado como tal, em nome de princípios de liberdade econômica.

Prontamente passou-se a discutir na Anatel se o Serviço de Acesso Condicionado seria caracterizado pela rede ou pelo conteúdo que é distribuído, opondo de um lado uma perspectiva regulativa convergente, a partir da qual o equilíbrio do modelo normativo depende de regras que sirvam para qualquer meio, e de outro lado aqueles que adotam uma postura de diferenciação entre serviços mais ou menos públicos, numa perspectiva mais liberal, em defesa de suposta inovação de mercado. Esta última corrente defende que o alcance da Lei do SeAC se estende apenas aos conteúdos distribuídos por meio da infraestrutura de telecomunicações, não abrangendo, portanto, a internet. Ocorre que a internet não opera somente como modo distinto de comunicação, mas como modo híbrido que faz convergir as tecnologias anteriores, exigindo portanto uma regulação convergente capaz de equilibrar interesses públicos e privados nas áreas das telecomunicações, da comunicação social e do audiovisual.

A Anatel, ao mesmo tempo que abriu uma consulta pública para receber subsídios sobre o tema, aprovou uma medida cautelar contra a Fox, suspendendo a venda de conteúdos lineares da programadora pela internet e sinalizando que entende que a distribuição de canais lineares pela internet deve manter as obrigações legais, regulatórias e tributárias do Serviço de Acesso Condicionado. A medida cautelar gerou a revolta de dois grupos com grande poder de pressão: radiodifusores e empresas de internet,



5. Ver matéria de 18 de junho de 2019 sobre o caso no site Teletime (POSSEBON, 2019a).

6. Matéria da *Folha de S. Paulo* noticiou o fato (WIZIACK, 2019).

que emitiram nota repudiando a medida<sup>5</sup>. Depois que as áreas técnicas e jurídicas da Anatel se manifestaram a favor do entendimento de que o serviço estaria fora do regramento específico da Lei do Serviço de Acesso Condicionado, a medida acabou revogada pela Justiça e o tema foi parar no Supremo Tribunal Federal (STF), graças a uma ação movida pela Brasil Audiovisual Independente (BRAVI), associação de produtores independentes.

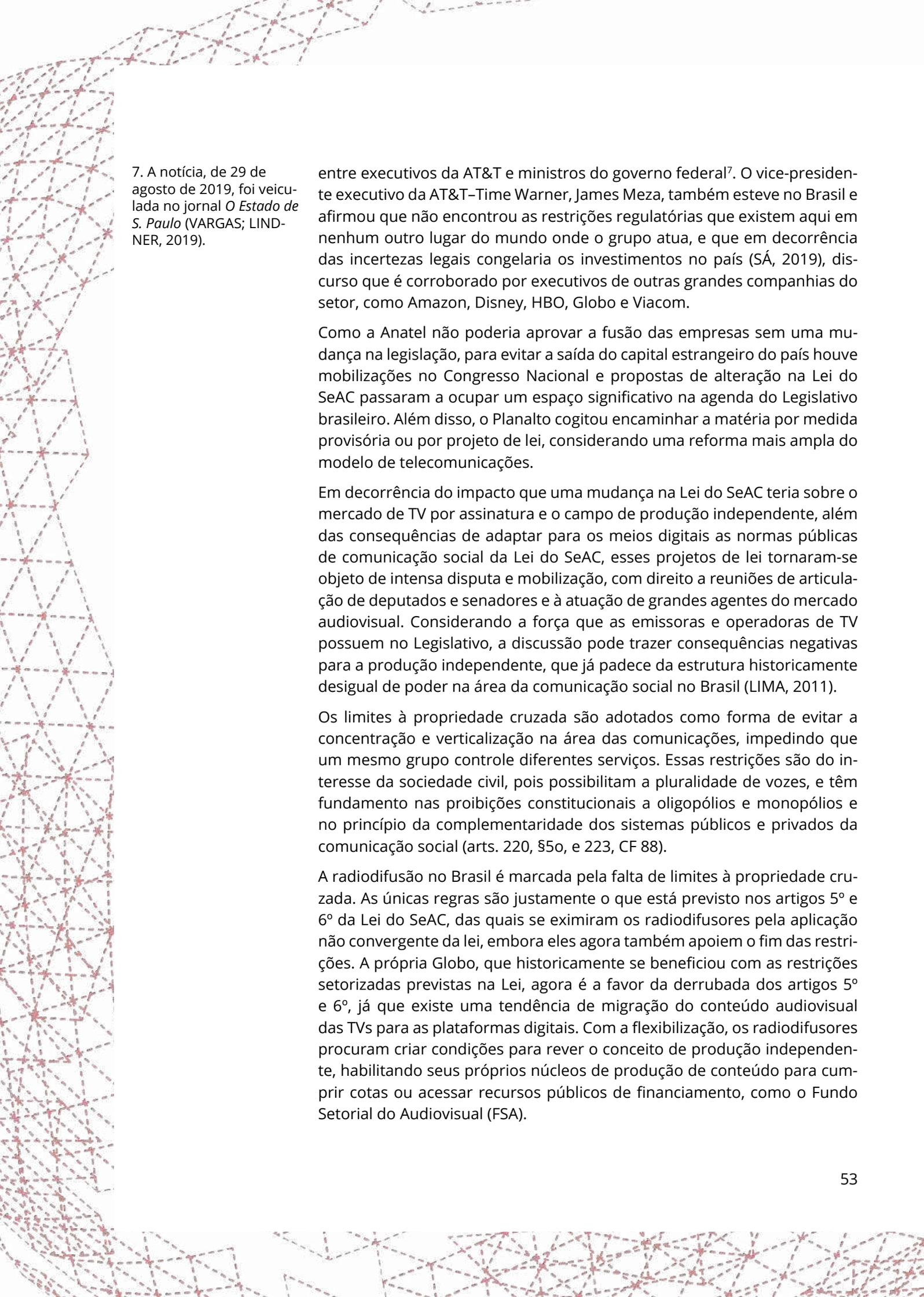
As tensões políticas aumentaram quando projetos de lei específicos para alterar a Lei do SeAC começaram a surgir na Câmara e no Senado. Esses projetos inicialmente focavam a revogação dos artigos 5º e 6º da Lei, conhecidos como restrições à propriedade cruzada, mas logo se tornaram brechas para a votação de emendas que tratassem da oferta de canais lineares pela internet, excluindo esse tipo de serviço do escopo da Lei do SeAC.

Enquanto o tema segue em disputa no Legislativo, o que a perspectiva de regulação convergente permite concluir sobre as disputas entre canais lineares e serviços de streaming diante da Lei do SeAC é não só que ambos possuem um equivalente caráter de serviço público de acesso condicionado, mas também que se torna necessária uma interpretação capaz de garantir tratamento isonômico sobre os serviços. Isto é, mesmo que haja distinções na natureza dos serviços prestados (canais de TV por assinatura e plataformas de intermediação de conteúdos), se ambas exploram conteúdos audiovisuais no Brasil as regras que regulamentam normas constitucionais incidentes sobre os canais lineares devem poder ser aplicadas por analogia e proporcionalmente às condições de tempo e amplitude dos serviços de *streaming*.

### **Novas tendências de propriedade cruzada e busca por restrições**

A necessidade de rever as restrições à propriedade cruzada constantes na Lei do SeAC está diretamente atrelada à aprovação da compra da Time Warner pela AT&T no Brasil, que seria incompatível com os artigos 5º e 6º da lei. A Time Warner é controladora dos canais da Turner e da HBO, e a AT&T é controladora da Sky. Por envolver uma operadora (Sky) e uma programadora e distribuidora de conteúdos (Time Warner), a fusão das empresas nesse conglomerado (Warner Media) esbarra nas restrições à propriedade cruzada, o que forçaria a AT&T a abrir mão de sua participação na Sky. O Conselho Diretor da Anatel publicou acórdão declarando regularidade da operação (ANATEL, 2020), mas a decisão não tem amparo na legislação.

A urgência da matéria atraiu a atenção de parlamentares e do próprio governo federal. A imprensa relatou, inclusive, que o assunto chegou a ser discutido entre o presidente Jair Bolsonaro e o presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, em reunião ocorrida em março de 2019 em Washington<sup>6</sup>. Também consta no noticiário um *lobby* pessoal do deputado Eduardo Bolsonaro, filho do presidente, junto ao conselho da Anatel e um encontro



7. A notícia, de 29 de agosto de 2019, foi veiculada no jornal *O Estado de S. Paulo* (VARGAS; LINDNER, 2019).

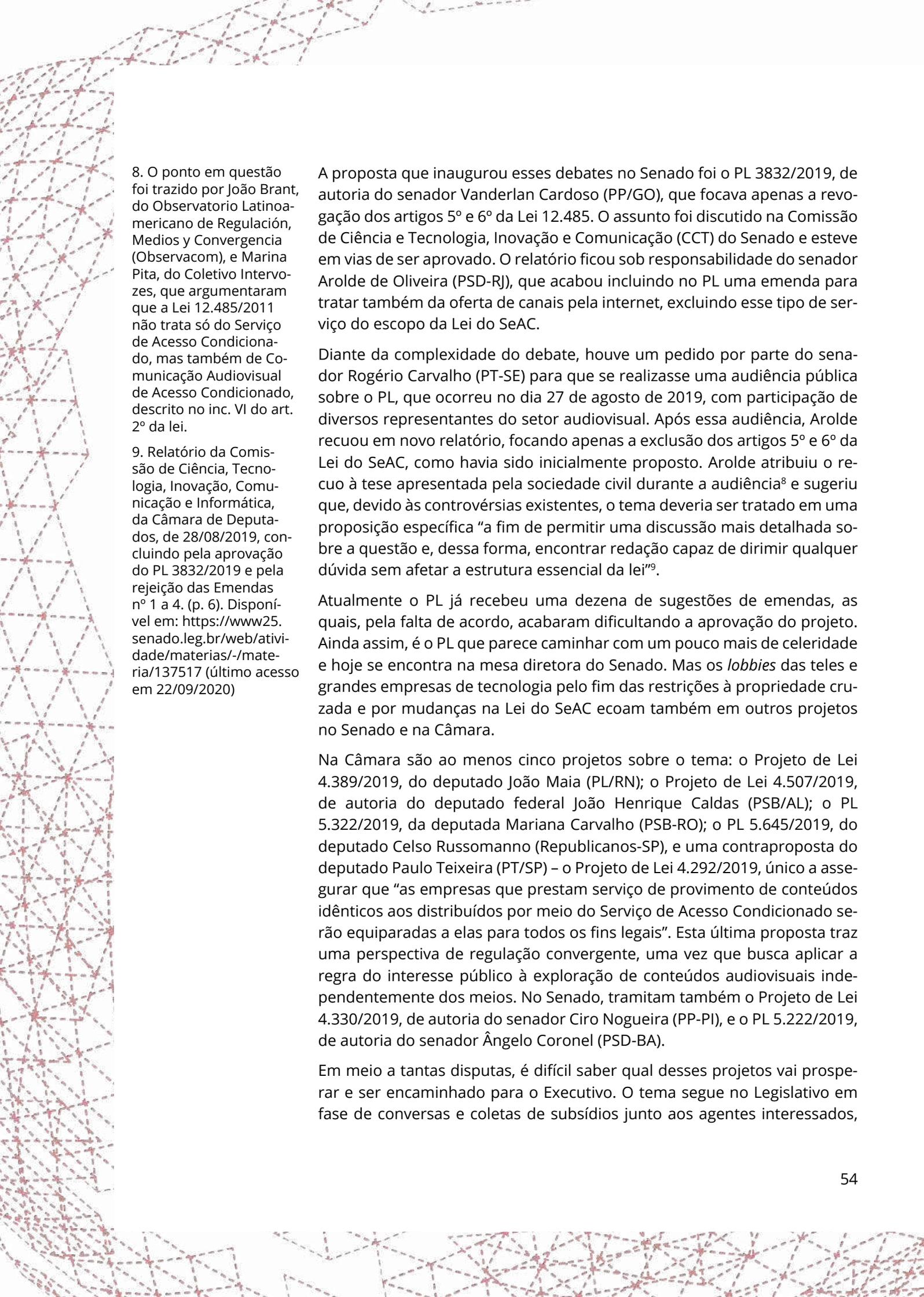
entre executivos da AT&T e ministros do governo federal<sup>7</sup>. O vice-presidente executivo da AT&T-Time Warner, James Meza, também esteve no Brasil e afirmou que não encontrou as restrições regulatórias que existem aqui em nenhum outro lugar do mundo onde o grupo atua, e que em decorrência das incertezas legais congelaria os investimentos no país (SÁ, 2019), discurso que é corroborado por executivos de outras grandes companhias do setor, como Amazon, Disney, HBO, Globo e Viacom.

Como a Anatel não poderia aprovar a fusão das empresas sem uma mudança na legislação, para evitar a saída do capital estrangeiro do país houve mobilizações no Congresso Nacional e propostas de alteração na Lei do SeAC passaram a ocupar um espaço significativo na agenda do Legislativo brasileiro. Além disso, o Planalto cogitou encaminhar a matéria por medida provisória ou por projeto de lei, considerando uma reforma mais ampla do modelo de telecomunicações.

Em decorrência do impacto que uma mudança na Lei do SeAC teria sobre o mercado de TV por assinatura e o campo de produção independente, além das consequências de adaptar para os meios digitais as normas públicas de comunicação social da Lei do SeAC, esses projetos de lei tornaram-se objeto de intensa disputa e mobilização, com direito a reuniões de articulação de deputados e senadores e à atuação de grandes agentes do mercado audiovisual. Considerando a força que as emissoras e operadoras de TV possuem no Legislativo, a discussão pode trazer consequências negativas para a produção independente, que já padece da estrutura historicamente desigual de poder na área da comunicação social no Brasil (LIMA, 2011).

Os limites à propriedade cruzada são adotados como forma de evitar a concentração e verticalização na área das comunicações, impedindo que um mesmo grupo controle diferentes serviços. Essas restrições são do interesse da sociedade civil, pois possibilitam a pluralidade de vozes, e têm fundamento nas proibições constitucionais a oligopólios e monopólios e no princípio da complementaridade dos sistemas públicos e privados da comunicação social (arts. 220, §5o, e 223, CF 88).

A radiodifusão no Brasil é marcada pela falta de limites à propriedade cruzada. As únicas regras são justamente o que está previsto nos artigos 5º e 6º da Lei do SeAC, das quais se eximiram os radiodifusores pela aplicação não convergente da lei, embora eles agora também apoiem o fim das restrições. A própria Globo, que historicamente se beneficiou com as restrições setorializadas previstas na Lei, agora é a favor da derrubada dos artigos 5º e 6º, já que existe uma tendência de migração do conteúdo audiovisual das TVs para as plataformas digitais. Com a flexibilização, os radiodifusores procuram criar condições para rever o conceito de produção independente, habilitando seus próprios núcleos de produção de conteúdo para cumprir cotas ou acessar recursos públicos de financiamento, como o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA).



8. O ponto em questão foi trazido por João Brant, do Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia (Observacom), e Marina Pita, do Coletivo Intervenções, que argumentaram que a Lei 12.485/2011 não trata só do Serviço de Acesso Condicionado, mas também de Comunicação Audiovisual de Acesso Condicionado, descrito no inc. VI do art. 2º da lei.

9. Relatório da Comissão de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática, da Câmara de Deputados, de 28/08/2019, concluindo pela aprovação do PL 3832/2019 e pela rejeição das Emendas nº 1 a 4. (p. 6). Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/137517> (último acesso em 22/09/2020)

A proposta que inaugurou esses debates no Senado foi o PL 3832/2019, de autoria do senador Vanderlan Cardoso (PP/GO), que focava apenas a revogação dos artigos 5º e 6º da Lei 12.485. O assunto foi discutido na Comissão de Ciência e Tecnologia, Inovação e Comunicação (CCT) do Senado e esteve em vias de ser aprovado. O relatório ficou sob responsabilidade do senador Arolde de Oliveira (PSD-RJ), que acabou incluindo no PL uma emenda para tratar também da oferta de canais pela internet, excluindo esse tipo de serviço do escopo da Lei do SeAC.

Diante da complexidade do debate, houve um pedido por parte do senador Rogério Carvalho (PT-SE) para que se realizasse uma audiência pública sobre o PL, que ocorreu no dia 27 de agosto de 2019, com participação de diversos representantes do setor audiovisual. Após essa audiência, Arolde recuou em novo relatório, focando apenas a exclusão dos artigos 5º e 6º da Lei do SeAC, como havia sido inicialmente proposto. Arolde atribuiu o recuo à tese apresentada pela sociedade civil durante a audiência<sup>8</sup> e sugeriu que, devido às controvérsias existentes, o tema deveria ser tratado em uma proposição específica “a fim de permitir uma discussão mais detalhada sobre a questão e, dessa forma, encontrar redação capaz de dirimir qualquer dúvida sem afetar a estrutura essencial da lei”<sup>9</sup>.

Atualmente o PL já recebeu uma dezena de sugestões de emendas, as quais, pela falta de acordo, acabaram dificultando a aprovação do projeto. Ainda assim, é o PL que parece caminhar com um pouco mais de celeridade e hoje se encontra na mesa diretora do Senado. Mas os *lobbies* das teles e grandes empresas de tecnologia pelo fim das restrições à propriedade cruzada e por mudanças na Lei do SeAC ecoam também em outros projetos no Senado e na Câmara.

Na Câmara são ao menos cinco projetos sobre o tema: o Projeto de Lei 4.389/2019, do deputado João Maia (PL/RN); o Projeto de Lei 4.507/2019, de autoria do deputado federal João Henrique Caldas (PSB/AL); o PL 5.322/2019, da deputada Mariana Carvalho (PSB-RO); o PL 5.645/2019, do deputado Celso Russomanno (Republicanos-SP), e uma contraproposta do deputado Paulo Teixeira (PT/SP) – o Projeto de Lei 4.292/2019, único a assegurar que “as empresas que prestam serviço de provimento de conteúdos idênticos aos distribuídos por meio do Serviço de Acesso Condicionado serão equiparadas a elas para todos os fins legais”. Esta última proposta traz uma perspectiva de regulação convergente, uma vez que busca aplicar a regra do interesse público à exploração de conteúdos audiovisuais independentemente dos meios. No Senado, tramitam também o Projeto de Lei 4.330/2019, de autoria do senador Ciro Nogueira (PP-PI), e o PL 5.222/2019, de autoria do senador Ângelo Coronel (PSD-BA).

Em meio a tantas disputas, é difícil saber qual desses projetos vai prosperar e ser encaminhado para o Executivo. O tema segue no Legislativo em fase de conversas e coletas de subsídios junto aos agentes interessados,

10. A Instrução Normativa 105/2012 estabeleceu a Condecine para as obras disponibilizadas pelo serviço de VoD no segmento "outros mercados" (Art. 21, §2º, inciso I). Consultar também as INs 91/2010, 96/2011 e 104/2012 da Ancine.

11. Declaração presente em matéria de 05 de dezembro de 2018 por Samuel Possebon (2018) no canal *Teletime*.

12. Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), Associação Brasileira de Rádio e Televisão (Abratel); Associação Brasileira de Televisão por Assinatura (ABTA), Associação de Televisão de Programadores da América Latina (TAP), Motion Picture Association (MPA) e Sindicato Nacional Das Empresas De Telefonia E De Serviço Móvel Celular E Pessoal (Sinditelebrasil).

13. O valor da Condecine Título, para filmes estrangeiros no segmento de "outros mercados", corresponde a R\$ 7.291,25. No caso das séries (novelas incluídas), o valor é R\$ 1.822,81 por episódio ou capítulo. Filmes e séries brasileiros são tributados em 20% desses valores. Para tabela completa consultar "Portaria Interministerial nº 835 de 13 de outubro de 2015", com valores atualizados da Condecine, disponível em: <https://www.ancine.gov.br/pt-br/conteudo/valores-de-condecine>. Último acesso em 22 de setembro de 2020

e o grau de incerteza é bastante alto. Além disso, a decisão política passa pelo Executivo e não parece haver disposição no governo Bolsonaro em contrariar interesses comerciais e estratégicos de grandes companhias estadunidenses, mesmo que isso traga consequências perversas para uma produção nacional que, até a popularização de novas formas de uso de audiovisual na *web*, vinha consolidando na área da comunicação social mecanismos para afirmar sua autonomia e sustentabilidade.

### **A Condecine e a taxa para serviços de vídeo sob demanda na *web***

A Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (Condecine) é uma contribuição de intervenção no domínio econômico instituída pelo artigo 32 da Medida Provisória 2.228-1/2001, cobrada aos agentes de mercado do audiovisual e destinada a promover o fomento da própria indústria do audiovisual. Ela compõe o orçamento da Ancine e do Fundo Setorial do Audiovisual – fundo financeiro destinado ao financiamento da produção e distribuição de obras audiovisuais nacionais. A finalidade desse tipo de contribuição não é apenas arrecadar para as receitas da União, mas também intervir na economia para incentivar atividades ou desestimular práticas e dinâmicas prejudiciais.

A referida medida provisória estabeleceu que a Ancine seria o agente responsável por administrar a arrecadação da Condecine sobre a prestação de serviços que utilizam meios que possam, efetiva ou potencialmente, distribuir conteúdos audiovisuais. Dessa forma, plataformas digitais de serviços de audiovisual estariam obrigadas, de modo análogo a empresas de radiodifusão e telecomunicação, a contribuir para o fomento à produção audiovisual nacional, regional e independente.

Porém, no momento, apesar de regras publicadas desde 2012<sup>10</sup>, nenhuma arrecadação está sendo recolhida dos provedores de serviços digitais. Alex Braga, diretor da Ancine, chegou a afirmar em dezembro de 2018 que seria "imperativo a todos os Diretores da Agência cumprir e fazer cumprir as disposições [...] principalmente no contexto em que se tem notícias oficiosas acerca do questionamento da legalidade do tributo por parte de possíveis contribuintes [...]" (POSSEBON, 2018)<sup>11</sup>.

Ocorre que programadores e provedores, representados em diferentes associações<sup>12</sup>, questionam o tributo sob o argumento de que a arrecadação, da forma como está disposta nas instruções normativas, seria inviável, pois incide sob cada título individual (Condecine-Título), gerando custos milionários apenas para manter um acervo ativo. Além da inadequação econômica – manter um único título no acervo poderia custar mais de R\$ 7 mil reais de acordo com as regras atuais (Tabela de Valores Condecine - Ancine - Governo Federal)<sup>13</sup> - formalmente a legalidade dessa forma de tributação

14. Ver os artigos jurídicos “Ancine extrapola poder regulamentar ao tributar publicidade na internet” (MARANHÃO JUNIOR, 2017) e “Considerações sobre os entraves surgidos entre teles x provedores do segmento de vídeo sob demanda (VoD) frente à contribuição Condecine” (SCHMITT, 2019).

15. Ainda em 2015, o CSC publicou o documento “Desafios para a regulamentação do vídeo sob demanda: consolidação da visão do Conselho Superior do Cinema sobre a construção de um marco regulatório do serviço de vídeo sob demanda” e, tomando por base as recomendações do CSC, a diretoria da Ancine abriu em 2016 uma consulta pública que recebeu 58 comentários e sugestões de 27 agentes privados sobre o tema. Em 30 de agosto de 2017, o CSC formou um grupo de trabalho para discutir uma proposta de medida provisória ou projeto de lei para regulamentação da incidência de Condecine sobre os serviços de vídeo sob demanda (VoD) e outros assuntos, mas as discussões do GT foram concluídas em 21 de novembro de 2017 sem que se chegasse a uma proposta de consenso. Para mais informações, consultar o relatório da consulta pública (ANCINE, 2017) e atas de reuniões ordinárias e extraordinárias do CSC entre os anos 2015 e 2017 (ANCINE, 2020).

16. Ver “Análise de impacto regulatório para o mercado de vídeo-sob-demanda” (VoD), publicada pela Ancine (2019).

também é questionável, uma vez que o tributo foi instituído por meio de uma instrução normativa e não por lei, conforme demanda o princípio da legalidade tributária previsto no artigo 150, I da CF<sup>14</sup>.

Com o argumento de que uma tributação desse tipo poderia constituir uma barreira para pequenos produtores e provedores, restringindo a quantidade e a diversidade de títulos nos grandes catálogos e afetando sobretudo os filmes de viés menos comercial (inclusive a produção nacional independente), houve um esforço de diversos agentes para construir um novo modelo tributário. Com a inclusão do VoD na agenda regulatória da Ancine no biênio 2016-2018, o tema foi extensamente<sup>15</sup> debatido pelo Conselho Superior de Cinema (CSC) e propostas divergentes de tributação foram levantadas. Empresas e entidades foram ouvidas e chegou a ser discutido um modelo híbrido, pelo qual se poderia optar por recolher a Condecine sobre o número de obras do catálogo ou na forma de uma taxa única por assinante/transação.

Ao fim, o modelo híbrido foi descartado e a opção de uma Condecine pelo faturamento da empresa foi mais consensual, tendo apoio dos representantes dos produtores e exibidores membros do CSC. Segundo análise de impacto regulatório divulgada pela própria Ancine, a cobrança por faturamento seria a opção majoritária entre as jurisdições estrangeiras que taxam o vídeo sob demanda<sup>16</sup>. No limite, a Ancine sugere na análise de impacto regulatório a possibilidade de um extenso trabalho de remodelagem tributária para acabar com a Condecine-Título e criar um novo tributo, incidente sobre as receitas de todos os agentes do mercado audiovisual, que numa perspectiva de regulação convergente trataria com equidade todos os segmentos concorrentes e envolveria maior simplificação de procedimentos e menor custo burocrático.

Mas são muitos os pontos de atrito que surgem no âmbito dessas discussões. As plataformas que funcionam num modelo de assinatura (SVoD) querem incluir na tributação as plataformas que oferecem conteúdo gratuitamente ao consumidor, mas são rentabilizadas pelas inserções publicitárias (AVoD). A Netflix, única das grandes plataformas multinacionais que teve representação no Conselho, defendeu esse modelo de cobrança, o que afetaria plataformas como Youtube (da Google) e Facebook. As empresas de telecomunicação, por sua vez, opuseram-se à cobrança por receita, preferindo o modelo sob catálogo ou o modelo híbrido. Outra demanda apresentada por emissoras de radiodifusão nacionais foi de um desconto na Condecine para as plataformas brasileiras.

Essas novas “convergências divergentes” (SANTOS, 2004) entre os membros do CSC acabaram impedindo um acordo interno, porém as discussões amadureceram o suficiente para que surgissem dois projetos de lei mais convergentes para a comunicação audiovisual sob demanda: o Projeto de Lei (PL) nº 8.889 de 2017, de autoria do deputado Paulo Teixeira (PT/SP),

17. Ver o relatório de “Consulta pública sobre a notícia regulatória sobre a comunicação audiovisual sob demanda e Recomendações da Ancine para uma regulação da comunicação audiovisual sob demanda” (ANCI-NE, 2017).

18. Vale notar que o mecanismo de renúncia fiscal, na forma como está proposto nos dois PLs, difere um pouco do que ocorre nos segmentos de cinema (via artigo 3º, A da Lei do Audiovisual) e TV por assinatura (via artigo 39 da MP 2281), nos quais a coprodução via renúncia fiscal incide sobre a remessa de lucros para o exterior e não sobre a arrecadação da Condecine.

19. Estipulando que o mínimo de 30% dos recursos seja empregado em produções das regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste (art. 27, §3o, I, Lei 12.485/11).

20. Notadamente as pautas da Associação dxs Profissionais do Audiovisual Negro (APAN) e de grupos organizados de mulheres no audiovisual.

21. Ver matéria de 30/07/2019 escrita por Samuel Possebon (2019b) a esse respeito.

que tramita na Câmara, e o Projeto de Lei nº 57 de 2018, de autoria do senador Humberto Costa (PT/PE), encaminhado no Senado. Ambos os projetos tratam das formas de arrecadação da Condecine no VoD e da reserva de mercado do conteúdo brasileiro nas plataformas, e estão bastante alinhados com as diretrizes consolidadas no âmbito das discussões do CSC<sup>17</sup> e na consulta pública que a Ancine fez sobre o tema.

Os dois textos propõem uma alteração na MP 2.281/01 para prever a arrecadação da Condecine sobre a receita bruta anual dos provedores de VoD, e impõem uma alíquota progressiva que vai de 0 (isenção) a 4% do faturamento. Além dessas faixas, ambos os projetos de lei preveem uma modalidade de isenção fiscal, de forma que os valores devidos possam ser utilizados, no limite de 30%, em projetos de produção ou coprodução de obras brasileiras de produção independente<sup>18</sup>.

Os dois projetos também reproduzem os mecanismos de estímulo à regionalização da produção audiovisual brasileira, nos moldes do que já é feito pela Lei do SeAC<sup>19</sup>. Esse tipo de medida é importante para estimular a diversidade da produção, porém não constam nos PLs ferramentas mais específicas para realizar o princípio da promoção da diversidade cultural (art. 3, II da Lei do SeAC), como estímulo a produções feitas por e sobre mulheres, negros, pessoas com deficiência e outros grupos com menor visibilidade, pautas levantadas por uma série de movimentos sociais ligados ao audiovisual no Brasil<sup>20</sup>.

Enquanto os projetos caminham na Câmara e no Senado recebendo emendas e contribuições dos agentes interessados, é preciso ter em mente que as propostas procuram estabelecer como será feita a arrecadação e a destinação dos recursos no futuro, mas não resolvem o problema do passivo tributário, que permanece em litígio. Segundo análise de Possebon (2019b), mesmo que prevaleça o entendimento de que as instruções normativas devem ser suspensas, “existe um receio entre técnicos da Ancine de que a não cobrança da Condecine-VoD possa vir a causar responsabilizações no futuro”<sup>21</sup>. Em decisão de julho de 2019, a diretoria da Ancine negou pedido de medida cautelar impetrado pelas empresas de telecomunicação, radiodifusão e TV por assinatura que questionava a cobrança da Condecine nos moldes atuais estabelecidos pelas Instruções Normativas, e manteve a interpretação de que existe um passivo tributário, o que deixaria as empresas vulneráveis a ações de órgãos de controle.

Por fim, com a substituição da Condecine-Título por uma modalidade da Condecine sobre faturamento sem a devida compatibilização com a convergência midiática, corre-se o risco de sobreposição com a Condecine-Teles, que atinge atividades utilizadas para o provimento de serviços audiovisuais genéricos, independentemente do segmento a que se referem, e é cobrada das empresas de telecomunicação. Vale lembrar que as empresas de telecomunicações, historicamente, têm protestado contra o pagamento

22. Em janeiro de 2016, o Sindicato Nacional das Empresas de Telefonia e de Serviço Móvel impetrou mandado de segurança coletivo (processo 1000562-50.2016.4.01.3400) questionando a constitucionalidade da Condecine, no qual pretendia suspender a exigibilidade do tributo. Consultar Suspensão de Segurança 5.116 (STF/Distrito Federal), que foi mais um capítulo de uma extensa batalha entre o setor de telecomunicações e a Lei do SeAC.

23. O Decreto 21.240, de 1932, estabeleceu a obrigatoriedade de um filme educativo em cada programa cinematográfico. Para mais informações sobre a implementação da regra de cotas para produções nacionais, regionais e independentes, consultar estudo “Cinema e política cinematográfica” de Anita Simis (2010).

24. Antes de 2012, ano em que foi promulgada a Lei 12.485, exibia-se na TV por assinatura 1% de produtos audiovisuais brasileiros. A lei obrigou que 2% da programação fosse nacional e, a partir desse impulso, a exibição chegou espontaneamente a 8% em 2017, superando a margem prevista na Lei.

da Condecine-Teles, alegando que o tributo seria inconstitucional<sup>22</sup>. Essas empresas alegam que não se beneficiam diretamente da contribuição, que é usada para o desenvolvimento da indústria audiovisual brasileira.

Ao levar em conta uma interpretação convergente sobre as novas modalidades de exploração do audiovisual, é possível considerar a distinção do Marco Civil da Internet entre provedores de acesso e provedores de aplicação, o que justifica a cobrança de uma Condecine tanto sobre aplicações/provedores VoD quanto para a rede de infraestrutura que, efetiva ou potencialmente, permite a prestação de serviços audiovisuais, destacadamente a rede de acesso à internet. Essa justificativa também pode ser depreendida a partir da definição do Marco Civil da Internet sobre a rede como bem de “uso público e irrestrito” (art. 5o, I, Lei 12.965/14), bem este que, ao ser utilizado para disponibilizar conteúdos audiovisuais, obriga de modo análogo empresas de telecomunicação e de infraestrutura a contribuir para o fomento à produção audiovisual nacional, regional e independente. Sem essa possibilidade de inter-relacionar as diversas normas de comunicação para fazer valer os princípios das políticas do audiovisual, essa situação de desequilíbrio fiscal tende a se prolongar, passando tanto as plataformas quanto as teles a questionar o sentido da cobrança de uma contribuição de intervenção sobre o domínio econômico de suas atividades.

### **Cotas de programação e conteúdo nacional em plataformas de VoD**

A aplicação de cotas para o conteúdo nacional é outro ponto de disputa no debate regulatório para serviços de vídeo sob demanda. Historicamente, as “cotas”, ou reserva de mercado para a produção nacional, foram adotadas no cinema desde 1934<sup>23</sup> e vigoram até os dias atuais. Embora sempre tenham enfrentado resistência por parte dos exibidores, as cotas acabaram se firmando também na TV por assinatura – adotadas pela Lei do SeAC – como forma de garantir espaço para a produção nacional e independente no mercado exibidor (arts. 16 a 24 da Lei 12.485/11). Já a TV aberta brasileira, graças à pressão que exerce sobre o poder Legislativo, conseguiu se manter isenta de qualquer fiscalização sobre o dever de estímulo à produção independente, apesar da regra do artigo 221, II da Constituição, produzindo quase tudo que exibem.

A experiência prática demonstrou a importância das cotas de programação para o desenvolvimento da produção nacional, que passou a ser mais valorizada pelos canais de TV paga, para além do percentual obrigatório<sup>24</sup>. Como a medida se comprovou um sucesso, alavancando diversas produções nacionais e independentes, tornou-se uma questão de isonomia e interesse público incluir um dispositivo similar nas propostas de regulação das plataformas de VoD, consagrando de modo convergente, como na Lei do SeAC, a regra do art. 221, II da CF.

25. Ver decisão do STJ no Recurso Especial n. 1559264/ RJ, mencionada abaixo.

26. Consultar a versão em português da diretiva europeia para regulação de serviços de comunicação social audiovisual (PARLAMENTO EUROPEU; CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA, 2019).

27. A título de comparação, o patamar mínimo de 20% é inferior à proposta do Parlamento Europeu para os serviços de streaming, que determinou que 30% do catálogo fosse de produções locais.

28. Esse serviço é conhecido como catch-up TV. É a possibilidade de assistir como “reprise” nos serviços sob demanda aos programas anteriormente exibidos na programação linear da televisão.

No entanto, o VoD possui especificidades e uma multiplicidade de modelos de negócio que acabaram deixando o debate sobre as cotas um pouco mais complexo do que o que ocorreu nos segmentos de cinema ou televisão. A questão é: por que delimitar uma reserva de mercado em ambientes que não possuem restrição de grade horária e que oferecem espaços praticamente infinitos de armazenamento e oferta?

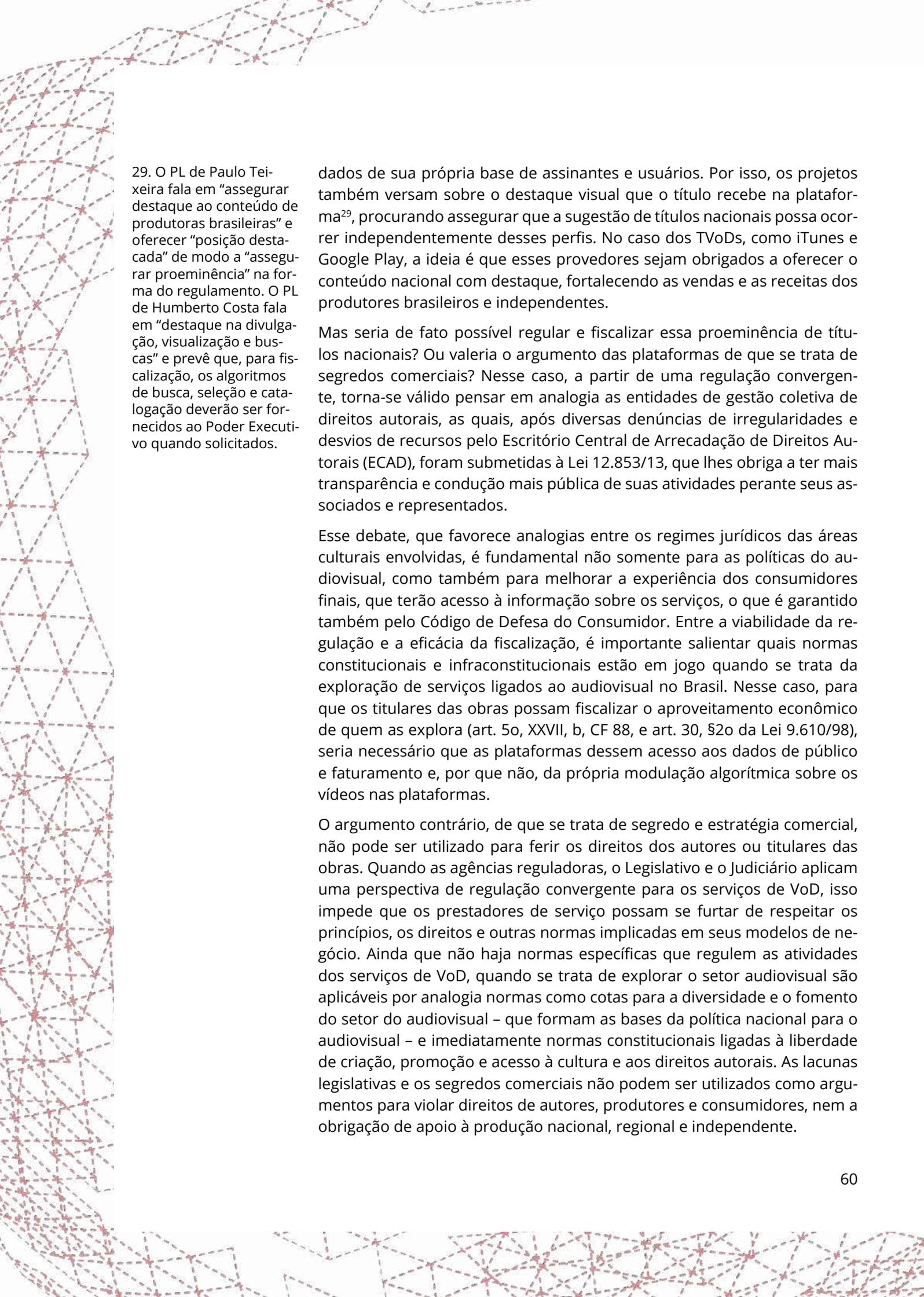
Diante dessa questão, uma perspectiva convergente de regulação deve levar em conta que tipo de uso das obras é feito nesses casos, adaptando-se à tendência na área da música de reconhecer a faculdade de “disponibilização de obra para acesso público via demanda” (ASCENSÃO, 2002) como forma de “comunicação ao público” (art. 5o, V, e art. 68, Lei 9.610/98). Uma vez que a internet passa a ser considerada para os tribunais como uma “praça pública” digital<sup>25</sup>, o problema seguinte é decidir se a reserva deve incidir em percentuais sobre tempo e acessibilidade às obras, ou no número de obras disponibilizadas.

Os projetos de lei citados acima estabeleceram a cota por meio de um percentual de horas no catálogo total, seguindo inclusive a diretriz europeia para a regulação do VoD<sup>26</sup>. Ambos os textos fixam que, no caso de empresas com grandes receitas, esse percentual não pode ser inferior a 20% do total de horas do catálogo ofertado<sup>27</sup>, e que no mínimo 50% dessa cota deve ser reservada para a produção independente. Os projetos, entretanto, não especificam o prazo máximo que uma produção pode ter para cumprir as cotas (que é de sete anos na Lei do SeAC) e também não tratam de restrições para que canais de programação linear possam disponibilizar seu conteúdo também nas plataformas de VoD<sup>28</sup>.

Além disso, a reserva de mercado nos serviços de TVoD (o modelo transacional, que oferece aluguel ou venda de títulos individuais num modelo de partilha de receitas com o produtor) é bem menos relevante do que para os serviços SVoD (que funcionam num modelo de assinatura e costumam remunerar licenças a preços fixos para o produtor). No ambiente do TVoD surge a importância da proeminência dos conteúdos, ou seja, de formas de garantir que a produção tenha visibilidade nas plataformas e seja de fato oferecida ao usuário.

O raciocínio é que não basta ter o conteúdo no catálogo para fins de cumprimento de cotas se ele pode acabar escondido do público por ausência de divulgação. Considerando que os gestores das plataformas exercem controle sobre seus usuários por meio da “modulação algorítmica” de opções e caminhos de interação com os conteúdos (SILVEIRA, 2019), o que essas regras procuram evitar é que os provedores incorporem qualquer obra nos catálogos apenas para cumprimento das exigências legais, não ficando obrigados a dar a devida visibilidade aos títulos dentro das plataformas.

Plataformas como Youtube e Netflix oferecem os títulos a partir de sistemas de algoritmos programados para atender a perfis construídos com



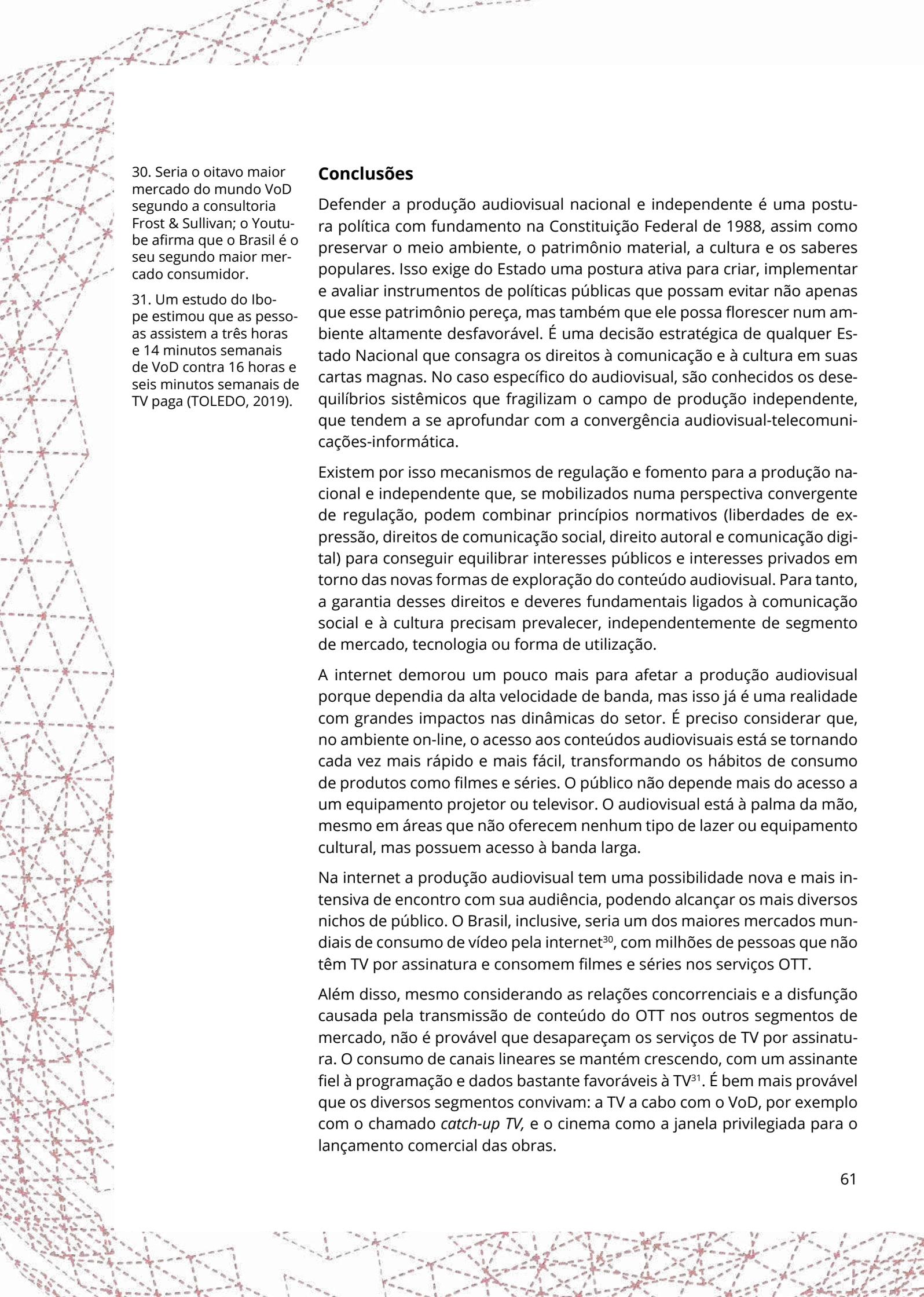
29. O PL de Paulo Teixeira fala em “assegurar destaque ao conteúdo de produtoras brasileiras” e oferecer “posição destacada” de modo a “assegurar proeminência” na forma do regulamento. O PL de Humberto Costa fala em “destaque na divulgação, visualização e buscas” e prevê que, para fiscalização, os algoritmos de busca, seleção e catalogação deverão ser fornecidos ao Poder Executivo quando solicitados.

dados de sua própria base de assinantes e usuários. Por isso, os projetos também versam sobre o destaque visual que o título recebe na plataforma<sup>29</sup>, procurando assegurar que a sugestão de títulos nacionais possa ocorrer independentemente desses perfis. No caso dos TVoDs, como iTunes e Google Play, a ideia é que esses provedores sejam obrigados a oferecer o conteúdo nacional com destaque, fortalecendo as vendas e as receitas dos produtores brasileiros e independentes.

Mas seria de fato possível regular e fiscalizar essa proeminência de títulos nacionais? Ou valeria o argumento das plataformas de que se trata de segredos comerciais? Nesse caso, a partir de uma regulação convergente, torna-se válido pensar em analogia as entidades de gestão coletiva de direitos autorais, as quais, após diversas denúncias de irregularidades e desvios de recursos pelo Escritório Central de Arrecadação de Direitos Autorais (ECAD), foram submetidas à Lei 12.853/13, que lhes obriga a ter mais transparência e condução mais pública de suas atividades perante seus associados e representados.

Esse debate, que favorece analogias entre os regimes jurídicos das áreas culturais envolvidas, é fundamental não somente para as políticas do audiovisual, como também para melhorar a experiência dos consumidores finais, que terão acesso à informação sobre os serviços, o que é garantido também pelo Código de Defesa do Consumidor. Entre a viabilidade da regulação e a eficácia da fiscalização, é importante salientar quais normas constitucionais e infraconstitucionais estão em jogo quando se trata da exploração de serviços ligados ao audiovisual no Brasil. Nesse caso, para que os titulares das obras possam fiscalizar o aproveitamento econômico de quem as explora (art. 5o, XXVII, b, CF 88, e art. 30, §2o da Lei 9.610/98), seria necessário que as plataformas dessem acesso aos dados de público e faturamento e, por que não, da própria modulação algorítmica sobre os vídeos nas plataformas.

O argumento contrário, de que se trata de segredo e estratégia comercial, não pode ser utilizado para ferir os direitos dos autores ou titulares das obras. Quando as agências reguladoras, o Legislativo e o Judiciário aplicam uma perspectiva de regulação convergente para os serviços de VoD, isso impede que os prestadores de serviço possam se furtar de respeitar os princípios, os direitos e outras normas implicadas em seus modelos de negócio. Ainda que não haja normas específicas que regulem as atividades dos serviços de VoD, quando se trata de explorar o setor audiovisual são aplicáveis por analogia normas como cotas para a diversidade e o fomento do setor do audiovisual – que formam as bases da política nacional para o audiovisual – e imediatamente normas constitucionais ligadas à liberdade de criação, promoção e acesso à cultura e aos direitos autorais. As lacunas legislativas e os segredos comerciais não podem ser utilizados como argumentos para violar direitos de autores, produtores e consumidores, nem a obrigação de apoio à produção nacional, regional e independente.



30. Seria o oitavo maior mercado do mundo VoD segundo a consultoria Frost & Sullivan; o Youtube afirma que o Brasil é o seu segundo maior mercado consumidor.

31. Um estudo do Ibope estimou que as pessoas assistem a três horas e 14 minutos semanais de VoD contra 16 horas e seis minutos semanais de TV paga (TOLEDO, 2019).

## Conclusões

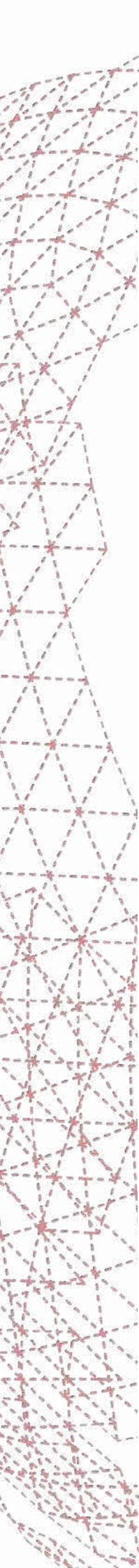
Defender a produção audiovisual nacional e independente é uma postura política com fundamento na Constituição Federal de 1988, assim como preservar o meio ambiente, o patrimônio material, a cultura e os saberes populares. Isso exige do Estado uma postura ativa para criar, implementar e avaliar instrumentos de políticas públicas que possam evitar não apenas que esse patrimônio pereça, mas também que ele possa florescer num ambiente altamente desfavorável. É uma decisão estratégica de qualquer Estado Nacional que consagra os direitos à comunicação e à cultura em suas cartas magnas. No caso específico do audiovisual, são conhecidos os desequilíbrios sistêmicos que fragilizam o campo de produção independente, que tendem a se aprofundar com a convergência audiovisual-telecomunicações-informática.

Existem por isso mecanismos de regulação e fomento para a produção nacional e independente que, se mobilizados numa perspectiva convergente de regulação, podem combinar princípios normativos (liberdades de expressão, direitos de comunicação social, direito autoral e comunicação digital) para conseguir equilibrar interesses públicos e interesses privados em torno das novas formas de exploração do conteúdo audiovisual. Para tanto, a garantia desses direitos e deveres fundamentais ligados à comunicação social e à cultura precisam prevalecer, independentemente de segmento de mercado, tecnologia ou forma de utilização.

A internet demorou um pouco mais para afetar a produção audiovisual porque dependia da alta velocidade de banda, mas isso já é uma realidade com grandes impactos nas dinâmicas do setor. É preciso considerar que, no ambiente on-line, o acesso aos conteúdos audiovisuais está se tornando cada vez mais rápido e mais fácil, transformando os hábitos de consumo de produtos como filmes e séries. O público não depende mais do acesso a um equipamento projetor ou televisor. O audiovisual está à palma da mão, mesmo em áreas que não oferecem nenhum tipo de lazer ou equipamento cultural, mas possuem acesso à banda larga.

Na internet a produção audiovisual tem uma possibilidade nova e mais intensiva de encontro com sua audiência, podendo alcançar os mais diversos nichos de público. O Brasil, inclusive, seria um dos maiores mercados mundiais de consumo de vídeo pela internet<sup>30</sup>, com milhões de pessoas que não têm TV por assinatura e consomem filmes e séries nos serviços OTT.

Além disso, mesmo considerando as relações concorrenciais e a disfunção causada pela transmissão de conteúdo do OTT nos outros segmentos de mercado, não é provável que desapareçam os serviços de TV por assinatura. O consumo de canais lineares se mantém crescendo, com um assinante fiel à programação e dados bastante favoráveis à TV<sup>31</sup>. É bem mais provável que os diversos segmentos convivam: a TV a cabo com o VoD, por exemplo com o chamado *catch-up TV*, e o cinema como a janela privilegiada para o lançamento comercial das obras.



Porém, é preciso que toda a cadeia de valor que forma essa indústria do audiovisual esteja abrigada sob estruturas normativas que respeitem os mesmos princípios e direitos constitucionais da área, o que ainda não ocorreu apesar de sucessivas gestões do Executivo e do Legislativo. O VoD está em pauta no Conselho Superior de Cinema ao menos desde 2015. A título de comparação, na Europa esses serviços estão regulados desde a publicação da Diretiva de Serviços de Comunicação Social Audiovisual (*Audiovisual Media Services Directive* – AVMSD), em março de 2010.

Existe uma sensação de que o mundo está mudando rapidamente, de que as tecnologias revolucionam a todo o tempo os modos de produção e consumo; mas será isso verdade? Será que a demora na regulação se justifica pela dificuldade de interpretar os fenômenos e chegar a uma proposta convergente, ou seria mais uma forma de não proteger os interesses da produção independente, o elo mais frágil da cadeia de valor? Afinal, enquanto a regulação não vem, gozam de privilégios os grandes operadores, os dominantes, as *majors* estadunidenses.

Para a produção independente, não há necessidade de grandes mudanças regulatórias. Bastaria que as normas que já existem convergissem para o ambiente digital, mantendo seus direitos fundamentais e princípios políticos ao mobilizar os diversos regimes jurídicos da comunicação e da cultura das telecomunicações e da comunicação social com os da comunicação digital. Esse setor espera que os elementos estruturais que compõem o arcabouço regulatório da TV por assinatura permaneçam válidos e relevantes para o contínuo desenvolvimento do audiovisual nacional e sua diversidade.

O fundamental é que não se exclua a transmissão de canais lineares da Lei do SeAC, pois em breve todos os canais serão distribuídos pelo ambiente digital. Igualmente, deve existir uma regulação jurídico-tributária sobre os serviços VoD. Se eles puderem funcionar fora da legislação, estarão fora do alcance dos órgãos regulatórios brasileiros como a Anatel, a Ancine e o Cade, provocando prejuízo à soberania nacional e inviabilizando até mesmo a fiscalização de crimes e prejuízos à arrecadação tributária.

A Lei do SeAC foi um marco normativo importante, construído a partir de ampla mobilização do setor. Ela integrou princípios constitucionais com as diretrizes do mercado, fazendo com que o valor adicionado pelo audiovisual à economia brasileira crescesse, mesmo em um cenário de crise, especialmente as atividades econômicas relativas à TV por assinatura. A Lei foi criada num momento que a internet móvel e o consumo de vídeos no ambiente on-line já eram uma realidade. A hora agora é de expandir esse marco regulatório a partir de uma perspectiva de regulação convergente para que a indústria audiovisual nacional e a exploração do audiovisual no Brasil sigam adicionando valor à economia e à cultura brasileira.

## Referências

AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES (ANATEL). Acórdão N° 46, de 17 de fevereiro de 2020. **Diário Oficial da União**, 18 fev. 2020. Disponível em: <https://www.in.gov.br/web/dou/-/acordao-n-46-de-17-de-fevereiro-de-2020-243806906>. Acesso em: 02 ago. 2020.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). **Relatório de Consulta Pública sobre a Notícia Regulatória sobre a Comunicação Audiovisual sob Demanda**, 2017. Disponível em: [https://ancine.gov.br/sites/default/files/Vod%20Documento%20Público%20Final%20v3\\_1.pdf](https://ancine.gov.br/sites/default/files/Vod%20Documento%20Público%20Final%20v3_1.pdf). Acesso em: 31 ago. 2020.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). **Atas de Reuniões**, 2020. Disponível em: <https://www.ancine.gov.br/conselho-superior-do-cinema/csc-atas>. Acesso em: 31 ago. 2020.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). Coordenação de Análise Econômica e de Negócios. **Vídeo sob demanda: análise de impacto regulatório**. 2019. Disponível em: [https://ancine.gov.br/sites/default/files/AIR\\_VoD\\_versao\\_final\\_PUBLICA\\_12.08.2019-editado-p%C3%A1ginas-exclu%C3%ADdas-mesclado-p%C3%A1ginas-exclu%C3%ADdas.pdf](https://ancine.gov.br/sites/default/files/AIR_VoD_versao_final_PUBLICA_12.08.2019-editado-p%C3%A1ginas-exclu%C3%ADdas-mesclado-p%C3%A1ginas-exclu%C3%ADdas.pdf). Acesso em: 08 out. 2019.

ASCENSÃO, J. O. **Direito da internet e da sociedade da informação**. Rio de Janeiro: Forense, 2002.

BARRETO, H. M. do R. **O mercado de comunicações brasileiro no contexto da convergência: análise das estratégias da América Móvil e do Grupo Globo**. 2018. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal de Brasília, Brasília, 2018.

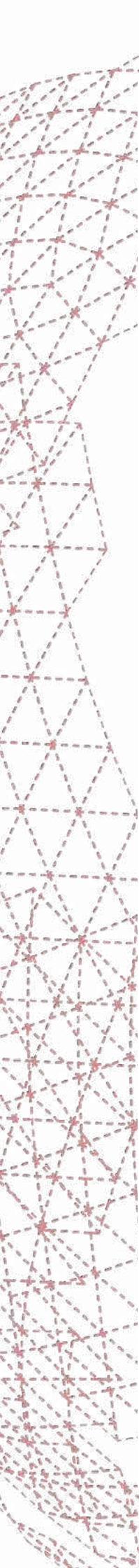
BOLAÑO, C.; VIEIRA, E. S. A Economia política da internet e os sites de redes sociais. **Eptic Online**, v. 16, n. 2, p. 75-88, maio-ago. 2014.

BOLAÑO, C; HERSCOVICI, A.; CASTAÑEDA, M.; VASCONCELOS, D. **Economia política da internet**. 2. ed. Vol. I. Aracaju: Ed. UFS, 2011.

BRASIL. Lei 12.485/2011. Dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado; altera a Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, e as Leis nºs 11.437, de 28 de dezembro de 2006, 5.070, de 7 de julho de 1966, 8.977, de 6 de janeiro de 1995, e 9.472, de 16 de julho de 1997; e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, 13 set. 2011.

BRITTO, C. A. **Tema Geral: O Regime Jurídico do ‘Serviço de Acesso Condicionado’ e sua diferenciação do ‘serviço de valor adicionado’**. Parecer, 13 maio 2019. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/171Ahhvze6jMGkwqisMFSGR6DgM5GWO4W/view>. Acesso em: 10 out. 2019.

CENTRO REGIONAL DE ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO (CETIC.BR). **TIC Domicílios**: Publicações. 2020. Disponível em: <https://cetic.br/pt/pesquisa/domicilios/publicacoes/>. Acesso em: 05 ago. 2020.



JENKINS, H. **Convergence culture**: where old and new media collide. New York: New York University, 2006.

LIMA, A. V. de. **Regulação das comunicações**: história, poder e direitos. São Paulo: Paulus, 2011.

LIMA, H. **A Lei da TV Paga**: impactos no mercado audiovisual. 2015. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

MARANHÃO JUNIOR, M. de A. Ancine extrapola poder regulamentar ao tributar publicidade na internet. **Consultor Jurídico**, 24 ago. 2017. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2017-ago-24/magno-junior-tributacao-publicidade-internet-ancine>. Acesso em: 07 nov. 2019.

NETFLIX. **Netflix Second-Quarter 2020 Financial Results**, 2020. Disponível em: <https://www.netflixinvestor.com/ir-overview/profile/default.aspx>. Acesso em: 05 ago. 2020.

PARLAMENTO EUROPEU; CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA. Directiva 2010/13/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, 10 mar. 2010. **Jornal Oficial da União Europeia**, 15 abr. 2010, L. 95/1. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32010L0013&from=EN>. Acesso em: 09 out. 2019.

POSSEBON, S. Abert e Abratel repudiam cautelar que suspendeu venda de conteúdos lineares da Fox na Internet. **Teletime**, 18 jun. 2019a. Disponível em: <https://teletime.com.br/18/06/2019/abert-e-abratel-repudiam-cautelar-contr-oferta-de-conteudos-lineares-da-fox-na-internet/>. Acesso em: 10 out. 2019.

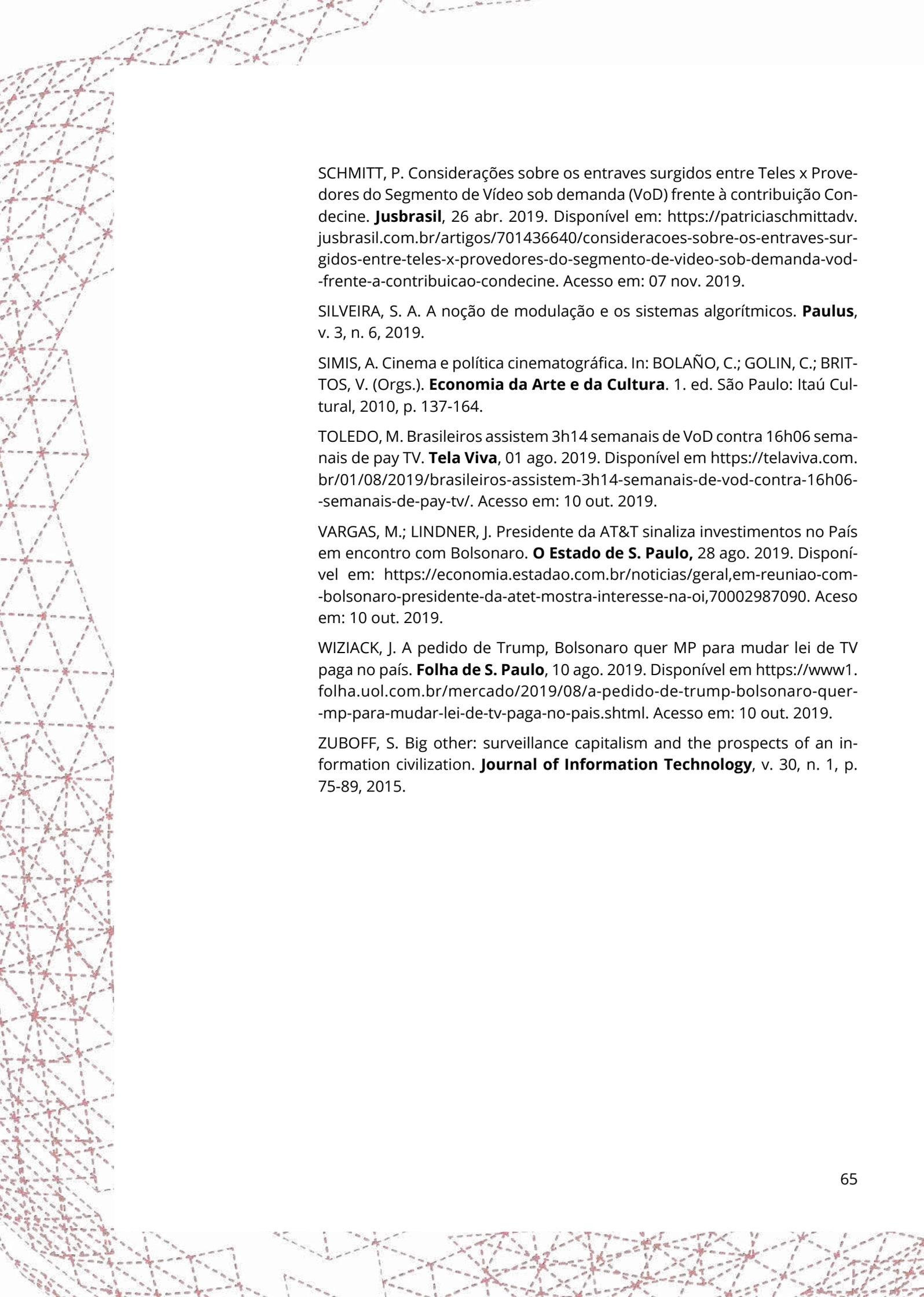
POSSEBON, S. Ancine nega cautelar contra cobrança na Condecine-VoD. **Tela Viva**, 30 jul. 2019b. Disponível em: <https://telaviva.com.br/30/07/2019/ancine-nega-cautelar-contr-cobranca-na-condecine-vod/>. Acesso em: 29 jul. 2020.

POSSEBON, S. Diretor da Ancine afirma que cobrança da Condecine-VoD é dever de colegiado. **Teletime**, 05 dez. 2018. Disponível em: <https://teletime.com.br/05/12/2018/diretor-da-ancine-afirma-que-cobranca-da-condecine-vod-e-dever-de-colegiado/>. Acesso em: 07 nov. 2019.

RAMOS, M. C. Entrevista. **Comunicação e Informação**, v. 8, n. 1, p. 106-110, jan./jun. 2005.

SÁ, N. de. Warner diz que normas ameaçam streaming da HBO no Brasil. **Folha de S. Paulo**, 31 jul. 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2019/07/warner-diz-que-normas-ameacam-hbo-max-no-pais.shtml>. Acesso em: 10 out. 2019.

SANTOS, S. **Uma convergência divergente**: a centralidade da TV aberta no setor audiovisual brasileiro. 2004. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2004.



SCHMITT, P. Considerações sobre os entraves surgidos entre Teles x Provedores do Segmento de Vídeo sob demanda (VoD) frente à contribuição Condecine. **Jusbrasil**, 26 abr. 2019. Disponível em: <https://patriciaschmittadv.jusbrasil.com.br/artigos/701436640/consideracoes-sobre-os-entraves-surgidos-entre-teles-x-provedores-do-segmento-de-video-sob-demanda-vod-frente-a-contribuicao-condecine>. Acesso em: 07 nov. 2019.

SILVEIRA, S. A. A noção de modulação e os sistemas algorítmicos. **Paulus**, v. 3, n. 6, 2019.

SIMIS, A. Cinema e política cinematográfica. In: BOLAÑO, C.; GOLIN, C.; BRITTO, V. (Orgs.). **Economia da Arte e da Cultura**. 1. ed. São Paulo: Itaú Cultural, 2010, p. 137-164.

TOLEDO, M. Brasileiros assistem 3h14 semanais de VoD contra 16h06 semanais de pay TV. **Tela Viva**, 01 ago. 2019. Disponível em <https://telaviva.com.br/01/08/2019/brasileiros-assistem-3h14-semanais-de-vod-contr-16h06-semanais-de-pay-tv/>. Acesso em: 10 out. 2019.

VARGAS, M.; LINDNER, J. Presidente da AT&T sinaliza investimentos no País em encontro com Bolsonaro. **O Estado de S. Paulo**, 28 ago. 2019. Disponível em: <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,em-reuniao-com-bolsonaro-presidente-da-atet-mostra-interesse-na-oi,70002987090>. Acesso em: 10 out. 2019.

WIZIACK, J. A pedido de Trump, Bolsonaro quer MP para mudar lei de TV paga no país. **Folha de S. Paulo**, 10 ago. 2019. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/08/a-pedido-de-trump-bolsonaro-quer-mp-para-mudar-lei-de-tv-paga-no-pais.shtml>. Acesso em: 10 out. 2019.

ZUBOFF, S. Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. **Journal of Information Technology**, v. 30, n. 1, p. 75-89, 2015.

**Apresentação do dossiê temático  
“Mapeamento da Economia Política da Informação, da  
Comunicação e da Cultura: contribuições históricas e  
perspectivas para o futuro”**

**Anderson David Gomes dos Santos**

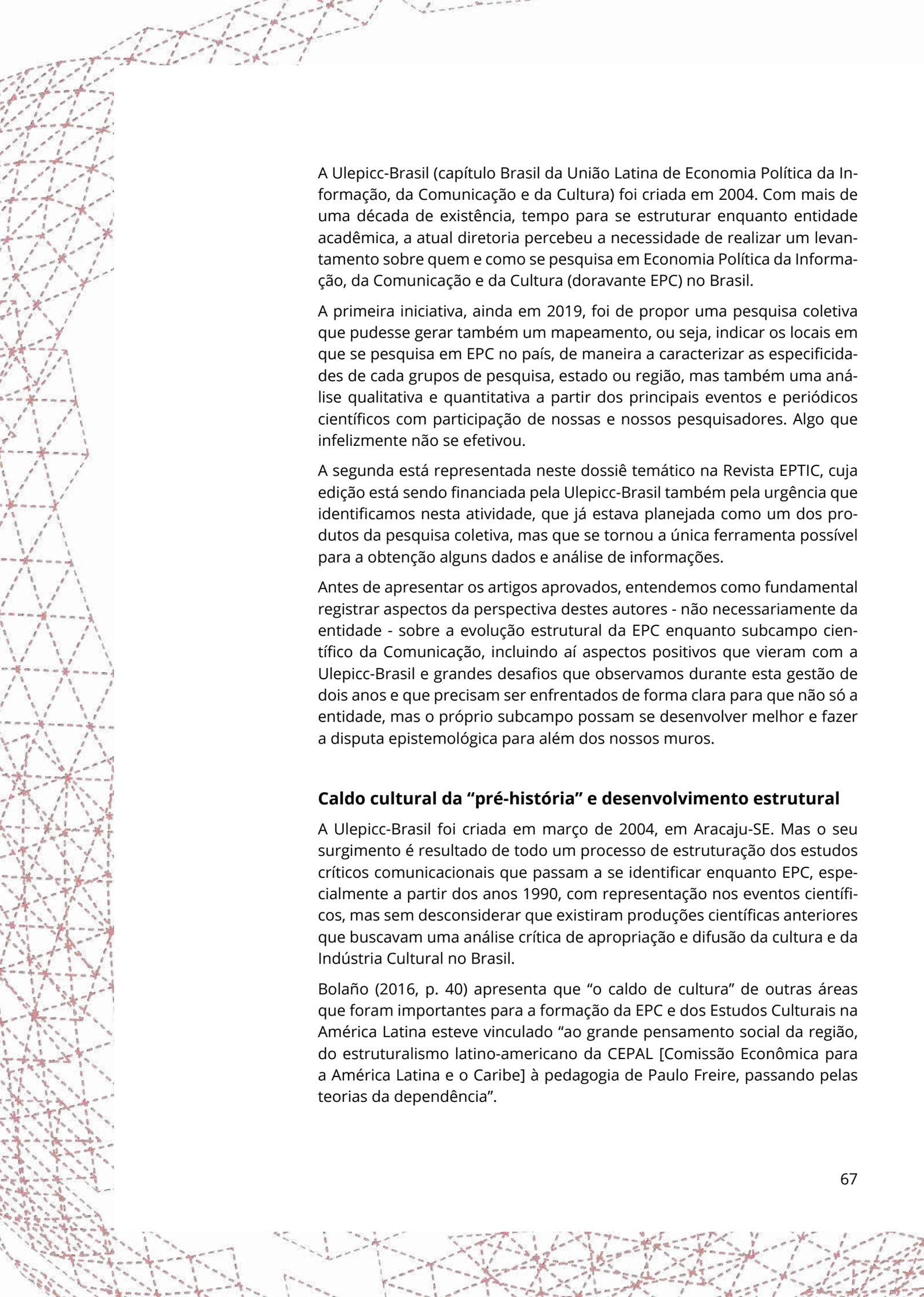
Presidente da Ulepicc-Brasil (Capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura). Professor da Unidade Educacional Santana do Ipanema/Campus Sertão da Universidade Federal de Alagoas (UFAL).

Contato: [anderson.gomes@santana.ufal.br](mailto:anderson.gomes@santana.ufal.br)

**Manoel Dourado Bastos**

Diretor-científico do Capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura (ULEPICC-Brasil). Professor do Departamento de Comunicação da Universidade Estadual de Londrina. Coordenador do GP de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura da Intercom. Líder do Laboratório CUBO - Comunicação e crise do Capitalismo.

Contato: [manoel.bastos@uel.br](mailto:manoel.bastos@uel.br)



A Ulepicc-Brasil (capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura) foi criada em 2004. Com mais de uma década de existência, tempo para se estruturar enquanto entidade acadêmica, a atual diretoria percebeu a necessidade de realizar um levantamento sobre quem e como se pesquisa em Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (doravante EPC) no Brasil.

A primeira iniciativa, ainda em 2019, foi de propor uma pesquisa coletiva que pudesse gerar também um mapeamento, ou seja, indicar os locais em que se pesquisa em EPC no país, de maneira a caracterizar as especificidades de cada grupo de pesquisa, estado ou região, mas também uma análise qualitativa e quantitativa a partir dos principais eventos e periódicos científicos com participação de nossas e nossos pesquisadores. Algo que infelizmente não se efetivou.

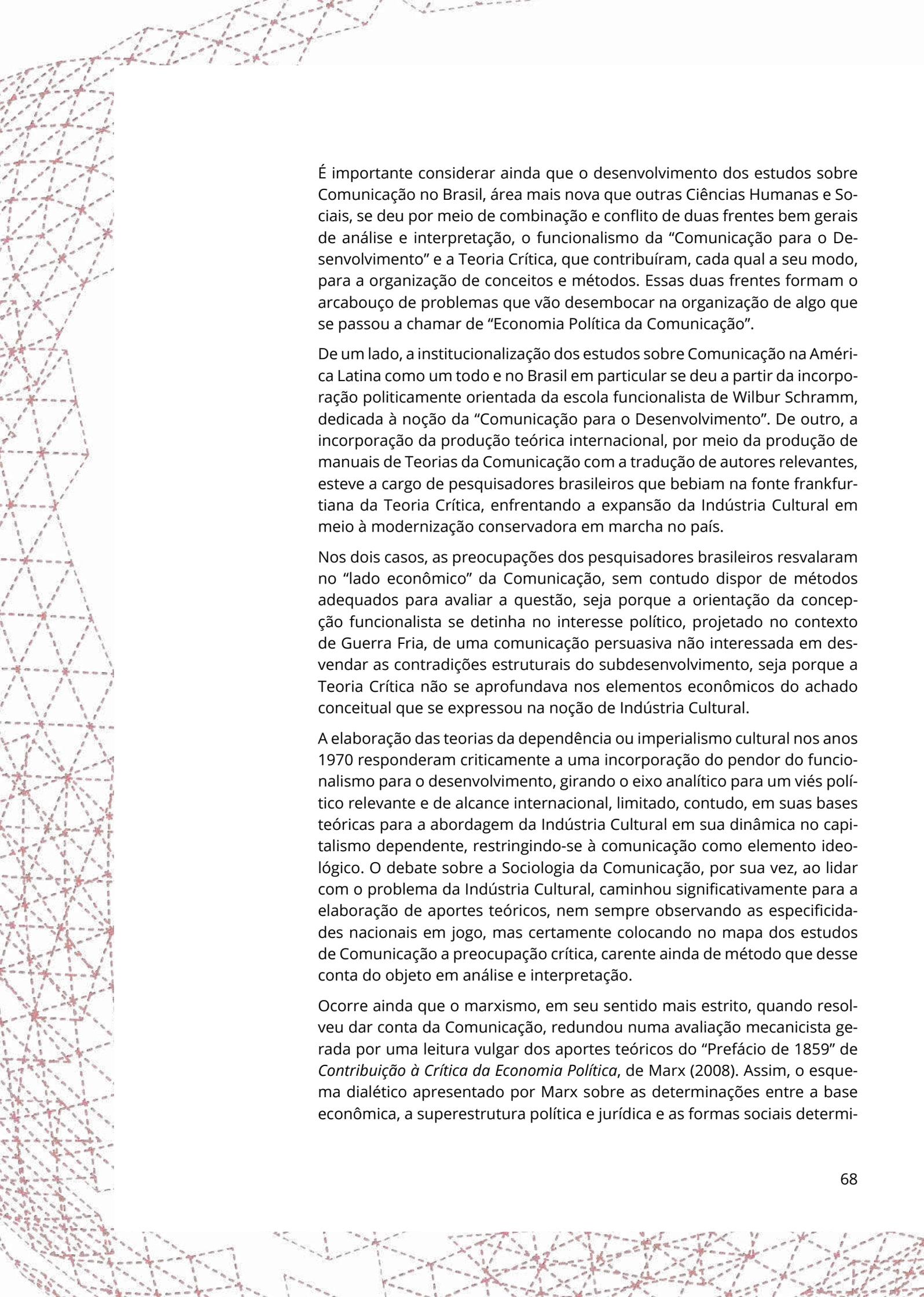
A segunda está representada neste dossiê temático na Revista EPTIC, cuja edição está sendo financiada pela Ulepicc-Brasil também pela urgência que identificamos nesta atividade, que já estava planejada como um dos produtos da pesquisa coletiva, mas que se tornou a única ferramenta possível para a obtenção alguns dados e análise de informações.

Antes de apresentar os artigos aprovados, entendemos como fundamental registrar aspectos da perspectiva destes autores - não necessariamente da entidade - sobre a evolução estrutural da EPC enquanto subcampo científico da Comunicação, incluindo aí aspectos positivos que vieram com a Ulepicc-Brasil e grandes desafios que observamos durante esta gestão de dois anos e que precisam ser enfrentados de forma clara para que não só a entidade, mas o próprio subcampo possam se desenvolver melhor e fazer a disputa epistemológica para além dos nossos muros.

### **Caldo cultural da “pré-história” e desenvolvimento estrutural**

A Ulepicc-Brasil foi criada em março de 2004, em Aracaju-SE. Mas o seu surgimento é resultado de todo um processo de estruturação dos estudos críticos comunicacionais que passam a se identificar enquanto EPC, especialmente a partir dos anos 1990, com representação nos eventos científicos, mas sem desconsiderar que existiram produções científicas anteriores que buscavam uma análise crítica de apropriação e difusão da cultura e da Indústria Cultural no Brasil.

Bolaño (2016, p. 40) apresenta que “o caldo de cultura” de outras áreas que foram importantes para a formação da EPC e dos Estudos Culturais na América Latina esteve vinculado “ao grande pensamento social da região, do estruturalismo latino-americano da CEPAL [Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe] à pedagogia de Paulo Freire, passando pelas teorias da dependência”.



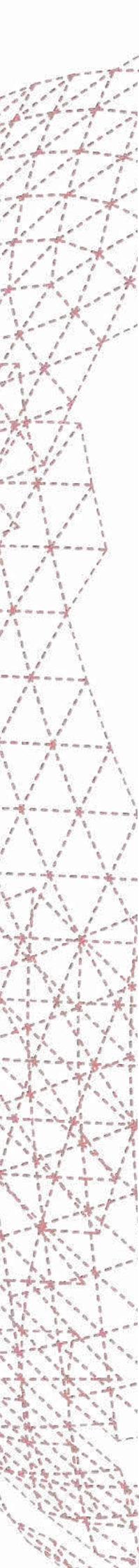
É importante considerar ainda que o desenvolvimento dos estudos sobre Comunicação no Brasil, área mais nova que outras Ciências Humanas e Sociais, se deu por meio de combinação e conflito de duas frentes bem gerais de análise e interpretação, o funcionalismo da “Comunicação para o Desenvolvimento” e a Teoria Crítica, que contribuíram, cada qual a seu modo, para a organização de conceitos e métodos. Essas duas frentes formam o arcabouço de problemas que vão desembocar na organização de algo que se passou a chamar de “Economia Política da Comunicação”.

De um lado, a institucionalização dos estudos sobre Comunicação na América Latina como um todo e no Brasil em particular se deu a partir da incorporação politicamente orientada da escola funcionalista de Wilbur Schramm, dedicada à noção da “Comunicação para o Desenvolvimento”. De outro, a incorporação da produção teórica internacional, por meio da produção de manuais de Teorias da Comunicação com a tradução de autores relevantes, esteve a cargo de pesquisadores brasileiros que bebiam na fonte frankfurtiana da Teoria Crítica, enfrentando a expansão da Indústria Cultural em meio à modernização conservadora em marcha no país.

Nos dois casos, as preocupações dos pesquisadores brasileiros resvalaram no “lado econômico” da Comunicação, sem contudo dispor de métodos adequados para avaliar a questão, seja porque a orientação da concepção funcionalista se detinha no interesse político, projetado no contexto de Guerra Fria, de uma comunicação persuasiva não interessada em desvendando as contradições estruturais do subdesenvolvimento, seja porque a Teoria Crítica não se aprofundava nos elementos econômicos do achado conceitual que se expressou na noção de Indústria Cultural.

A elaboração das teorias da dependência ou imperialismo cultural nos anos 1970 responderam criticamente a uma incorporação do pendimento do funcionalismo para o desenvolvimento, girando o eixo analítico para um viés político relevante e de alcance internacional, limitado, contudo, em suas bases teóricas para a abordagem da Indústria Cultural em sua dinâmica no capitalismo dependente, restringindo-se à comunicação como elemento ideológico. O debate sobre a Sociologia da Comunicação, por sua vez, ao lidar com o problema da Indústria Cultural, caminhou significativamente para a elaboração de aportes teóricos, nem sempre observando as especificidades nacionais em jogo, mas certamente colocando no mapa dos estudos de Comunicação a preocupação crítica, carente ainda de método que desse conta do objeto em análise e interpretação.

Ocorre ainda que o marxismo, em seu sentido mais estrito, quando resolveu dar conta da Comunicação, redundou numa avaliação mecanicista gerada por uma leitura vulgar dos aportes teóricos do “Prefácio de 1859” de *Contribuição à Crítica da Economia Política*, de Marx (2008). Assim, o esquema dialético apresentado por Marx sobre as determinações entre a base econômica, a superestrutura política e jurídica e as formas sociais determi-



nadas de consciência correspondentes se perderam num condicionamento mecânico entre as partes constitutivas da totalidade social. Isso se fez presente também nos momentos em que aquelas duas frentes gerais se utilizaram de importantes contributos do campo marxista, gerando um tipo de análise que em tudo perdia as condições de interpretação adequada da questão.

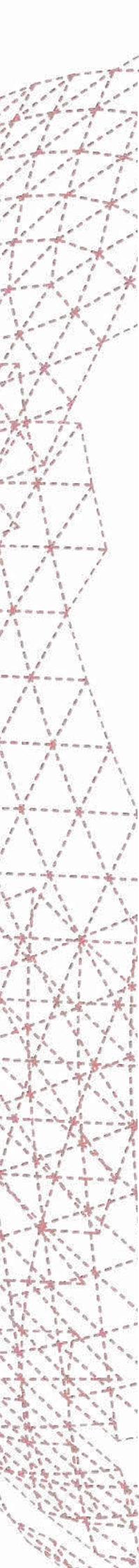
Assim, se entre o final dos anos 1970 e início dos anos 1980, preocupações em torno de temas como publicidade, notícia como mercadoria, a profissionalização de jornalistas, publicitários e relações públicas no modo de produção capitalista, dentre outros, dão conta de um interesse crescente, porém difuso, pelo “lado econômico” da Comunicação, sobressai a carência teórico-metodológica para lidar com os objetos em escopo. É neste caldo que surgem as contribuições de César Bolaño. Primeiro, estabelecendo um método fundamentado no que de melhor se produziu em Economia Política no Brasil a fim de esquadriñar o assim chamado “capitalismo tardio”. Depois, dando um passo atrás e estabelecendo, a partir do confronto com os limites teóricos da experiência nacional, uma teoria marxista da Comunicação de alcance internacional (BASTOS, 2020).

Considera-se como marco organizacional o livro “Mercado Brasileiro de Televisão” (BOLAÑO, 1988), inicialmente uma dissertação de Mestrado, dado seu objetivo de consolidar um método de análise e exposição calcado na Economia Política e adequado ao estudo da Comunicação. O autor vai ser um dos principais responsáveis pela organização do eixo teórico-metodológico na América Latina a partir de então. Na sequência, com a tese de Doutorado, Bolaño visa criar uma “teoria marxista da comunicação” condizente com a teoria do valor proposta por Marx.

Ao longo da década de 1990, publicam-se outras produções, há a criação de Grupos de Trabalho sobre o tema em importantes associações de pesquisa, caso da Associação Latinoamericana de Investigadores em Comunicação (ALAIIC) e Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação (INTERCOM). Dessas atividades surge o Boletim EPTIC e, em 1999, é criada Revista EPTIC Online, cuja importância é indicada por Azevedo, Santos e Mota (2016, p. 105):

A publicação desempenha importante papel não só para a consolidação deste subcampo, mas também na luta pelo pensamento crítico comunicacional, debatendo, em seu núcleo temático, assuntos como o processo de oligopolização da mídia, as políticas de comunicação, as inovações na área informacional, a funcionalidade da cultura no capitalismo e os lugares da democracia e da diversidade nessas dinâmicas, entre outros.

A partir do processo de estruturação da década de 1990, com articulação de pesquisadoras e pesquisadores de distintos países, há a criação da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura



(ULEPICC), em 2002. Os capítulos nacionais surgem anos depois, com o brasileiro sendo criado, como já informado, em 2004.

Como afirmam Santos e Mota (2015, p. 70):

Seguindo a “Carta de Buenos Aires” [que serviu como base de criação da ULEPICC], mas também as bases teóricas da Economia Política da Comunicação, além de possuir uma vertente de análise crítica dos mercados comunicacionais e do espaço que necessita ser aberto para novas vozes, a ULEPICC-Br atua também de forma interdisciplinar no quesito teórico, dialogando com outras correntes, e de maneira propositiva nas instâncias da sociedade civil.

Muito foi feito e produzido nas últimas três décadas, consolidando a EPC como um espaço de debates críticos e produtivos por todo o Brasil. Contamos com Grupos de Trabalho em eventos acadêmicos, disciplinas e linhas de pesquisa em cursos de graduação e pós-graduação, livros e publicações em periódicos científicos, num manancial de produção de conhecimento que merece uma sistematização de seus diversos aspectos e nuances.

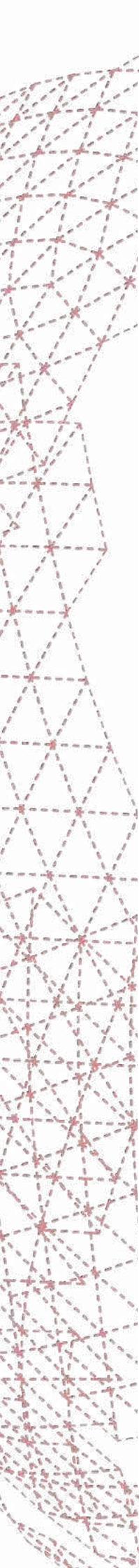
Os esforços pioneiros de César Bolaño vão se desenvolver com a atuação de distintos grupos de pesquisa ou de investigações temáticas a partir de importantes pesquisadoras e pesquisadores.

Pensando num “mapeamento” literal, podemos iniciar com o Observatório de Economia e Comunicação (Obscom), na Universidade Federal de Sergipe, criado em 1994 por César Bolaño, ao qual se somou a atuação de Verlane Aragão Santos, de importante contribuição aos estudos sobre telecomunicações e mercados culturais a partir da perspectiva da EPC.

Um ano depois foi criado o grupo de pesquisa em Políticas e Economia Política da Informação e da Comunicação (PEIC), que atualmente está na Universidade Federal do Rio de Janeiro sob liderança de Suzy dos Santos e co-liderança de Sergio Caparelli. O grupo tem como foco os estudos das políticas de comunicação a partir da EPC.

Indo para a década seguinte, e mais ao sul do país, destaca-se o grupo Comunicação, Economia Política e Sociedade (CEPOS), criado em 2001 por Valério Cruz Brittos na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) e responsável por diferentes pesquisas de iniciação científica, mestrado e doutorado tendo como base o estudo da TV no Brasil. Com o prematuro falecimento de Brittos, em 2012, o grupo se juntou ao Obscom, migrando para a UFS.

A partir da referência de Brittos e do Cepos, em 2012 foi criado o grupo de pesquisa em Comunicação, Economia Política e Diversidade (Comum), na Universidade Federal do Piauí, sob liderança de Jacqueline Lima Dourado e que se dedica especialmente a estudos sobre mudanças no mercado jornalístico, com uma série de livros “Economia Política do Jornalismo”, e em representação social de classes subalternizadas.



Mais recentemente, outros 4 grupos foram criados, demonstrando uma maior regularidade em institucionalizar nossas ações nas respectivas universidades. Em 2017, Manoel Dourado Bastos oficializa a existência do CUBO - Comunicação e Crise do Capitalismo, na Universidade Estadual de Londrina, com pesquisa em iniciação científica e mestrado com uma base de análise que segue Bolaño, além de outras e outros autores marxistas.

No mesmo ano, Eula Dantas Taveira Cabral registrou o Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPCC), grupo de pesquisa da Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB), que se volta à difusão científica a partir de publicações acadêmicas e noticiosos sobre direito à informação e democratização da comunicação e da cultura.

Em 2018, o Crítica da Economia Política da Comunicação (CEPCOM) é registrado na Universidade Federal de Alagoas após atuar por 10 anos enquanto núcleo de estudo dentro de outros grupos de pesquisa. Liderado por Júlio Azevedo e Anderson Santos, o grupo estuda programação de televisão no Estado e se propõe a elaborar uma Economia Política do Futebol, considerando a apropriação midiática deste esporte.

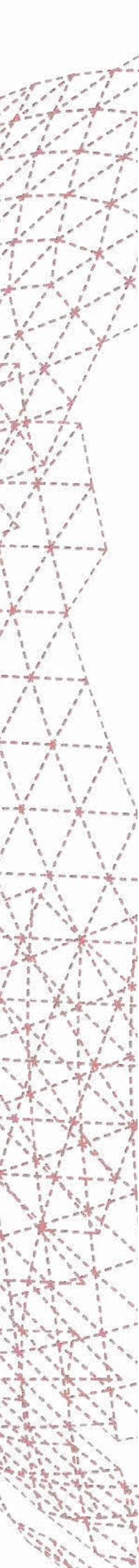
Por fim, mas esperamos que não seja o último, Helena Martins criou em 2019 o Telas - Laboratório de Pesquisas sobre Tecnologia, Políticas e Economia da Comunicação, na Universidade Federal do Ceará, que se volta ao macrossetor das comunicações, especialmente o estudo de plataformas digitais.

Importante destacarmos ainda a atuação de pesquisadoras como Anita Simis e seu conjunto de produções sobre o cinema; Ruy Sardinha Lopes, com suas pesquisas com crítica ao informacionalismo e de formação de uma Economia Política de espaços urbanos; e Marcos Dantas, que se dedica a análises macro sobre o trabalho e o mercado infocomunicacional a partir de uma interpretação marxista. Há mais pesquisadoras e pesquisadores além desses citados, mas não podemos nos aprofundar aqui.

### **Caminhos indicados pelos artigos publicados neste DT e desafios**

A proposição deste dossiê considerou a atuação em diferentes locais, sendo necessário mapeamentos estaduais dos mercados das indústrias culturais de forma geral, abrindo a possibilidade de identificar similaridades e diferenças entre si, em meio aos já consagrados estudos de televisão, rádio e imprensa, cuja predominância acaba sendo nos grandes eixos de produção de conteúdo (Rio de Janeiro e São Paulo especialmente).

Buscamos nas avaliações, valendo aqui o agradecimento a quem nos ajudou com pareceres, destacar a importância da rigidez no foco e no escopo da EPC enquanto subcampo científico que é interdisciplinar, mas cujo objetivo de estudo pode ser observado a partir da seguinte definição de Bolaño (2019):



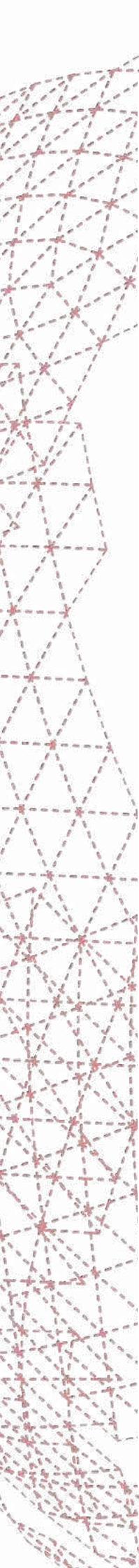
[...] estudo das relações de produção capitalistas relativas à estrutura dos sistemas de mediação social, tendo por pressuposto o desenvolvimento das forças produtivas. Em outros termos, trata-se em essência da ampliação do ferramental crítico da economia política para a compreensão das estruturas de mediação social características do modo de produção capitalista, especialmente aquelas desenvolvidas a partir das transformações sistêmicas que se traduziram na constituição do chamado capitalismo monopolista, na virada do século XX.

Para começar o dossiê temático, já citado como um dos grupos de pesquisa pioneiros na EPC brasileira, o OBSCOM-CEPOS é apresentado em artigo de Verlane Aragão Santos, Flávio Marcílio Maia e Silva Júnior, Marcelo Rangel Lima e Aianne Amado Nunes Costas. “O grupo OBSCOM/CEPOS: perspectivas teórico-metodológicas e estudos empíricos na contribuição da crítica da economia política da comunicação e da cultura” destaca especialmente a formação de pesquisadoras e pesquisadores e a produção acadêmica em 3 grandes temáticas: Economia Política da Música, Cultura e desenvolvimento e Estudo dos Fãs. Dando luz ainda à necessidade dos estudos sobre a categoria marxista do Trabalho.

Em “Jornalismo, Marxismo e Economia Política da Comunicação: um Levantamento em Periódicos Brasileiro de Comunicação e Informação no Século XXI”, Carlos Figueiredo apresenta um detalhado levantamento qualiquantitativo de artigos envolvendo pesquisas sobre jornalismo e suas interseções com o marxismo e a Economia Política da Comunicação. Carlos apresenta importantes comentários teórico-metodológicos para quem busca realizar pesquisas a parte do materialismo histórico-dialético, além de indicar caminhos importantes a serem considerados em pesquisas que analisem o fazer jornalístico.

Dentre os desafios para desenvolvimento dos estudos da área, Paulo Victor Melo e Ivonete da Silva Lopes escrevem em “Raça e Racismo nos estudos em Economia Política da Comunicação: da resistência à construção de uma agenda de pesquisa” uma proposta para estudos sobre raça e racismo a partir da EPC, indicando ainda o que já foi enfrentado até a criação do Grupo Temático *Estudos Críticos sobre gênero, raça e identidade* na Ulepicc-Brasil. Destacamos, em especial, os três eixos temáticos propostos: trabalho, políticas de comunicação/estrutura do sistema midiático e algoritmos/vigilância.

Outro artigo a apresentar críticas sobre o desenvolvimento da área, mas também com propostas para reverter o quadro é “Nós, as economistas políticas da comunicação: um conto de sub-representações e apagamentos em busca de um final feliz no reino encantado da EPC brasileira”, escrito por Sil Bahia, Marcia M. S. Gonçalves, Janaine Aires, Suzy dos Santos, Luanda



Schramm e Chalini Barros. Por meio de uma análise qualitativa e quantitativa da própria Eptic, as autoras observam os diversos elementos estruturais de invisibilidade das pesquisadoras e elaboram um quadro de autoras sugeridas como relevantes para um caminho de superação das dinâmicas patriarcais que existem também num campo crítico como a EPC.

Os dois últimos artigos fazem análise a partir de estudos de ciência que conforma nossos estudos, as Ciências da Informação, e uma proposta de consolidação de um campo de análise, o audiovisual.

Em “Modelos de investigação em Economia Política da Informação: uma análise da produção científica em Ciência da Informação no Brasil”, Rafael Silva da Câmara, Edvaldo Carvalho Alves e Leilah Santiago Bufrem apresentam resultados de um levantamento da produção científica em Economia Política da Informação em duas bases de dados: Brapci (Base de Dados em Ciência da Informação) e RPPBCI (Repertório da Produção Periódica Brasileira de Ciência da Informação). Podemos encontrar a partir disso as publicações mais referenciadas e as/os autoras/es mais produtivos.

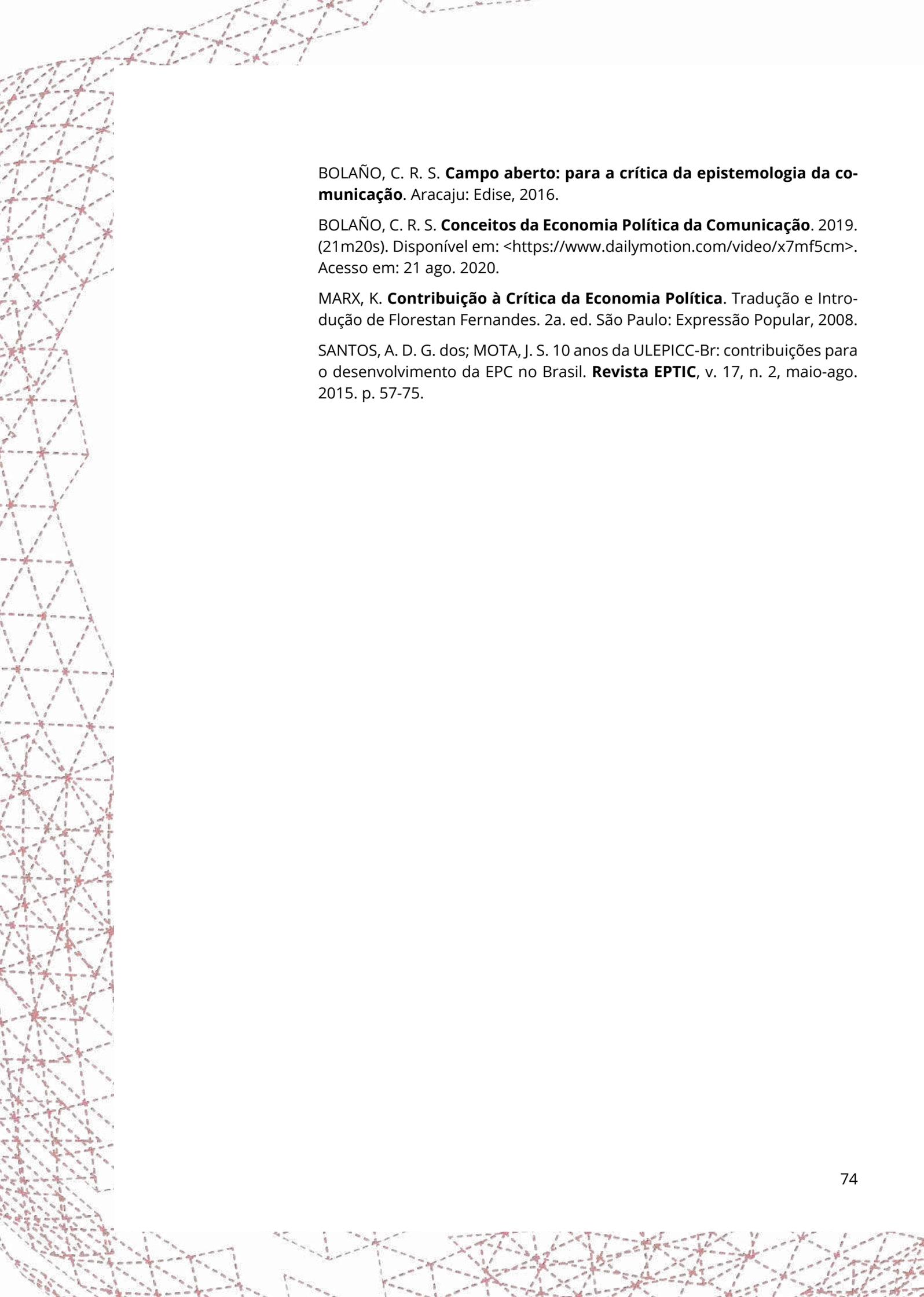
Já Kátia Morais e Othon Jambeiro, em “Por uma economia política do audiovisual no capitalismo global” discutem a subárea da “Economia Política do Audiovisual”, de constituição desde o início do processo de estruturação do nosso subcampo, narrado anteriormente. A autoria e o autor apresentam importante panorama das principais vertentes desses estudos a partir da EPC, indicando questões-chave para analisar o aprofundamento das contradições do capitalismo nas indústrias audiovisuais.

Assim, se não pudemos ainda fazer um mapeamento literal, considerando as produções em escala estadual ou com mais experiências de grupos de pesquisa, este dossiê apresenta um levantamento muito interessante do histórico dos estudos em EPC no Brasil, indicando desafios extremamente relevantes de serem sanados a partir da Ulepicc-Brasil, mas considerando principalmente a necessidade de um trabalho coletivo com algum nível de coesão entre nós.

## Referências

AZEVEDO, J. A.; SANTOS, A. D. G.; MOTA, J. S. O avanço conceitual do subcampo da Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura a partir da Revista EPTIC. **Revista Comunicação Midiática**, v. 11, p. 194-208, 2016.

BASTOS, M. D. Indústria Cultural e capitalismo tardio: Origens da Economia Política da Comunicação no Brasil em Mercado Brasileiro de Televisão. **Chasqui**, n. 142, dez/2019-mar/2020, pp. 187-202. Disponível em: <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/4121/3212>. Acesso em 10.set.2020



BOLAÑO, C. R. S. **Campo aberto: para a crítica da epistemologia da comunicação**. Aracaju: Edise, 2016.

BOLAÑO, C. R. S. **Conceitos da Economia Política da Comunicação**. 2019. (21m20s). Disponível em: <<https://www.dailymotion.com/video/x7mf5cm>>. Acesso em: 21 ago. 2020.

MARX, K. **Contribuição à Crítica da Economia Política**. Tradução e Introdução de Florestan Fernandes. 2a. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2008.

SANTOS, A. D. G. dos; MOTA, J. S. 10 anos da ULEPICC-Br: contribuições para o desenvolvimento da EPC no Brasil. **Revista EPTIC**, v. 17, n. 2, maio-ago. 2015. p. 57-75.

## Entrevista com Verlane Aragão Santos

**Por Anderson David Gomes dos Santos e Manoel Dourado Bastos**

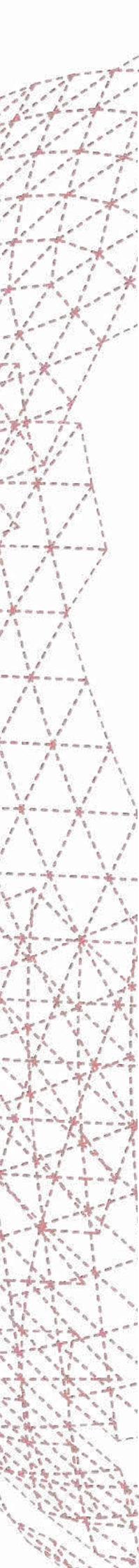
Contato: anderson.santos@gmail.com, manoel.bastos@gmail.com, manoel.bastos@uel.br

1. Ouvir especialmente o episódio “#11 - O Trabalho Cultural”, com Verlane Aragão Santos, do podcast Jogando Dados, que é um programa produzido pelos grupos de pesquisa CEPKOM (Crítica da Economia Política da Comunicação), da UFAL (Universidade Federal de Alagoas); e Cubo (Laboratório de Estudos sobre Comunicação e Crise do Capitalismo), da UEL (Universidade Estadual de Londrina). Disponível em: <<https://anchor.fm/jogando-dados/episodes/11---O-Trabalho-Cultural-com-Verlane-Aragao-Santos-eg69im>>. Acesso em: 10 set. 2020.

A escolha para que Verlane Aragão Santos fosse a entrevistada deste dossiê já estava dada meses antes de recebermos a submissão do artigo “Nós, as economistas políticas da comunicação”, em que as autoras apontam, entre outras coisas, a grande diferença quantitativa entre entrevistas com mulheres e homens ao longo dos 21 anos de história da Revista EPTIC. Nos grupos de trabalho e pesquisa dos eventos, no que é produzido por ela e orientadas/os no grupo de pesquisa OBSCOM/CEPOS, mas também nas atividades de difusão científica como o podcast Jogando Dados<sup>1</sup> e as Rodas de Leitura em EPC da Ulepicc-Brasil (capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura), confirmamos a necessidade de ler e ouvir com afinco a produção de Verlane, fundamental para quem estuda os objetos infocomunicacionais a partir do método do materialismo histórico-dialético.

Verlane Aragão Santos é professora da Universidade Federal de Sergipe (UFS), onde atua no Mestrado Profissional em Economia, o qual ela coordenava no momento desta entrevista, e no Mestrado em Comunicação. Sua formação é de fora do campo da Comunicação, com graduação em Ciências Econômicas e mestrado em Ciências Sociais pela UFS e doutorado em Desenvolvimento Econômico pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Entretanto, os seus objetos gerais de estudo, telecomunicações e cultura, são pesquisados a partir da base da Crítica da Economia Política aplicada à Comunicação, tornando-se uma importante pesquisadora da Economia Política da Comunicação no Brasil, sendo ainda um exemplo da interdisciplinaridade possível na nossa atuação.

Na entrevista a seguir, Verlane comenta a importância da obra de Marx para a Economia Política da Comunicação (EPC) diante dos imperativos de “atualização teórica”, avalia a importância da constituição de uma base de



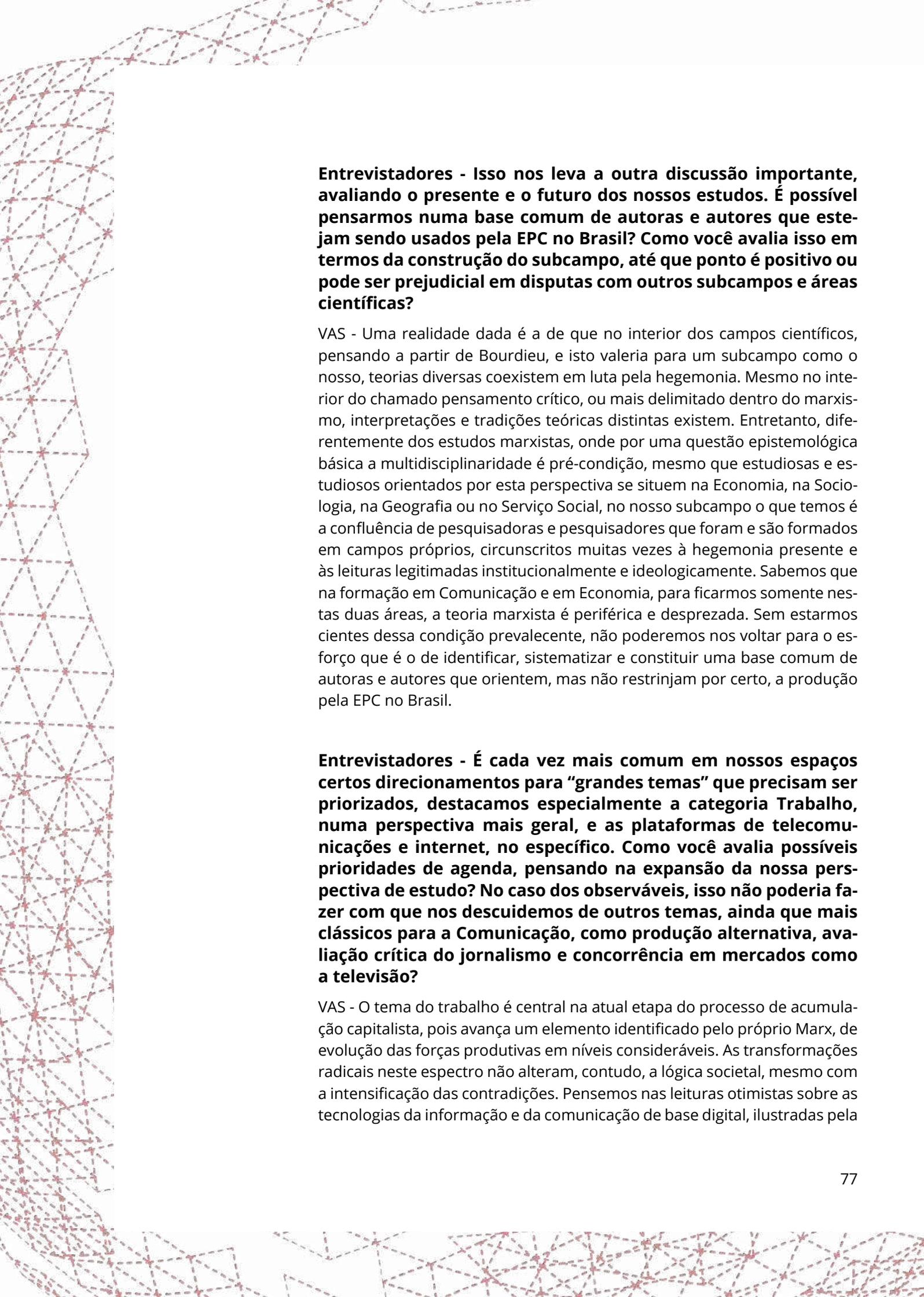
autoras e autores em comum para o subcampo, pondera sobre os temas decisivos e afirma a importância de conceitos e categorias fundamentais. A pesquisadora responde ainda sobre questões mais específicas, como os fundamentos que a EPC oferece para as discussões sobre raça e gênero, as armadilhas do *cultural turn*, bem como as condições de interpretação de mercados locais de comunicação e cultura a partir da nossa perspectiva teórica.

**Anderson David Gomes dos Santos e Manoel Dourado Bastos -  
Dentre críticas recentes, fala-se muito sobre a necessidade de atualizar a teoria marxista para estudar novos elementos que surgem sobre a infocomunicação no capitalismo. Você é uma das pesquisadoras em EPC que assume a base marxista de análise, seja para tratar das telecomunicações ou da cultura. Por que a obra de Marx, não só de autoras/es marxistas, segue sendo muito importante para as pesquisas do nosso subcampo?**

Verlane Aragão Santos - Marx e sua obra foram e continuam sendo constrangidos pelo seu tempo. Atentar para isto é incorporar um atributo de seu próprio método. Marx voltou-se para o fenômeno real posto, o capitalismo e suas manifestações concretas, e para sua forma especificamente própria de produzir, a grande indústria. Daí decorre que, se no tempo de Marx, a Indústria Cultural – aquela que considero, sob a influência tanto da Escola de Frankfurt quanto das contribuições no interior da EPC, o fenômeno real posto da comunicação – não existia, como tão pouco seus desenvolvimentos posteriores, representados pelo fenômeno da internet, surge a necessidade de produzir novas teorias de caráter marxista, orientando-se para tal a partir de um arcabouço teórico e conceitual que persiste, pois o fenômeno real base da análise das ciências sociais em geral, como da Comunicação e da EPC em particular, continua sendo o capitalismo. Nestes termos, a teoria desenvolvida por Marx precisa ser recuperada e segue demonstrando um vigor interpretativo.

A base da economia política é a teoria dos economistas políticos ingleses, nas figuras em especial de Smith e Ricardo, e da sua crítica, representada por Marx. Entendo que o grande projeto da EPC é fazer a crítica ao pensamento hegemônico, tal como Marx realizou no seu tempo, permitindo identificar as dimensões aparente e essencial da realidade. Neste sentido, sua obra continua sendo importante referência.

Do mesmo modo, seu próprio pensamento merece ser foco de crítica. Para tanto, necessário se torna fugirmos das leituras simplistas e equivocadas. E aí vejo um grande problema. As visões deterministas, economicistas, da obra de Marx, ao sabor dos velhos manuais mecanicistas, que ainda povoam a formação de muitas pesquisadoras e pesquisadores, não permitem sua incorporação e nem sua devida crítica.

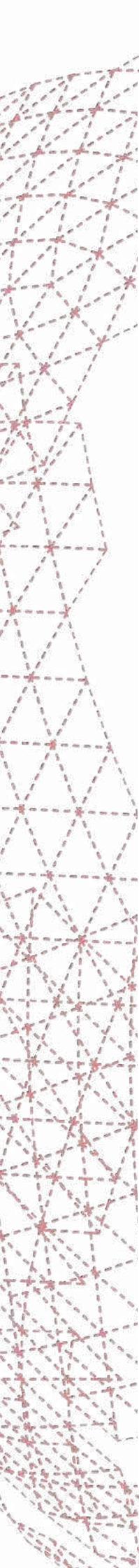


**Entrevistadores - Isso nos leva a outra discussão importante, avaliando o presente e o futuro dos nossos estudos. É possível pensarmos numa base comum de autoras e autores que estejam sendo usados pela EPC no Brasil? Como você avalia isso em termos da construção do subcampo, até que ponto é positivo ou pode ser prejudicial em disputas com outros subcampos e áreas científicas?**

VAS - Uma realidade dada é a de que no interior dos campos científicos, pensando a partir de Bourdieu, e isto valeria para um subcampo como o nosso, teorias diversas coexistem em luta pela hegemonia. Mesmo no interior do chamado pensamento crítico, ou mais delimitado dentro do marxismo, interpretações e tradições teóricas distintas existem. Entretanto, diferentemente dos estudos marxistas, onde por uma questão epistemológica básica a multidisciplinaridade é pré-condição, mesmo que estudiosas e estudiosos orientados por esta perspectiva se situem na Economia, na Sociologia, na Geografia ou no Serviço Social, no nosso subcampo o que temos é a confluência de pesquisadoras e pesquisadores que foram e são formados em campos próprios, circunscritos muitas vezes à hegemonia presente e às leituras legitimadas institucionalmente e ideologicamente. Sabemos que na formação em Comunicação e em Economia, para ficarmos somente nestas duas áreas, a teoria marxista é periférica e desprezada. Sem estarmos cientes dessa condição prevalente, não poderemos nos voltar para o esforço que é o de identificar, sistematizar e constituir uma base comum de autoras e autores que orientem, mas não restrinjam por certo, a produção pela EPC no Brasil.

**Entrevistadores - É cada vez mais comum em nossos espaços certos direcionamentos para “grandes temas” que precisam ser priorizados, destacamos especialmente a categoria Trabalho, numa perspectiva mais geral, e as plataformas de telecomunicações e internet, no específico. Como você avalia possíveis prioridades de agenda, pensando na expansão da nossa perspectiva de estudo? No caso dos observáveis, isso não poderia fazer com que nos descuidemos de outros temas, ainda que mais clássicos para a Comunicação, como produção alternativa, avaliação crítica do jornalismo e concorrência em mercados como a televisão?**

VAS - O tema do trabalho é central na atual etapa do processo de acumulação capitalista, pois avança um elemento identificado pelo próprio Marx, de evolução das forças produtivas em níveis consideráveis. As transformações radicais neste espectro não alteram, contudo, a lógica societal, mesmo com a intensificação das contradições. Pensemos nas leituras otimistas sobre as tecnologias da informação e da comunicação de base digital, ilustradas pela



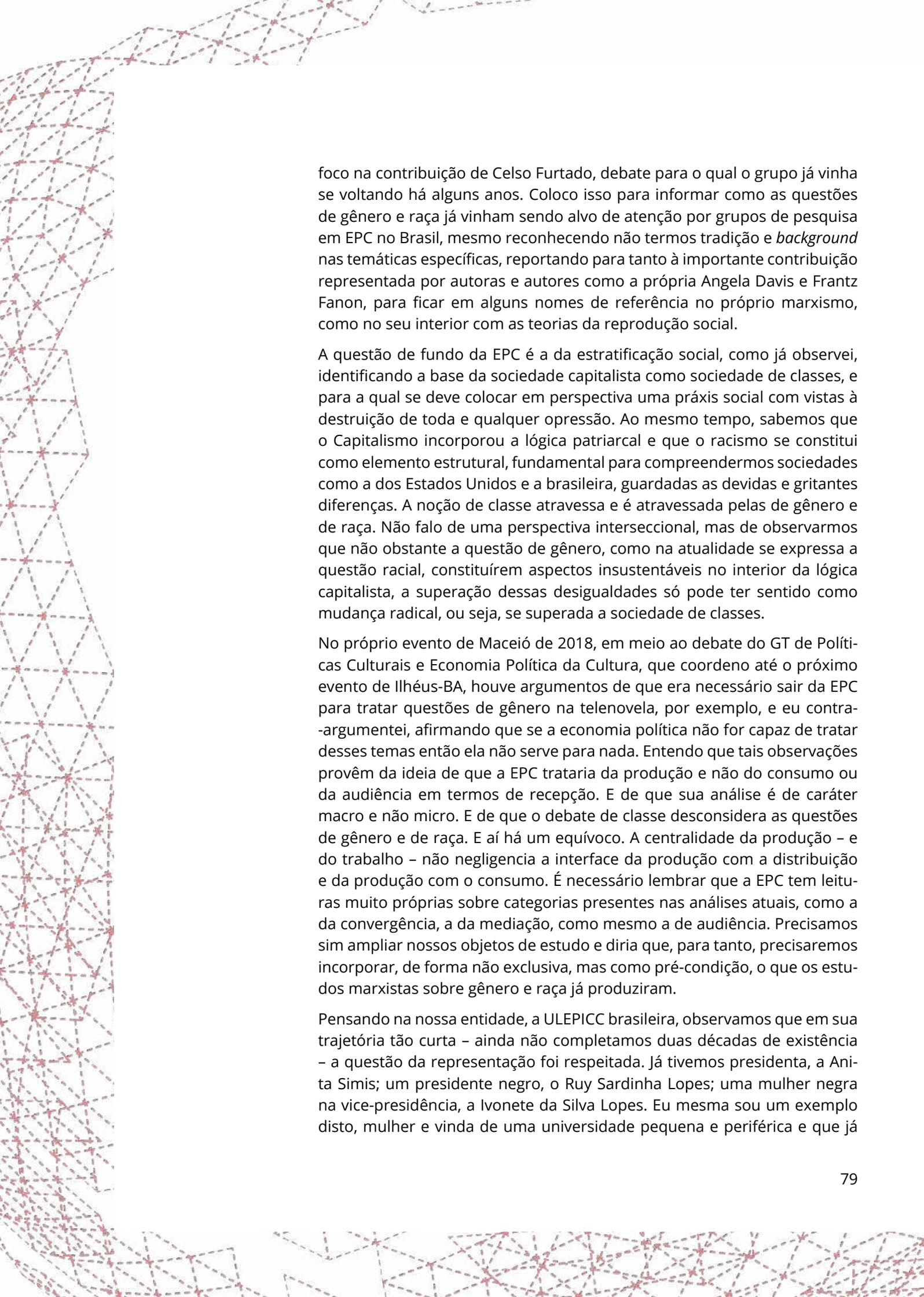
internet, na década de noventa e que reverberam até os nossos dias, mas diria com menos força em face do domínio compartilhado entre grandes corporações das redes digitais. O acompanhamento do desenvolvimento do modo de produção capitalista, ao longo das revoluções industriais – a primeira e a segunda e no desdobramento da terceira, cujos desdobramentos ainda testemunhamos – demonstra como o intenso progresso técnico não altera a lógica societal, apesar de abrir um conjunto de contradições, resultantes das consequências deletérias sobre a natureza, altos índices de concentração da riqueza, aumento da jornada e da precarização do trabalho, exacerbação dos conflitos sociais e da violência de gênero e de corte racial.

O cerne desse debate está na relação capital/trabalho, ou seja, como elemento estrutural da análise, e que teoricamente nos leva não somente ao conceito de trabalho como ao conceito de classe. E empiricamente devemos observar como a classe é composta, como ela é atravessada. Sob meu ponto de vista essas questões são o bê-a-bá da economia política, ou de sua crítica, para ser mais precisa.

Os demais temas levantados, como outros, têm como base a estrutura de classe nas sociedades capitalistas e as relações sociais de produção, correspondendo a diferentes e importantes dimensões de análise, como a organização dos mercados, a dinâmica tecnológica e concorrencial e os tipos de regulação, apontando para o crucial papel do Estado no capitalismo. A compreensão da complexidade dos fenômenos sociais nos deve levar a não perder de vista questões que se mantêm tão importantes e presentes no escopo de preocupações da EPC e que vem ganhando novo fôlego, inclusive na EPC, como os estudos sobre jornalismo, para dar um exemplo.

**Entrevistadores - Caminhando para especificidades, de 2018 para cá a Ulepicc-Brasil, reconhecendo um problema estrutural, criou grupo temático para tratar de questões como o patriarcado e o racismo na (comunicação da) sociedade capitalista; temos dois artigos neste dossiê que tratam disso. Quais os desafios postos para a análise dessas temáticas na perspectiva marxista de estudos comunicacionais?**

VAS - Em 2017, o nosso seminário OBSCOM/CEPOS, realizado na UFS, teve como tema “Economia Política, Comunicação e Africanidades”, com o propósito de pensar a produção do conhecimento fora dos centros tradicionais, da construção de epistemologias contra hegemônicas (expressão proposta por Ruy Sardinha Lopes), e neste contexto a questão racial esteve posta em realce. O planejamento para o seminário seguinte definia como tema as discussões orientadas pelo movimento feminista, em especial marxistas. Houve uma mudança de planos, por causa de financiamento, pois conseguimos viabilizar a discussão sobre Cultura e Desenvolvimento, com

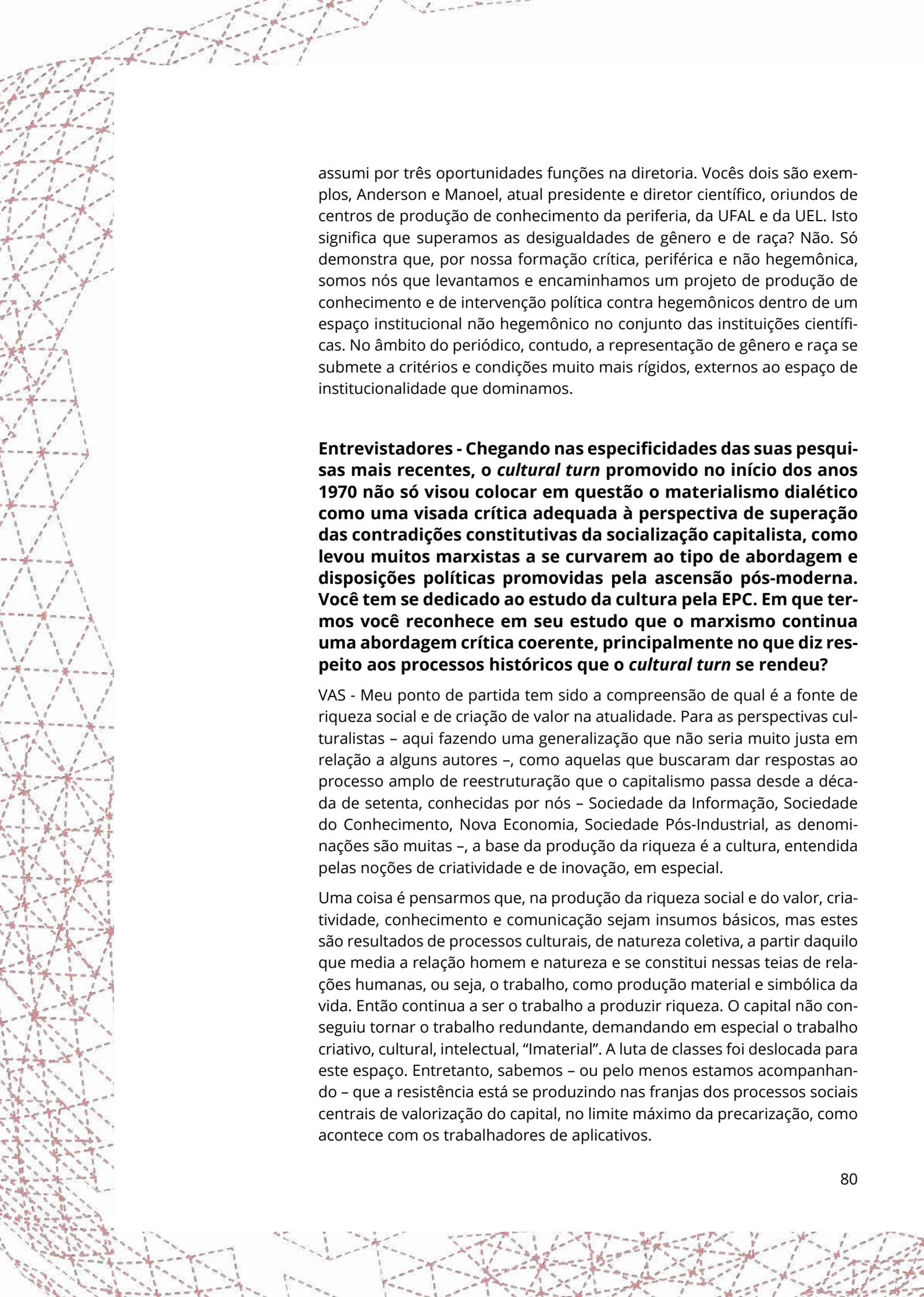


foco na contribuição de Celso Furtado, debate para o qual o grupo já vinha se voltando há alguns anos. Coloco isso para informar como as questões de gênero e raça já vinham sendo alvo de atenção por grupos de pesquisa em EPC no Brasil, mesmo reconhecendo não termos tradição e *background* nas temáticas específicas, reportando para tanto à importante contribuição representada por autoras e autores como a própria Angela Davis e Frantz Fanon, para ficar em alguns nomes de referência no próprio marxismo, como no seu interior com as teorias da reprodução social.

A questão de fundo da EPC é a da estratificação social, como já observei, identificando a base da sociedade capitalista como sociedade de classes, e para a qual se deve colocar em perspectiva uma práxis social com vistas à destruição de toda e qualquer opressão. Ao mesmo tempo, sabemos que o Capitalismo incorporou a lógica patriarcal e que o racismo se constitui como elemento estrutural, fundamental para compreendermos sociedades como a dos Estados Unidos e a brasileira, guardadas as devidas e gritantes diferenças. A noção de classe atravessa e é atravessada pelas de gênero e de raça. Não falo de uma perspectiva interseccional, mas de observarmos que não obstante a questão de gênero, como na atualidade se expressa a questão racial, constituírem aspectos insustentáveis no interior da lógica capitalista, a superação dessas desigualdades só pode ter sentido como mudança radical, ou seja, se superada a sociedade de classes.

No próprio evento de Maceió de 2018, em meio ao debate do GT de Políticas Culturais e Economia Política da Cultura, que coordeno até o próximo evento de Ilhéus-BA, houve argumentos de que era necessário sair da EPC para tratar questões de gênero na telenovela, por exemplo, e eu contra-arguntei, afirmando que se a economia política não for capaz de tratar desses temas então ela não serve para nada. Entendo que tais observações provêm da ideia de que a EPC trataria da produção e não do consumo ou da audiência em termos de recepção. E de que sua análise é de caráter macro e não micro. E de que o debate de classe desconsidera as questões de gênero e de raça. E aí há um equívoco. A centralidade da produção – e do trabalho – não negligencia a interface da produção com a distribuição e da produção com o consumo. É necessário lembrar que a EPC tem leituras muito próprias sobre categorias presentes nas análises atuais, como a da convergência, a da mediação, como mesmo a de audiência. Precisamos sim ampliar nossos objetos de estudo e diria que, para tanto, precisaremos incorporar, de forma não exclusiva, mas como pré-condição, o que os estudos marxistas sobre gênero e raça já produziram.

Pensando na nossa entidade, a ULEPICC brasileira, observamos que em sua trajetória tão curta – ainda não completamos duas décadas de existência – a questão da representação foi respeitada. Já tivemos presidenta, a Anita Simis; um presidente negro, o Ruy Sardinha Lopes; uma mulher negra na vice-presidência, a Ivonete da Silva Lopes. Eu mesma sou um exemplo disto, mulher e vinda de uma universidade pequena e periférica e que já

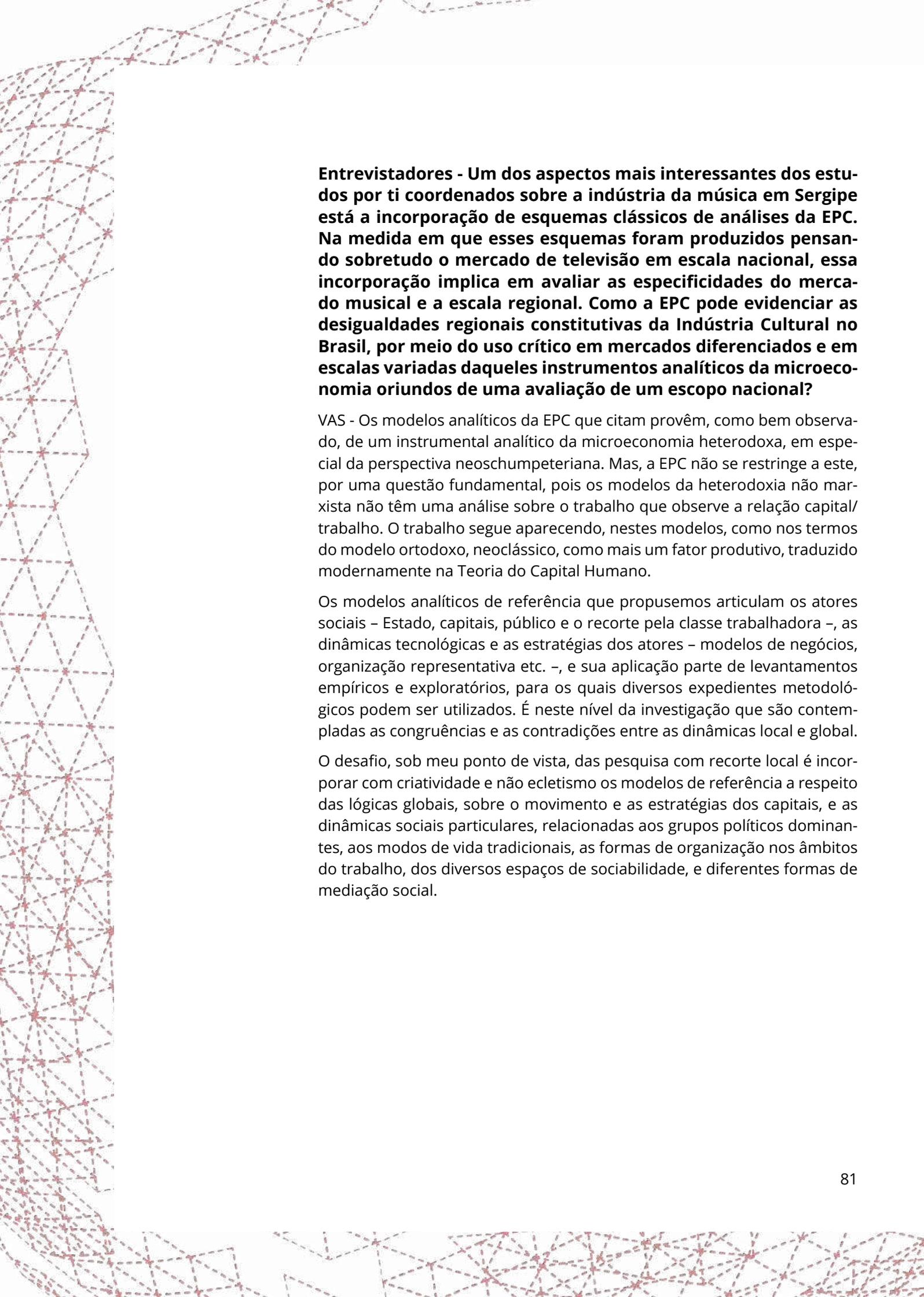


assumi por três oportunidades funções na diretoria. Vocês dois são exemplos, Anderson e Manoel, atual presidente e diretor científico, oriundos de centros de produção de conhecimento da periferia, da UFAL e da UEL. Isto significa que superamos as desigualdades de gênero e de raça? Não. Só demonstra que, por nossa formação crítica, periférica e não hegemônica, somos nós que levantamos e encaminhamos um projeto de produção de conhecimento e de intervenção política contra hegemônicos dentro de um espaço institucional não hegemônico no conjunto das instituições científicas. No âmbito do periódico, contudo, a representação de gênero e raça se submete a critérios e condições muito mais rígidos, externos ao espaço de institucionalidade que dominamos.

**Entrevistadores - Chegando nas especificidades das suas pesquisas mais recentes, o *cultural turn* promovido no início dos anos 1970 não só visou colocar em questão o materialismo dialético como uma visada crítica adequada à perspectiva de superação das contradições constitutivas da socialização capitalista, como levou muitos marxistas a se curvarem ao tipo de abordagem e disposições políticas promovidas pela ascensão pós-moderna. Você tem se dedicado ao estudo da cultura pela EPC. Em que termos você reconhece em seu estudo que o marxismo continua uma abordagem crítica coerente, principalmente no que diz respeito aos processos históricos que o *cultural turn* se rendeu?**

VAS - Meu ponto de partida tem sido a compreensão de qual é a fonte de riqueza social e de criação de valor na atualidade. Para as perspectivas culturalistas – aqui fazendo uma generalização que não seria muito justa em relação a alguns autores –, como aquelas que buscaram dar respostas ao processo amplo de reestruturação que o capitalismo passa desde a década de setenta, conhecidas por nós – Sociedade da Informação, Sociedade do Conhecimento, Nova Economia, Sociedade Pós-Industrial, as denominações são muitas –, a base da produção da riqueza é a cultura, entendida pelas noções de criatividade e de inovação, em especial.

Uma coisa é pensarmos que, na produção da riqueza social e do valor, criatividade, conhecimento e comunicação sejam insumos básicos, mas estes são resultados de processos culturais, de natureza coletiva, a partir daquilo que media a relação homem e natureza e se constitui nessas teias de relações humanas, ou seja, o trabalho, como produção material e simbólica da vida. Então continua a ser o trabalho a produzir riqueza. O capital não conseguiu tornar o trabalho redundante, demandando em especial o trabalho criativo, cultural, intelectual, “Imaterial”. A luta de classes foi deslocada para este espaço. Entretanto, sabemos – ou pelo menos estamos acompanhando – que a resistência está se produzindo nas franjas dos processos sociais centrais de valorização do capital, no limite máximo da precarização, como acontece com os trabalhadores de aplicativos.



**Entrevistadores - Um dos aspectos mais interessantes dos estudos por ti coordenados sobre a indústria da música em Sergipe está a incorporação de esquemas clássicos de análises da EPC. Na medida em que esses esquemas foram produzidos pensando sobretudo o mercado de televisão em escala nacional, essa incorporação implica em avaliar as especificidades do mercado musical e a escala regional. Como a EPC pode evidenciar as desigualdades regionais constitutivas da Indústria Cultural no Brasil, por meio do uso crítico em mercados diferenciados e em escalas variadas daqueles instrumentos analíticos da microeconomia oriundos de uma avaliação de um escopo nacional?**

VAS - Os modelos analíticos da EPC que citam provêm, como bem observado, de um instrumental analítico da microeconomia heterodoxa, em especial da perspectiva neoschumpeteriana. Mas, a EPC não se restringe a este, por uma questão fundamental, pois os modelos da heterodoxia não marxista não têm uma análise sobre o trabalho que observe a relação capital/trabalho. O trabalho segue aparecendo, nestes modelos, como nos termos do modelo ortodoxo, neoclássico, como mais um fator produtivo, traduzido modernamente na Teoria do Capital Humano.

Os modelos analíticos de referência que propusemos articulam os atores sociais – Estado, capitais, público e o recorte pela classe trabalhadora –, as dinâmicas tecnológicas e as estratégias dos atores – modelos de negócios, organização representativa etc. –, e sua aplicação parte de levantamentos empíricos e exploratórios, para os quais diversos expedientes metodológicos podem ser utilizados. É neste nível da investigação que são contempladas as congruências e as contradições entre as dinâmicas local e global.

O desafio, sob meu ponto de vista, das pesquisa com recorte local é incorporar com criatividade e não ecletismo os modelos de referência a respeito das lógicas globais, sobre o movimento e as estratégias dos capitais, e as dinâmicas sociais particulares, relacionadas aos grupos políticos dominantes, aos modos de vida tradicionais, as formas de organização nos âmbitos do trabalho, dos diversos espaços de sociabilidade, e diferentes formas de mediação social.

**O grupo OBSCOM/CEPOS: perspectivas teórico-metodológicas e estudos empíricos na contribuição da crítica da economia política da comunicação e da cultura**

**The OBSCOM/CEPOS group: theoretical-methodological perspectives and empirical studies on the contribution of the critique of the political economy of communication and culture**

**El grupo OBSCOM/CEPOS: perspectivas teórico-metodológicas y estudios empíricos sobre la contribución de la crítica de la economía política de la comunicación y la cultura**

**Verlane Aragão Santos**

Doutora em Desenvolvimento Econômico pela UFPR, com estágio de doutoramento na Universidad de Sevilla e professora do Departamento de Economia e da Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFS. Contato: velorca2010@gmail.com

**Flávio Marcílio Maia e Silva Júnior**

Professor Substituto do Campus Sertão/Ufal, Jornalista, Mestre em Comunicação (PPGCOM/UFS) e membro do grupo OBSCOM/CEPOS. Contato: fmarciliom@gmail.com

**Marcelo Rangel Lima**

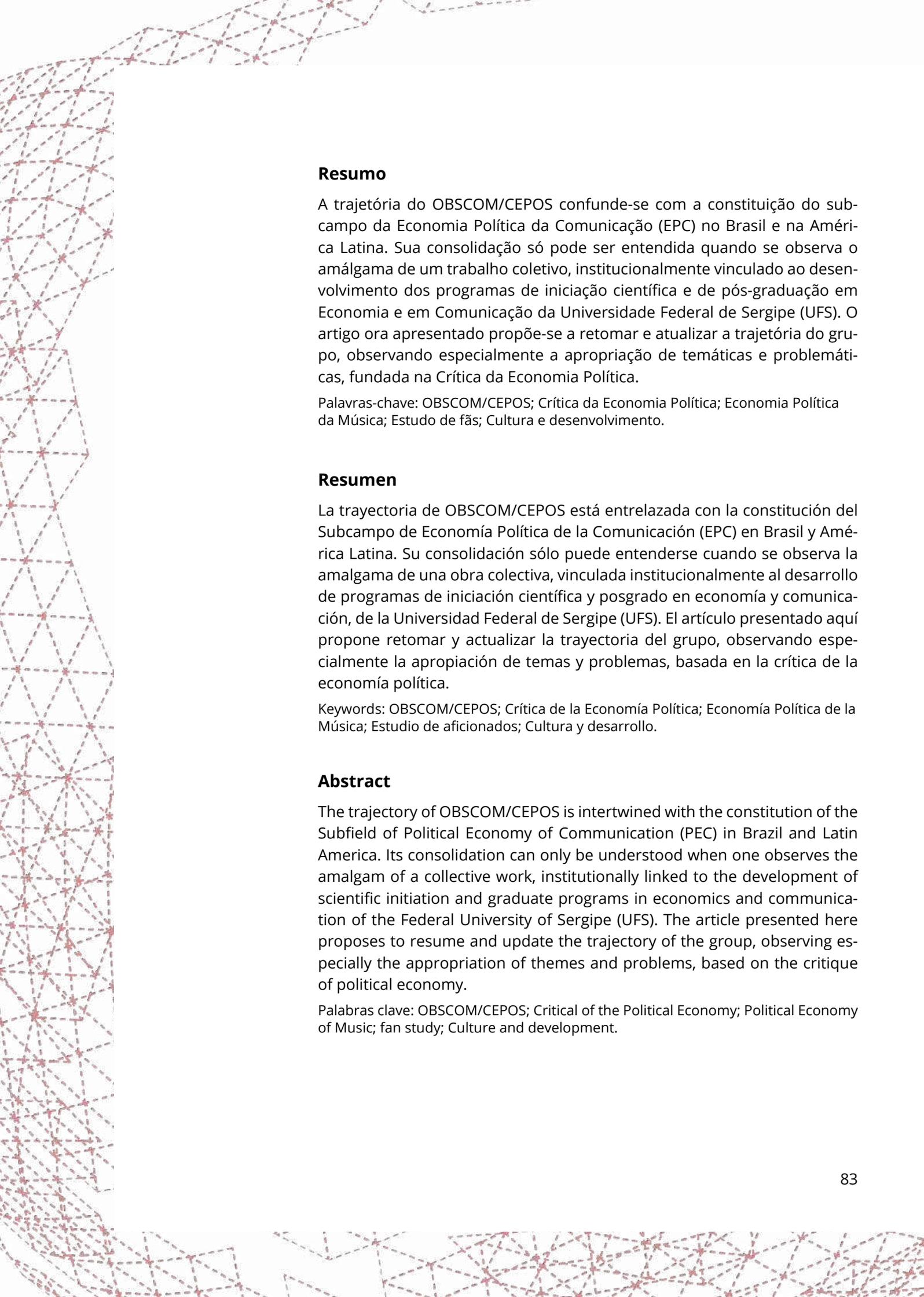
Mestre em Comunicação (PPGCOM/UFS) e membro do grupo OBSCOM/CEPOS. Contato: marcrangel@hotmail.com

**Aianne Amado Nunes Costa**

Mestre em Comunicação (PPGCOM/UFS) e membro do grupo OBSCOM/CEPOS. Contato: aianne\_amado@hotmail.com

Submetido em: 20 de junho de 2020

Aprovado em: 10 de agosto de 2020



## Resumo

A trajetória do OBSCOM/CEPOS confunde-se com a constituição do subcampo da Economia Política da Comunicação (EPC) no Brasil e na América Latina. Sua consolidação só pode ser entendida quando se observa o amálgama de um trabalho coletivo, institucionalmente vinculado ao desenvolvimento dos programas de iniciação científica e de pós-graduação em Economia e em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (UFS). O artigo ora apresentado propõe-se a retomar e atualizar a trajetória do grupo, observando especialmente a apropriação de temáticas e problemáticas, fundada na Crítica da Economia Política.

Palavras-chave: OBSCOM/CEPOS; Crítica da Economia Política; Economia Política da Música; Estudo de fãs; Cultura e desenvolvimento.

## Resumen

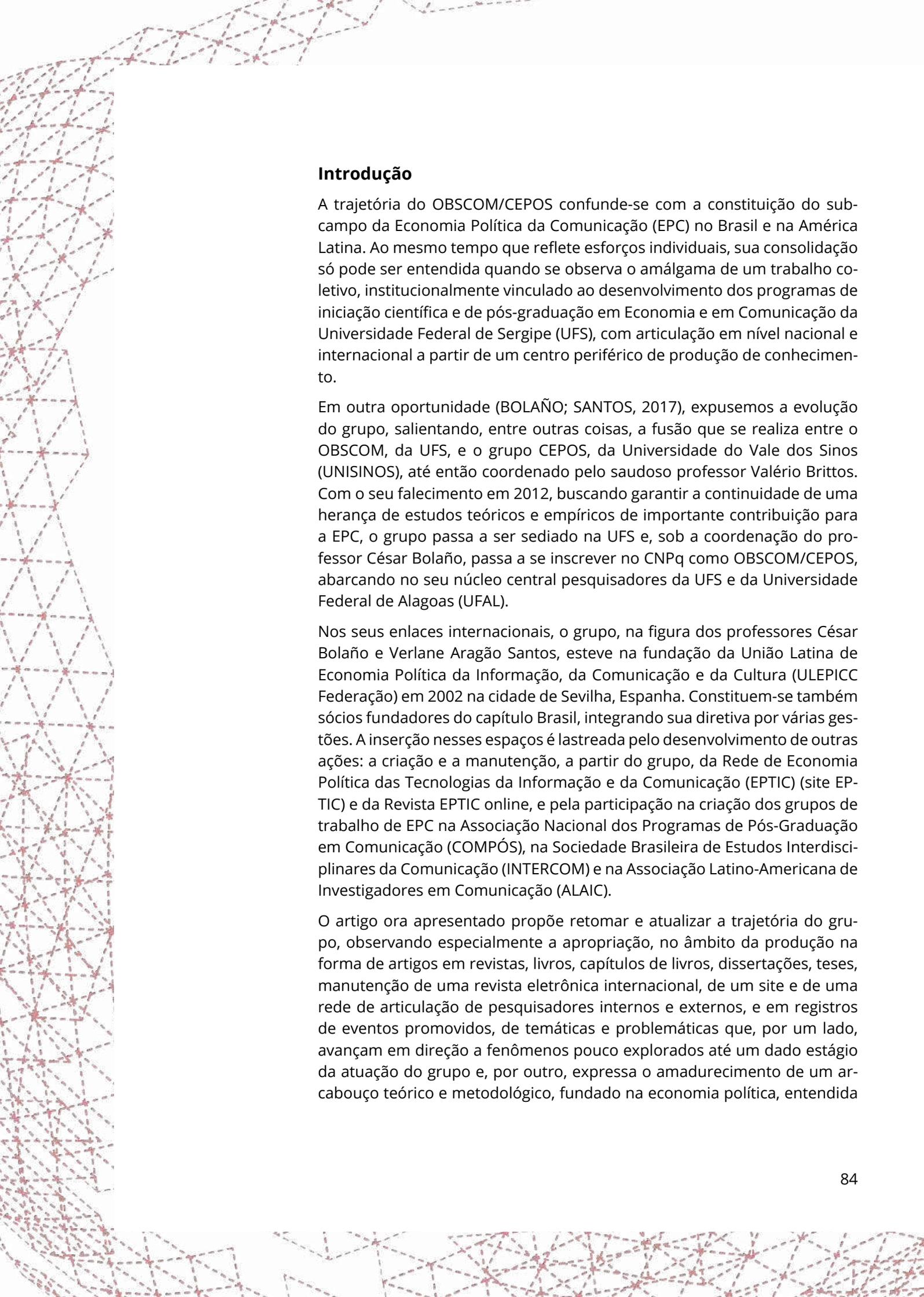
La trayectoria de OBSCOM/CEPOS está entrelazada con la constitución del Subcampo de Economía Política de la Comunicación (EPC) en Brasil y América Latina. Su consolidación sólo puede entenderse cuando se observa la amalgama de una obra colectiva, vinculada institucionalmente al desarrollo de programas de iniciación científica y posgrado en economía y comunicación, de la Universidad Federal de Sergipe (UFS). El artículo presentado aquí propone retomar y actualizar la trayectoria del grupo, observando especialmente la apropiación de temas y problemas, basada en la crítica de la economía política.

Keywords: OBSCOM/CEPOS; Crítica de la Economía Política; Economía Política de la Música; Estudio de aficionados; Cultura y desarrollo.

## Abstract

The trajectory of OBSCOM/CEPOS is intertwined with the constitution of the Subfield of Political Economy of Communication (PEC) in Brazil and Latin America. Its consolidation can only be understood when one observes the amalgam of a collective work, institutionally linked to the development of scientific initiation and graduate programs in economics and communication of the Federal University of Sergipe (UFS). The article presented here proposes to resume and update the trajectory of the group, observing especially the appropriation of themes and problems, based on the critique of political economy.

Palabras clave: OBSCOM/CEPOS; Critical of the Political Economy; Political Economy of Music; fan study; Culture and development.



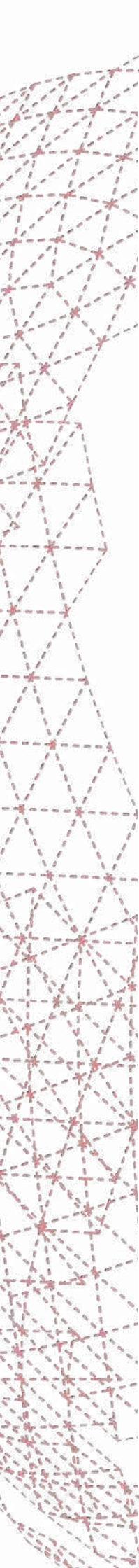
## Introdução

A trajetória do OBSCOM/CEPOS confunde-se com a constituição do sub-campo da Economia Política da Comunicação (EPC) no Brasil e na América Latina. Ao mesmo tempo que reflete esforços individuais, sua consolidação só pode ser entendida quando se observa o amálgama de um trabalho coletivo, institucionalmente vinculado ao desenvolvimento dos programas de iniciação científica e de pós-graduação em Economia e em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (UFS), com articulação em nível nacional e internacional a partir de um centro periférico de produção de conhecimento.

Em outra oportunidade (BOLAÑO; SANTOS, 2017), expusemos a evolução do grupo, salientando, entre outras coisas, a fusão que se realiza entre o OBSCOM, da UFS, e o grupo CEPOS, da Universidade do Vale dos Sinos (UNISINOS), até então coordenado pelo saudoso professor Valério Brittos. Com o seu falecimento em 2012, buscando garantir a continuidade de uma herança de estudos teóricos e empíricos de importante contribuição para a EPC, o grupo passa a ser sediado na UFS e, sob a coordenação do professor César Bolaño, passa a se inscrever no CNPq como OBSCOM/CEPOS, abarcando no seu núcleo central pesquisadores da UFS e da Universidade Federal de Alagoas (UFAL).

Nos seus enlances internacionais, o grupo, na figura dos professores César Bolaño e Verlane Aragão Santos, esteve na fundação da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (ULEPICC Federação) em 2002 na cidade de Sevilha, Espanha. Constituem-se também sócios fundadores do capítulo Brasil, integrando sua diretiva por várias gestões. A inserção nesses espaços é lastreada pelo desenvolvimento de outras ações: a criação e a manutenção, a partir do grupo, da Rede de Economia Política das Tecnologias da Informação e da Comunicação (EPTIC) (site EPTIC) e da Revista EPTIC online, e pela participação na criação dos grupos de trabalho de EPC na Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS), na Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM) e na Associação Latino-Americana de Investigadores em Comunicação (ALAIIC).

O artigo ora apresentado propõe retomar e atualizar a trajetória do grupo, observando especialmente a apropriação, no âmbito da produção na forma de artigos em revistas, livros, capítulos de livros, dissertações, teses, manutenção de uma revista eletrônica internacional, de um site e de uma rede de articulação de pesquisadores internos e externos, e em registros de eventos promovidos, de temáticas e problemáticas que, por um lado, avançam em direção a fenômenos pouco explorados até um dado estágio da atuação do grupo e, por outro, expressa o amadurecimento de um arcabouço teórico e metodológico, fundado na economia política, entendida



em termos mais precisos como uma crítica da economia política, tal como realizada por Marx.

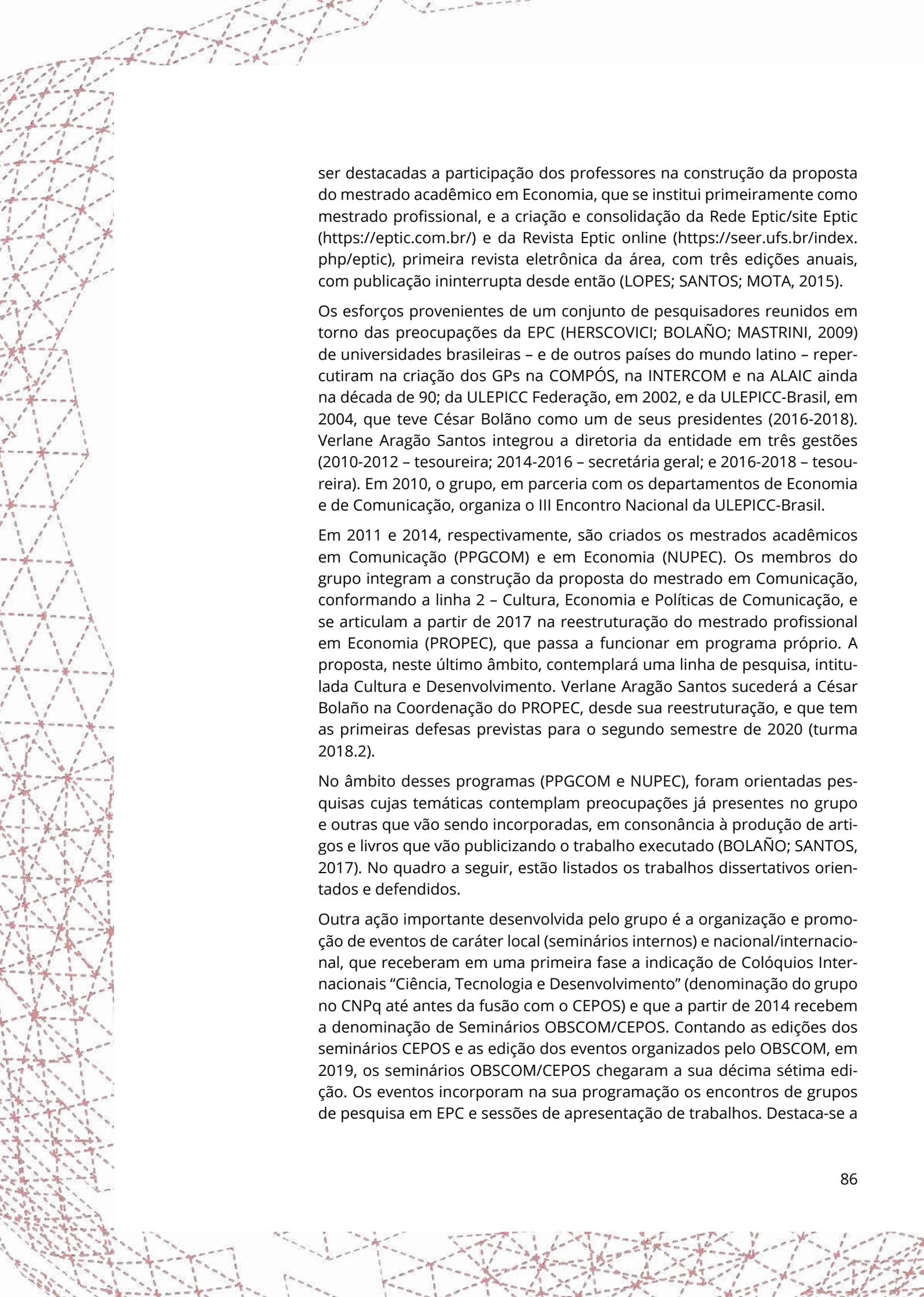
Em outro material publicado (BOLAÑO; SANTOS, 2018a), ao levantar argumentos que qualificavam o livro “Mercado Brasileiro de Televisão”, publicado em 1988, de César Bolaño, como o marco inicial da EPC no Brasil, identificamos elementos que justificam a realização daquela empreitada – da crítica da economia política – contra uma hegemonia no campo da comunicação, compreendida em termos de uma “luta epistemológica” (BOLAÑO, 2015b), no âmbito da construção de “epistemologias contra-hegemônicas” (LOPES, 2018).

Escrito a oito mãos, por uma professora doutora e uma das coordenadoras do grupo e por três ex-orientandos de mestrado, mestres em Comunicação, sendo um destes professor substituto em universidade federal, pretendemos com o presente texto tanto apresentar de forma atualizada a trajetória do grupo (item 1), conforme já falamos, como tratar de forma mais aprofundada três temáticas de estudos desenvolvidas por integrantes do grupo. Essas temáticas representam desdobramentos de estudos já com algum percurso estabelecido e também novas preocupações com enlaces muito próprios no interior do grupo como de suas interfaces institucionais. São elas: a economia política da música (item 2), a relação entre cultura e desenvolvimento (item 3) e os estudos de fãs (item 4).

Nas considerações finais, propositiva em termos de um programa de investigação e na esteira de uma reivindicação da tradição marxiana e marxista no contexto de debate interno à própria EPC no Brasil e de contendas internacionais, levantamos a necessidade de apontar a centralidade do trabalho como categoria basilar na conformação de uma análise que abarque a compreensão sobre o desenvolvimento das forças produtivas e das relações sociais capitalistas, de sua expansão para os setores de comunicação e culturais e da investigação nos marcos do capitalismo contemporâneo dos processos de criação e realização do valor, tendo como perspectiva o problema da crise sistêmica e do papel das novas tecnologias da informação e da comunicação (TIC), tendo a internet como epicentro do fenômeno.

## **1. Trajetória, atuação e perspectivas de análise do grupo OBSCOM/CEPOS**

O grupo OBSCOM/CEPOS, inscrito no CNPq como “Comunicação, Economia Política e Sociedade – OBSCOM/CEPOS”, originou-se do Observatório de Economia e Comunicação (OBSCOM) criado na década de 90 na UFS, baseando suas atividades no desenvolvimento de projetos de iniciação científica, que avançaram até a primeira década deste século trabalhando com temas relacionados ao mercado de televisão, às políticas de comunicação e da cultura e ao setor das telecomunicações. Desta década, ainda devem



ser destacadas a participação dos professores na construção da proposta do mestrado acadêmico em Economia, que se institui primeiramente como mestrado profissional, e a criação e consolidação da Rede Eptic/site Eptic (<https://eptic.com.br/>) e da Revista Eptic online (<https://seer.ufs.br/index.php/eptic>), primeira revista eletrônica da área, com três edições anuais, com publicação ininterrupta desde então (LOPES; SANTOS; MOTA, 2015).

Os esforços provenientes de um conjunto de pesquisadores reunidos em torno das preocupações da EPC (HERSCOVICI; BOLAÑO; MASTRINI, 2009) de universidades brasileiras – e de outros países do mundo latino – repercutiram na criação dos GPs na COMPÓS, na INTERCOM e na ALAIC ainda na década de 90; da ULEPICC Federação, em 2002, e da ULEPICC-Brasil, em 2004, que teve César Bolaño como um de seus presidentes (2016-2018). Verlane Aragão Santos integrou a diretoria da entidade em três gestões (2010-2012 – tesoureira; 2014-2016 – secretária geral; e 2016-2018 – tesoureira). Em 2010, o grupo, em parceria com os departamentos de Economia e de Comunicação, organiza o III Encontro Nacional da ULEPICC-Brasil.

Em 2011 e 2014, respectivamente, são criados os mestrados acadêmicos em Comunicação (PPGCOM) e em Economia (NUPEC). Os membros do grupo integram a construção da proposta do mestrado em Comunicação, conformando a linha 2 – Cultura, Economia e Políticas de Comunicação, e se articulam a partir de 2017 na reestruturação do mestrado profissional em Economia (PROPEC), que passa a funcionar em programa próprio. A proposta, neste último âmbito, contemplará uma linha de pesquisa, intitulada Cultura e Desenvolvimento. Verlane Aragão Santos sucederá a César Bolaño na Coordenação do PROPEC, desde sua reestruturação, e que tem as primeiras defesas previstas para o segundo semestre de 2020 (turma 2018.2).

No âmbito desses programas (PPGCOM e NUPEC), foram orientadas pesquisas cujas temáticas contemplam preocupações já presentes no grupo e outras que vão sendo incorporadas, em consonância à produção de artigos e livros que vão publicizando o trabalho executado (BOLAÑO; SANTOS, 2017). No quadro a seguir, estão listados os trabalhos dissertativos orientados e defendidos.

Outra ação importante desenvolvida pelo grupo é a organização e promoção de eventos de caráter local (seminários internos) e nacional/internacional, que receberam em uma primeira fase a indicação de Colóquios Internacionais “Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento” (denominação do grupo no CNPq até antes da fusão com o CEPOS) e que a partir de 2014 recebem a denominação de Seminários OBSCOM/CEPOS. Contando as edições dos seminários CEPOS e as edições dos eventos organizados pelo OBSCOM, em 2019, os seminários OBSCOM/CEPOS chegaram a sua décima sétima edição. Os eventos incorporam na sua programação os encontros de grupos de pesquisa em EPC e sessões de apresentação de trabalhos. Destaca-se a

Ano de defesa	Autor/a	Título	Programa	Orientador/a
2020	Aianne Amado Nunes Costa	Please come to Brazil: uma análise crítica dos fãs brasileiros como apreciadores de objetos culturais internacionais	Comunicação	Verlane Aragão Santos
2019	Marcelo Rangel Lima	O engenho criativo da Mussuca: desenvolvimento e cultura no campo negro de Laranjeiras, Sergipe	Comunicação	Verlane Aragão Santos
2018	Flávio Marcílio Maia e Silva Júnior	Música em Fluxo: transformações na indústria fonográfica a partir do streaming	Comunicação	Verlane Aragão Santos
2018	Pedro Alexandre de Oliveira Santos	A Política de Distribuição da Verba Publicitária do Governo Federal no Brasil (2000/2014)	Comunicação	César Ricardo Siqueira Bolaño
2017	Edson Ramos de Oliveira Costa	Mercado de Música Gospel: como nasce uma Indústria Cultural	Comunicação	Verlane Aragão Santos
2017	Irla Suellen da Costa Rocha	Museu, Cultura e Criatividade: o Museu da Gente e as políticas públicas no Brasil	Comunicação	Verlane Aragão Santos
2017	Antônio Vinicius Oliveira Gonçalves	Contra-hegemonia, mediação e apropriação social: um estudo sobre o MTST e a ocupação urbana como meio de comunicação	Comunicação	César Ricardo Siqueira Bolaño
2015	Marcelo Wagner Oliveira Correia	Museus, Criatividade e Desenvolvimento: o caso de Sergipe	Economia	Verlane Aragão Santos
2015	Ana Carolina Westrup Machado	1º CONFECOM: Análise sobre os atores e propostas aprovadas sobre TV no Brasil	Comunicação	César Ricardo Siqueira Bolaño
2015	Bruna Távora de Sousa Martins	Hegemonia e Mediação: reflexões sobre o trabalho cultural a partir do programa de TV Esquenta	Comunicação	César Ricardo Siqueira Bolaño
2015	Werden Tavares Pinheiro	TV Pública Para Que e Para Quem? Contexto Econômico e Político das Gestões nas Emissoras Públicas: os casos das TVs Cultura e Aperipê	Comunicação	César Ricardo Siqueira Bolaño
2014	Demétrio Rodrigues Varjão	Indústria Cultural e Música: reestruturação da indústria fonográfica e o mercado da música em Sergipe	Comunicação	Verlane Aragão Santos
2014	Paulo Victor Purificação Melo	Estado e Comunicação: Uma análise das TVs Legislativas estaduais no Brasil	Comunicação	César Ricardo Siqueira Bolaño
2014	Wesley Pereira de Castro	Interstícios da Pornochanchada Brasileira: Relações ambíguas entre vendabilidade e contestação política nos filmes produzidos pela Boca do Lixo na primeira metade da década de 1980	Comunicação	Verlane Aragão Santos
2010	Luciane Dias de Azevedo	Estatísticas Culturais: Cultura Popular e Políticas de Desenvolvimento no Nordeste	Economia	César Ricardo Siqueira Bolaño
2010	José Guilherme Cunha Castro Filho	Os Limites da Subsunção do Trabalho Intelectual no Processo Produtivo de Software	Economia	César Ricardo Siqueira Bolaño
2009	Marcos Vinicius Nascimento Gonzalez	Reestruturação Capitalista e Políticas Públicas para Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil e no Mundo: Elementos para	Economia	César Ricardo Siqueira Bolaño

Quadro 1 – Dissertações orientadas no âmbito do OBSCOM/CEPOS

Fonte: autoria própria

1. Algumas publicações referentes aos seminários OBSCOM/CEPOS estão disponíveis:

- XV Seminário OBSCOM/CEPOS ("Economia Política, Comunicação e Africanidades"): [http://eptic.com.br/wp-content/uploads/2018/08/EBOOK\\_OBSCOM\\_2018.pdf](http://eptic.com.br/wp-content/uploads/2018/08/EBOOK_OBSCOM_2018.pdf);

- XIV Seminário OBSCOM/CEPOS ("Comunicação e Marxismo"): <https://drive.google.com/file/d/0B1A6TC71KNo9VFpHeThGUGVqVms/view>;

- XIII Seminário OBSCOM/CEPOS e I Fórum Regional ALAIC Cone Sul (20 anos de criação do Observatório de Economia e Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (OBSCOM/UFS), os 15 anos da Rede de Economia Política das Tecnologias da informação e da Comunicação (Rede EPTIC) e da Revista Eptic Online e os 12 anos de fundação do grupo "Comunicação, Economia Política e Sociedade (CEPOS)": <http://eptic.com.br/ebook1-obscomepos/?fbclid=IwAR0rc5bU4iGRsYUxM9Jw3u4gBgzsXBVM8Y-OL0DkWiuq7W8OTn-qfjWRcbuo>.

2. Produções em coautoria: Herrera-Jaramillo e Bolaño (2019) e Bolaño e Herrera-Jaramillo (2019).

3. Produção em coautoria: Figueiredo Sobrinho e Bolaño (2017); e autoria solo: Figueiredo Sobrinho (2019a, 2019b, entre outras).

4. Produção em coautoria: Bolaño e Santos (2020).

realização, junto com a décima-sexta edição do evento, do II Encontro da Rede Celso Furtado de Pesquisa em Comunicação, Cultura e Desenvolvimento (COMCEDE), com apoio do Centro Internacional Celso Furtado de Políticas para o Desenvolvimento (CICEF); e com o décimo terceiro, do I Fórum Regional ALAIC Cone Sul, entidade presidida naquele momento por César Bolaño (2012-2014)<sup>1</sup>.

Ao longo da última década, mantiveram-se os projetos em iniciação científica, promovendo inclusive a integração da graduação com a pós-graduação, recebendo aporte de recursos de agências estaduais e nacionais de financiamento. Os projetos são: "Cadeia Produtiva da Música em Sergipe" (2010-2011), "Economia Política da Música em Sergipe: trabalho, tecnologia e mercado" (2010-2014), "Cadeias Produtivas da Cultura em Sergipe: mapeamento e dinâmica dos circuitos culturais" (2013-2014), "Cadeias Produtivas da Cultura em Sergipe: os casos do audiovisual e do teatro" (2014-2015), "Trabalhadores da Música: perfil da mão-de-obra empregada no mercado de música de Sergipe" (2015-2017) e "Trabalho, cultura e criatividade: autonomia/heteronomia dos 'empreendedores da música'" (2017-2018), coordenados por Verlane Aragão Santos; "As indústrias de conteúdo frente aos desafios da digitalização e da convergência" (2011-2014), "O mercado brasileiro de televisão frente aos desafios da digitalização e da convergência: uma perspectiva regional" (2014-2017) e "Mercado brasileiro de televisão em perspectiva regional e a economia política da internet" (2017-2018), coordenados por César Bolaño.

Como referência no campo, Bolaño recebeu pesquisadores de doutorado e pós-doutorado, que se integraram permanentemente ao grupo. É o caso de Maurício Herrera-Jaramillo, doutorando em História Econômica da USP, que desenvolveu estudos e produziu artigos voltados ao tema da dependência cultural, acumulação primitiva de conhecimento e subsunção do trabalho intelectual<sup>2</sup>. Carlos Peres de Figueiredo Sobrinho realizou seu pós-doutorado vinculado ao PPGCOM, desenvolvendo estudos e artigos sobre coletivos de mídias e o trabalho jornalístico<sup>3</sup>, atuando hoje na graduação em Comunicação e na pós-graduação em Economia (PROPEC). E realizando doutoramento na UnB, Anderson David Gomes dos Santos é um dos remanescentes do grupo CEPOS, tendo sido orientando de Valério Brittos no mestrado. Tem se notabilizado com pesquisas sobre o futebol, na perspectiva da EPC<sup>4</sup>, e atualmente figura como presidente da ULEPICC-Brasil.

Nas considerações finais, retomaremos essas contribuições, permitindo observar como se estrutura atualmente o grupo, tendo como foco o tema do trabalho. Antes, reservaremos nos itens seguintes atenção especial para três temáticas, apontando aportes de análise premiados nos nossos estudos.

5. Disponível em: < <http://obscom.com.br/musica/sobre-a-pesquisa/>>. Acesso em: 14 abr. de 2020.

## 2. Paradigma tecnológico e reestruturação na indústria fonográfica

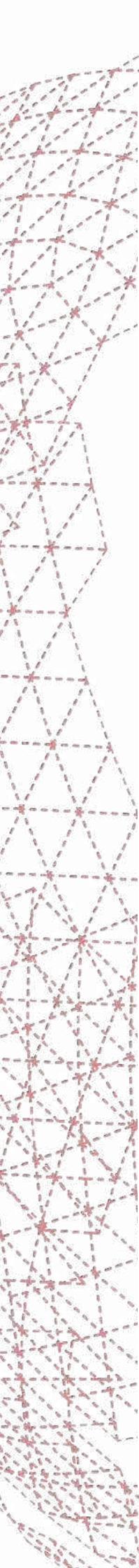
Durante os últimos dez anos, o OBSCOM apresentou pesquisas no campo da música, colocando-a como um importante produto a ser estudado ao trazer reflexões tecnológicas, culturais, econômicas e sociais. Integrada à EPC, a Economia Política da Música se apresenta como um subcampo vasto e dinâmico, pautando questões locais de produção e trabalho ou trazendo problemáticas mais abrangentes e contemporâneas como as relacionadas com as novas TIC. As discussões realizadas nos seminários de Economia Política da Música, ocorridos de 2011 a 2015 pelo OBSCOM em Sergipe, e a pesquisa<sup>5</sup> coordenada por Santos (2014) foram importantes para a consolidação das pesquisas posteriores que aqui serão apresentadas. Para isto, se faz necessário um breve relato da trajetória da indústria fonográfica para o entendimento das pesquisas realizadas.

Os processos de organização da indústria fonográfica são iniciados, de acordo com Jacques Attali (1995), na passagem da música como representação para repetição no começo do século XX. A repetição surge como uma técnica industrial que deu certo, principalmente na produção material, dando lugar ao intercâmbio de signos e colocando o *show-business*, o *star-system* e os *hits* como características que designaram uma profunda colonização institucional e cultural (ATTALI, 1995). O modo de repetir música a partir de suportes gravados foi fundamental para a criação de uma rede de organização da economia (política) da música compreendida por Santos (2015, p. 136) como:

um campo de relações sociais que são constituídas com o propósito de efetuar, sob a lógica do capital, processos de produção, distribuição e consumo de bens culturais/musicais, sendo, por sua vez, estruturados com base em três elementos determinantes: os parâmetros tecnológicos; a organização do mercado, em que pesa a atuação dos atores hegemônicos; e as formas de subsunção do trabalho cultural no capital.

Estas características criaram uma lógica de produção adaptável aos meios de comunicação que surgiram posteriormente, como a televisão e as novas tecnologias como a internet. A chegada e o desenvolvimento da televisão demarcaram um novo momento para a produção de mercadorias culturais. Sua centralidade como uma indústria cultural matriz daria à música um novo patamar de produção, distribuição e consumo pelos programas musicais televisivos e pelas trilhas sonoras de novelas, colocando-a como dinâmica em diferentes processos.

Isso se evidencia na virada do século com a digitalização de produtos culturais, fortalecida pela internet, colocando a música numa condição de laboratório (HERSCHMANN, 2010). A primeira década dos anos 2000 traria mais um processo de reestruturação da indústria fonográfica, agora no meio di-



gital. Neste período, a música pode ser consumida de forma gratuita pela internet e isso começou a gerar um descontrole e preocupação nas gravadoras, principais afetadas, trazendo diversas transformações para a cadeia produtiva de música, como a popularidade de artistas de nicho e o fortalecimento das apresentações ao vivo (*shows*). Como solução, nos primeiros anos da década houve a proposição da compra de música baixada pelos aparelhos celulares, porém a “solução” mais adequada apareceria anos depois com a popularização do *streaming*.

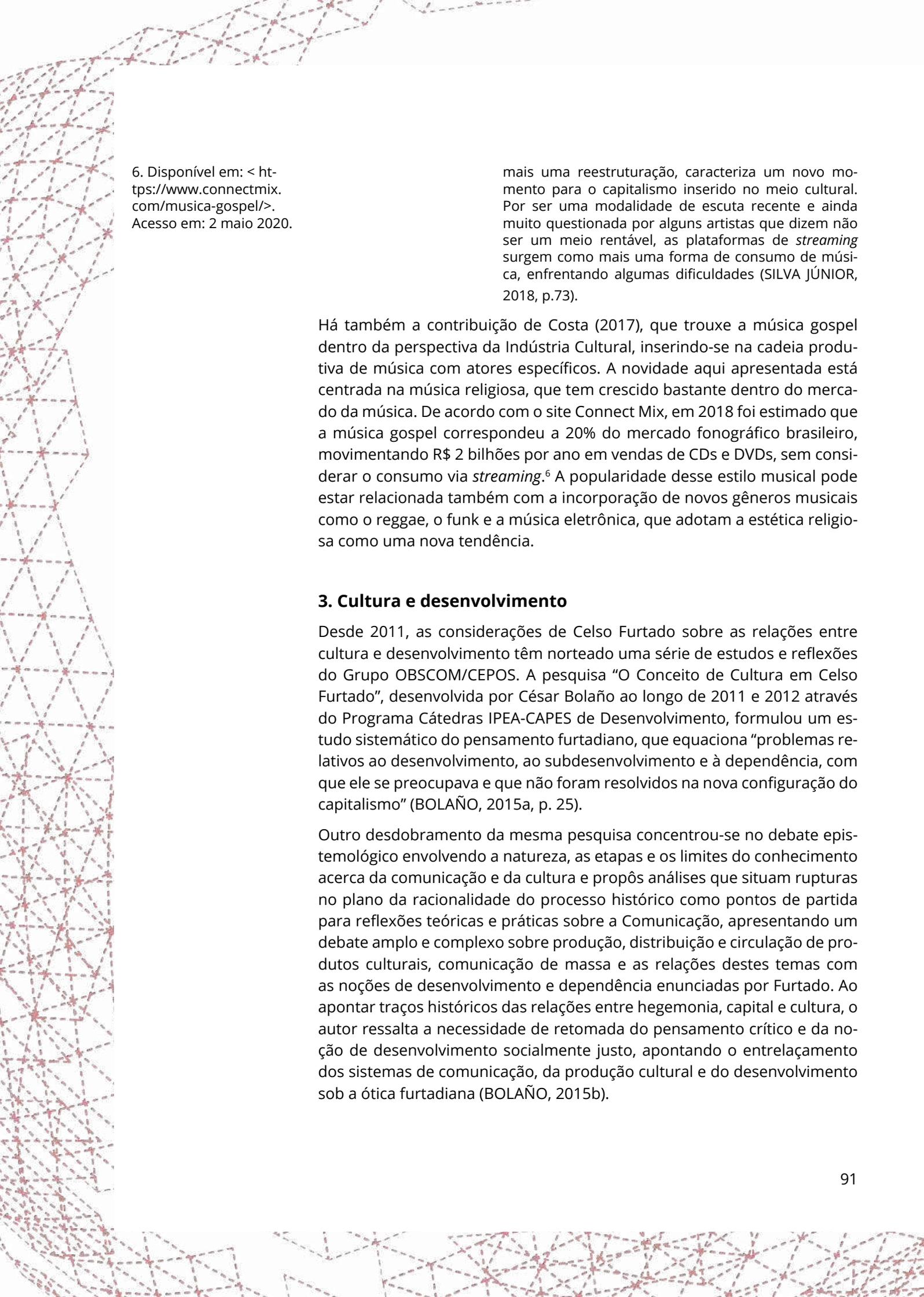
O processo de reestruturação da indústria fonográfica foi observado em algumas pesquisas de mestrado realizadas pelo OBSCOM no PPGCOM/UFS. A investigação de Varjão (2014) trouxe essas mudanças para uma lógica local, no estado de Sergipe. O autor propõe em sua pesquisa a adaptação de um modelo de análise para a indústria fonográfica tendo como referência os *shows* no estado, baseado no modelo criado por Bolaño (2000) para as indústrias do audiovisual. O modelo explanaria a cadeia produtiva da economia da música, inicialmente trazida por Prestes Filho (2004) e considerada superficial para os estudos da EPC por não permitir “desvendar as bases sobre as quais se estrutura a lógica de funcionamento do mercado da música” (VARJÃO, 2014, p. 22).

O estudo foca nos artistas sergipanos, com suas dificuldades de atuação e dependências, principalmente do Estado, que se interessa em manter um envolvimento direto no impulsionamento do mercado de *shows*, um dos mais importantes setores da Indústria Cultural em Sergipe (VARJÃO, 2014).

Os eventos públicos, que chegam a atrair e concentrar centenas de milhares de pessoas num único espaço, possibilitam o estabelecimento de uma mediação entre o Estado e as massas de cidadãos/eleitores. São, portanto, espaços privilegiados para a difusão ideológica das classes dirigentes, reservados também para o embate entre as frações políticas locais que disputam os governos em níveis estadual e municipal (VARJÃO, 2014, p. 68).

Outra pesquisa, mais direcionada à reestruturação tecnológica trazida pela digitalização, é apresentada por Silva Júnior (2018), que propõe uma análise da inserção do *streaming* no mercado de música, trazendo novos atores e estratégias de circulação musical no meio digital. Na pesquisa são observadas a atuação da plataforma digital *Spotify*, que age como uma gravadora em dois projetos (*Spotify Sessions* e *Spotify Singles*), dispensando assim a intermediação das *majors*, e a entrada das empresas agregadoras na lógica dessa cadeia produtiva, que cuidam de toda a inserção das músicas dos artistas, principalmente os de pequeno porte, nas plataformas de *streaming*. Neste contexto:

A ascensão dos serviços de *streaming* reflete o novo momento da indústria da música que, ao passar por



6. Disponível em: < <https://www.connectmix.com/musica-gospel/>>. Acesso em: 2 maio 2020.

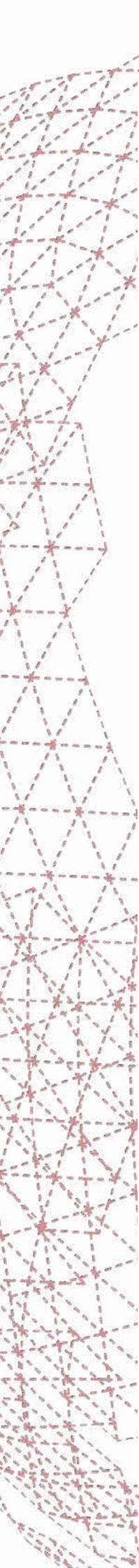
mais uma reestruturação, caracteriza um novo momento para o capitalismo inserido no meio cultural. Por ser uma modalidade de escuta recente e ainda muito questionada por alguns artistas que dizem não ser um meio rentável, as plataformas de *streaming* surgem como mais uma forma de consumo de música, enfrentando algumas dificuldades (SILVA JÚNIOR, 2018, p.73).

Há também a contribuição de Costa (2017), que trouxe a música gospel dentro da perspectiva da Indústria Cultural, inserindo-se na cadeia produtiva de música com atores específicos. A novidade aqui apresentada está centrada na música religiosa, que tem crescido bastante dentro do mercado da música. De acordo com o site Connect Mix, em 2018 foi estimado que a música gospel correspondeu a 20% do mercado fonográfico brasileiro, movimentando R\$ 2 bilhões por ano em vendas de CDs e DVDs, sem considerar o consumo via *streaming*.<sup>6</sup> A popularidade desse estilo musical pode estar relacionada também com a incorporação de novos gêneros musicais como o reggae, o funk e a música eletrônica, que adotam a estética religiosa como uma nova tendência.

### 3. Cultura e desenvolvimento

Desde 2011, as considerações de Celso Furtado sobre as relações entre cultura e desenvolvimento têm norteado uma série de estudos e reflexões do Grupo OBSCOM/CEPOS. A pesquisa “O Conceito de Cultura em Celso Furtado”, desenvolvida por César Bolaño ao longo de 2011 e 2012 através do Programa Cátedras IPEA-CAPES de Desenvolvimento, formulou um estudo sistemático do pensamento furtadiano, que equaciona “problemas relativos ao desenvolvimento, ao subdesenvolvimento e à dependência, com que ele se preocupava e que não foram resolvidos na nova configuração do capitalismo” (BOLAÑO, 2015a, p. 25).

Outro desdobramento da mesma pesquisa concentrou-se no debate epistemológico envolvendo a natureza, as etapas e os limites do conhecimento acerca da comunicação e da cultura e propôs análises que situam rupturas no plano da racionalidade do processo histórico como pontos de partida para reflexões teóricas e práticas sobre a Comunicação, apresentando um debate amplo e complexo sobre produção, distribuição e circulação de produtos culturais, comunicação de massa e as relações destes temas com as noções de desenvolvimento e dependência enunciadas por Furtado. Ao apontar traços históricos das relações entre hegemonia, capital e cultura, o autor ressalta a necessidade de retomada do pensamento crítico e da noção de desenvolvimento socialmente justo, apontando o entrelaçamento dos sistemas de comunicação, da produção cultural e do desenvolvimento sob a ótica furtadiana (BOLAÑO, 2015b).

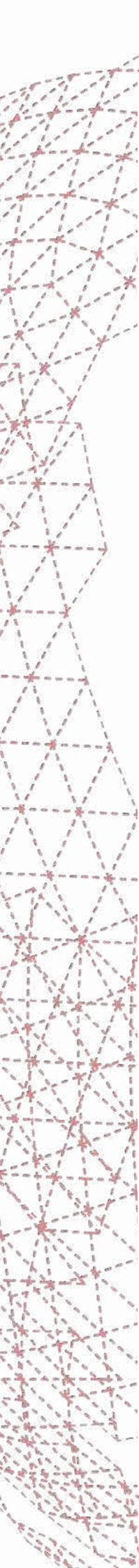


A investigação do modelo teórico furtadiano com foco na cultura possibilitou uma articulação com o Centro Celso Furtado para o Desenvolvimento (CICEF), que levou à criação da Rede Celso Furtado de Pesquisa em Comunicação, Cultura e Desenvolvimento (COMCEDE), efetivada em outubro de 2016 durante seminário realizado em atividade preliminar do Congresso ALAIC 2016, no México.

Com o propósito de retomar a contribuição de Furtado para o pensamento social latino-americano e visando a formulação de um amplo programa de investigação interdisciplinar, a Rede COMCEDE voltou a se reunir no XVI Seminário OBSCOM/CEPOS, realizado na UFS em maio de 2018, com apoio da Capes. Neste encontro, foi ressaltada a aproximação entre a diversidade de visões críticas sobre conceitos de desenvolvimento mais especificamente ligadas ao pensamento furtadiano, como a autonomia cultural, as políticas culturais e a criatividade, bem como as questões de desenvolvimento e soberania no cenário atual.

As mesas de debate do Seminário, estabelecidas em torno do tema “Comunicação, Cultura e Desenvolvimento”, geraram o dossiê temático do primeiro número do vigésimo ano de existência da Revista Eptic, com contribuições de Ruy Sardinha Lopes (Universidade de São Paulo/Brasil), Aníbal Orué Pozzo (Universidad Federal de la Integración Latino Americana/Paraguai), Ancízar Narvaéz (Universidad Pedagógica Nacional de Colombia/Colômbia), Alain Herscovici (Universidade Federal do Espírito Santo/Brasil), Silvia Lago Martinez (Universidad de Buenos Aires/Argentina) e Carlos Figueiredo (Universidade Federal de Sergipe/Brasil). O dossiê trouxe também um texto de Celso Furtado apresentado originalmente por ocasião da divulgação do relatório Nuestra Diversidad Creativa, produzido pela Comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento, criada em 1990 no âmbito da Unesco, e uma entrevista com o ex-senador Saturnino Braga, presidente do Centro Internacional Celso Furtado para o Desenvolvimento (CICEF).

Em dissertação de mestrado orientada por Verlaine Aragão Santos, Marcelo Rangel (2019) parte das contribuições de Celso Furtado para compreensão do binômio cultura e desenvolvimento que relacionam o desenvolvimento do potencial criativo ao enriquecimento de um universo simbólico e coletivo de valores e da acumulação material que envolva o desenvolvimento de potencialidades humanas (FURTADO, 2003) para problematizar as relações entre desenvolvimento e as expressões artístico-culturais presentes na cidade de Laranjeiras, que despontou como núcleo urbano no estado de Sergipe entre a primeira e a segunda metades do século XIX. Na perspectiva do método histórico-estrutural e à luz de dados apontados em pesquisas históricas e reflexões de viés antropológico, o estudo apresenta linhas de argumentação para demonstrar como o desenvolvimento imitativo indicado por Furtado reforçou tendências elitistas e excludentes, resultantes de um quadro societal fundado na economia primário-exportadora de base escravista.



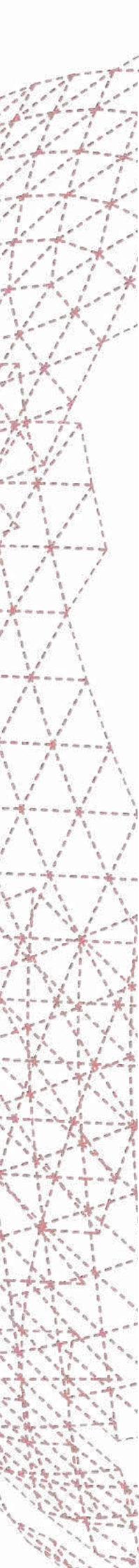
O estudo de Rangel baseia-se ainda na noção furtadiana de civilização industrial, que parte da leitura histórica da reprodução e legitimação de estruturas de poder europeias e da difusão mundial de valores culturais e padrões de consumo modernizadores e civilizatórios, na qual a racionalidade instrumental fundamenta-se na produtividade e “na inovação técnica (fundada na experiência empírica ou em conhecimentos científicos), posta a serviço de um sistema de dominação social” (FURTADO, 2008, p. 83). Os processos que consolidaram a civilização industrial firmaram a adoção de sistemas de produção ampliados e complexificados, bem como conjuntos de valores de países centrais materializados em hábitos de consumir, morar e se vestir que pautaram a importação de métodos e técnicas de produção, configurando uma dependência de base cultural, reproduzida na adoção de padrões de consumo ditados por estilos de vida dos países que lideram o progresso tecnológico, provocando bloqueios em processos de desenvolvimento (FURTADO, 1984).

Rangel (2019) destaca que, para Furtado, há dois processos de criatividade, um relacionado à técnica, ao instrumental que possibilita o aumento de sua capacidade de ação, e outro que está ligado ao uso destes meios, os valores que vamos adicionando ao que o autor denomina como sendo nosso patrimônio. Considerando a criatividade em Furtado como a energia que se vale da riqueza cultural de uma nação para promover autonomia, numa concepção plural do desenvolvimento, como processo que transcende parâmetros econômicos e emerge como alargamento do leque de possibilidades e oportunidades. Deste modo:

a rigor, é quando a capacidade criativa do homem volta-se para a descoberta dele mesmo, empenha-se em enriquecer o seu universo de valores, que se pode falar de desenvolvimento. Efetiva-se o desenvolvimento quando a acumulação conduz à criação de valores que se difundem em importantes segmentos da coletividade (FURTADO, 2019, p. 77).

A pesquisa demonstra como o processo histórico que modelou o desenvolvimento local de Laranjeiras – marcado pela economia açucareira num contexto de exploração do trabalho escravo, rebeliões e estratégias de resistência cultural – estabeleceu espaços de atuação que consolidaram práticas simbólicas que se sobressaem frente a matrizes brancas e europeias. A opulência econômica de Laranjeiras, esculpida pela mão de obra escravizada que sofreu maus tratos e torturas, provocou, como em todo o Brasil, revoltas e fugas para florestas que deram origem a quilombos ou mocambos. No entanto, muitos permaneciam refugiados em matas próximas às senzalas para articular alianças com escravos, escambo de alimentos e interações sociais, protetivas e comerciais com donos de sítios e engenhos.

Nesse contexto, destaca-se o Povoado Mussuca, em Laranjeiras, comunidade que recebeu certificação de autorreconhecimento como território remanescente de quilombos pela Fundação Cultural Palmares (FCP), em



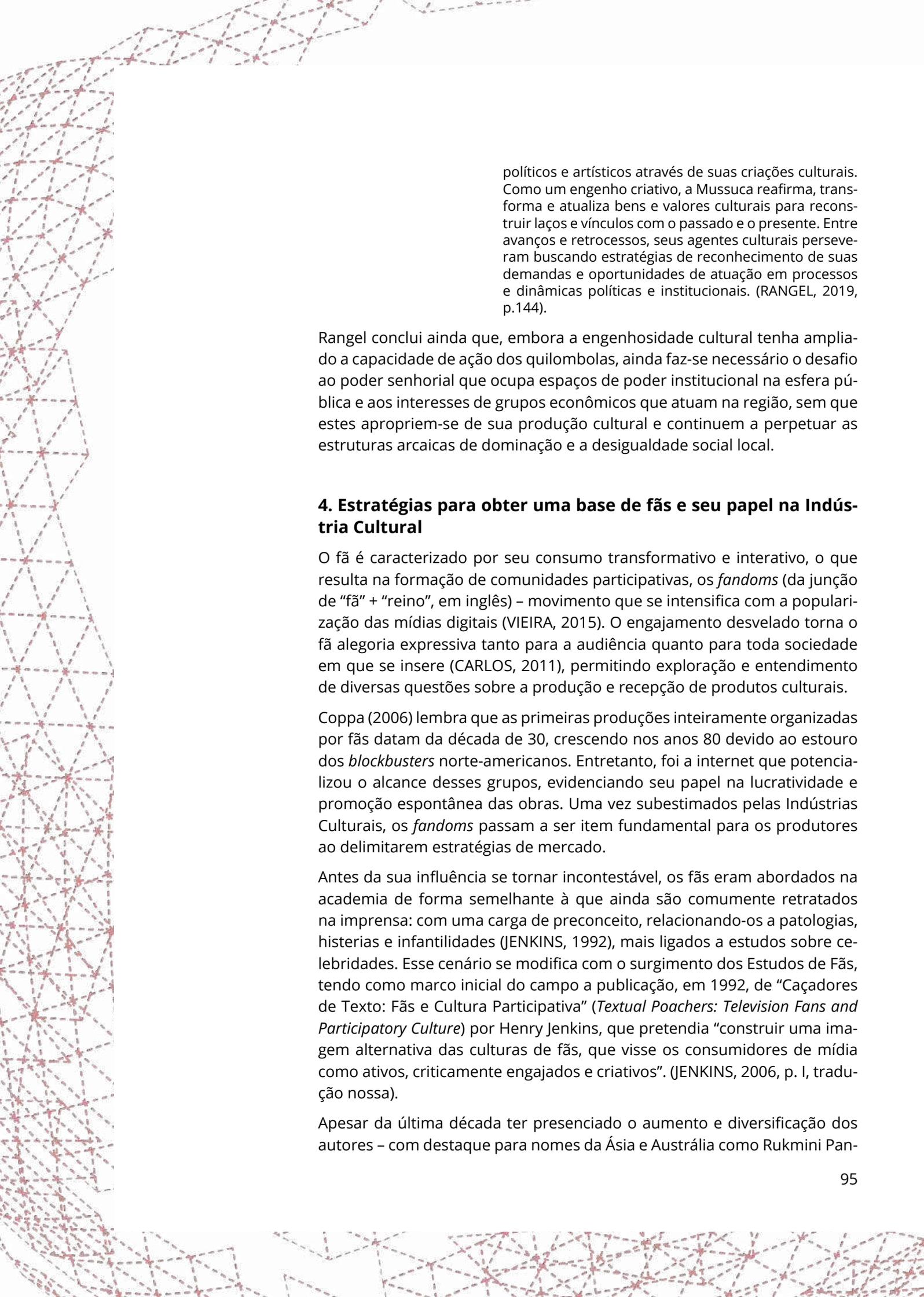
2006, e cujas referências e matrizes africanas se destacam na diversidade cultural de Sergipe. Suas celebrações tradicionais e a inserção de manifestações culturais comunitárias em eventos e celebrações oficiais propicia à comunidade inserção em círculos artísticos, sociais e políticos. Com base no pensamento de Furtado e nas proposições de organizações intergovernamentais e à luz de dados apontados em pesquisas históricas e reflexões de viés antropológico, são apresentadas linhas de argumentação sobre tais processos e sobre agentes locais de transformação, destacando suas capacidades criativas como indutoras de visibilidade e integração social.

As expressões culturais mussuquenses vêm sendo incorporadas ao repertório de expressões artístico-culturais populares da cidade de Laranjeiras e do estado de Sergipe desde os anos 1970. Rangel demonstra como danças, ritmos e ritos têm se constituído como elementos simbólicos que viabilizam a inserção social da comunidade, de modo que os atores culturais atuam como porta-vozes de anseios coletivos que promovem conexões entre práticas culturais locais e o conjunto da sociedade, através da manutenção de um acervo cultural que:

manteve relações com suas matrizes culturais mais profundas, raízes africanas que potencializaram uma criatividade comunitária e geraram uma visibilidade social da Mussuca, indutora da satisfação de necessidades coletivas, como as casas populares da comunidade, o fornecimento de energia, o calçamento e a participação em processos políticos. Suas expressões artístico-culturais são elementos distintivos da identidade regional e reconhecidas por instâncias de Estado como representações simbólicas do povo sergipano em processos de patrimonialização. Entretanto, a organização em associações e participação em espaços deliberativos e consultivos ainda não se materializa numa criatividade política que viabilize avanços em todos os campos da vida social (RANGEL, 2019, p. 131).

O trabalho indica como o pensamento furtadiano permite interpretar a cultura mussuquense “como fruto de uma criatividade que se alimenta da sua identidade cultural para impulsionar a comunidade na direção do desenvolvimento, a partir do prestígio sociocultural modelado pela ação de mestres e brincantes” (RANGEL, 2019, p. 132). Levando em conta a visão do desenvolvimento como “via de acesso a formas sociais mais aptas para estimular a criatividade humana e para responder às aspirações de uma coletividade” (FURTADO, 1984, p. 70), aponta-se a criatividade cultural da comunidade como expressão de anseios e seria de reconhecimento social, pois:

A força física dos corpos negros que movia engenhos de açúcar dá lugar a uma inventividade expressiva que se vale de políticas públicas voltadas para a valorização da memória e da identidade para conquistar espaços de interlocução com diferentes agentes sociais,



políticos e artísticos através de suas criações culturais. Como um engenho criativo, a Mussuca reafirma, transforma e atualiza bens e valores culturais para reconstruir laços e vínculos com o passado e o presente. Entre avanços e retrocessos, seus agentes culturais perseveraram buscando estratégias de reconhecimento de suas demandas e oportunidades de atuação em processos e dinâmicas políticas e institucionais. (RANGEL, 2019, p.144).

Rangel conclui ainda que, embora a engenhosidade cultural tenha ampliado a capacidade de ação dos quilombolas, ainda faz-se necessário o desafio ao poder senhorial que ocupa espaços de poder institucional na esfera pública e aos interesses de grupos econômicos que atuam na região, sem que estes apropriem-se de sua produção cultural e continuem a perpetuar as estruturas arcaicas de dominação e a desigualdade social local.

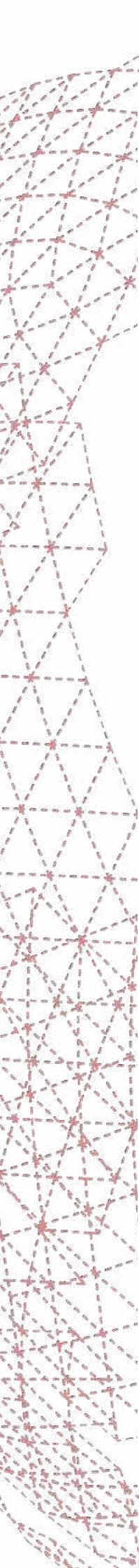
#### **4. Estratégias para obter uma base de fãs e seu papel na Indústria Cultural**

O fã é caracterizado por seu consumo transformativo e interativo, o que resulta na formação de comunidades participativas, os *fandoms* (da junção de “fã” + “reino”, em inglês) – movimento que se intensifica com a popularização das mídias digitais (VIEIRA, 2015). O engajamento desvelado torna o fã alegoria expressiva tanto para a audiência quanto para toda sociedade em que se insere (CARLOS, 2011), permitindo exploração e entendimento de diversas questões sobre a produção e recepção de produtos culturais.

Coppa (2006) lembra que as primeiras produções inteiramente organizadas por fãs datam da década de 30, crescendo nos anos 80 devido ao estouro dos *blockbusters* norte-americanos. Entretanto, foi a internet que potencializou o alcance desses grupos, evidenciando seu papel na lucratividade e promoção espontânea das obras. Uma vez subestimados pelas Indústrias Culturais, os *fandoms* passam a ser item fundamental para os produtores ao delimitarem estratégias de mercado.

Antes da sua influência se tornar incontestável, os fãs eram abordados na academia de forma semelhante à que ainda são comumente retratados na imprensa: com uma carga de preconceito, relacionando-os a patologias, histerias e infantilidades (JENKINS, 1992), mais ligados a estudos sobre celebridades. Esse cenário se modifica com o surgimento dos Estudos de Fãs, tendo como marco inicial do campo a publicação, em 1992, de “Caçadores de Texto: Fãs e Cultura Participativa” (*Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*) por Henry Jenkins, que pretendia “construir uma imagem alternativa das culturas de fãs, que visse os consumidores de mídia como ativos, criticamente engajados e criativos”. (JENKINS, 2006, p. I, tradução nossa).

Apesar da última década ter presenciado o aumento e diversificação dos autores – com destaque para nomes da Ásia e Austrália como Rukmini Pan-



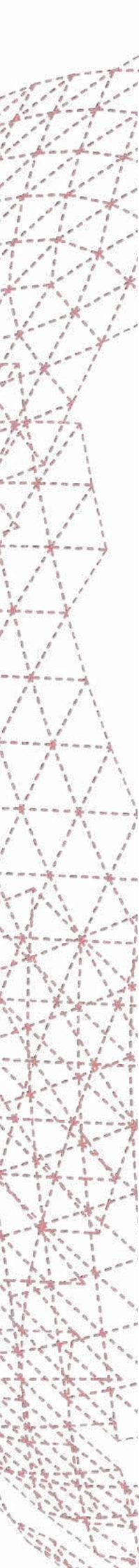
de, Berta Chin, Dorothy Lau e Katharina Freund –, ainda estão no eixo EUA/ Inglaterra os autores mais referenciados. Jenkins se mantém como o mais citado e suas publicações dão tom para a maioria do campo. Primo (2010, p. 7) caracteriza a abordagem do autor como festiva, priorizando a “inserção lucrativa dos fãs no processo midiático industrial”, observando um “engajamento e compromisso com as estratégias mercadológicas da mídia”.

Alguns autores do próprio campo já apontam que “a maioria dos estudos de fãs enfatiza as características positivas da troca e do empoderamento derivado dos interesses em objetos de prazer normalmente marginalizados”, e, portanto, pode “se beneficiar de uma teórica mais crítica” (STAIGER, 2010, p. 54, tradução nossa). Primo (2010, p. 7 e p. 27) cita a necessidade de se aprofundar nas “estratégias de poder do grande capital midiático e suas formas de cooptação das utopias libertárias da cibercultura” e na “análise crítica dos aspectos políticos envolvidos”, enquanto Busse e Hellekson (2014) citam nominalmente a Economia Política como uma das lacunas a esse campo.

Outrossim, os Estudos de Fãs se encaixam no universo de pesquisas ligadas à cultura pop, que também tende a priorizar as perspectivas do consumo em detrimento de discussões sobre a produção. Novamente a inserção da teoria crítica é apontada, com Soares (2014) sugerindo também a inclinação para campos adjacentes aos Estudos Culturais, como a EPC. Paralelamente, acreditamos que a EPC pode se beneficiar de pesquisas que tratem da cultura pop, considerando que a linha é comumente criticada pela centralização do âmbito da produção em debates referentes à mediação cultural. Para Murdock (1990, p. 196, tradução nossa), da escola britânica, a EPC “deve dar atenção às maneiras com que os prazeres do texto são estruturados pelas estratégias que os produtores seguem para aumentar ao máximo seu lucro”, já prevendo que as pesquisas que celebram a audiência estariam inclinadas ao discurso comercial.

Essas carências motivaram a inserção dos Estudos de Fãs no OBSCOM, também através de uma pesquisa de mestrado. A dissertação de Amado (2020) tem como objetivo central traçar o perfil do fã transnacional brasileiro e entender os contextos sociais, históricos e culturais que levaram a sua formação. Contudo, a carência por referências anteriores na EPC exigiu que os primeiros capítulos fossem à formação de uma teoria introdutória que abarque o objeto dos fãs e *fandoms* no guarda-chuva teórico da Economia Política.

Partindo do materialismo histórico, a autora contesta a aparente soberania dos fãs trazida em pesquisas anteriores, encontrando em Schneider (2015) e Bourdieu (2008) bases para questionar o processo de formação do gosto cultural, evidenciando estratégias lançadas pela Indústria Cultural para capturá-lo, discutindo, em seguida, o papel efetivo do fã nessa lógica. Conclui, então, que: “por mais que o gosto do público seja fundamental para o



funcionamento dessa lógica, seu poder de influência é significativamente menor que o interesse das indústrias, que, ao direcionar o que se conhece e o que é produzido, subordina também o próprio gosto” (AMADO, 2020, p. 74).

Este levantamento resultou ainda em material apresentado em eventos nacionais e permitiu que novos temas de interesse aos dois campos em questão sobressaíssem como sugestões para estudos futuros, como os chamados *fanworks* e *fan labor* e o papel das classes sociais para as dinâmicas nos *fandoms*.

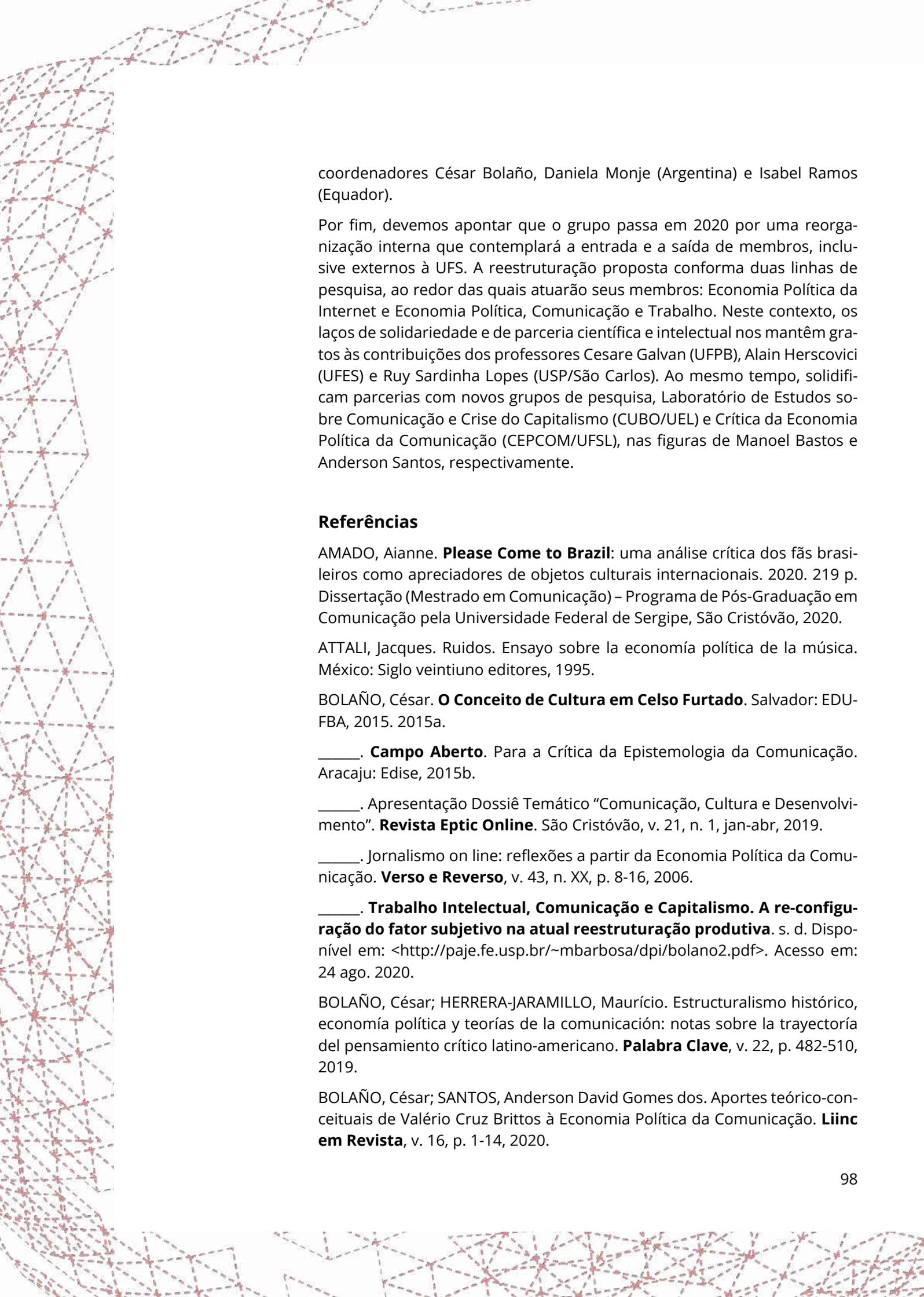
### **Considerações Finais: ampliação das pontes de diálogo e o tema do trabalho como reivindicação para a análise em EPC**

Ao longo da atuação do grupo OBSCOM/CEPOS um tema que se traduz em categoria conceitual fundamental da abordagem da crítica da economia política sempre esteve presente, o do trabalho. Algumas produções do grupo recuperam o papel deste debate e constituem vias de abordagem para sua apropriação e análise, reivindicando à teoria marxiana, a partir do problema da subsunção do trabalho no capital (BOLAÑO, s.d.). A apropriação de tal temática decerto deve ser compreendida pelo papel da produção de César Bolaño para a EPC no Brasil, como na América Latina (BOLAÑO; SANTOS, 2018; LOPES; SANTOS, 2019).

A partir desse lastro, o problema do trabalho aparece na discussão sobre o trabalho cultural na música (SANTOS, 2015; SANTOS; BARROS; OLIVEIRA, 2020), as indústrias criativas (BOLAÑO; LOPES; SANTOS, 2016; BOLAÑO; SANTOS, 2018), a Economia Política do jornalismo (BOLAÑO, 2006; FIGUEIREDO, 2019b), a dependência cultural (BOLAÑO; HERRERA-JARAMILLO, 2019; HERRERA-JARAMILLO; BOLAÑO, 2019) e o “trabalho digital”, protagonizando um embate internacional com as teses de Christian Fuchs (BOLAÑO; VIEIRA, 2014; FIGUEIREDO, 2019a). Vale destacar, ainda, a organização do dossiê temático, em virtude dos 200 anos de Karl Marx, em 2018, por Verlane Aragão Santos e Helena Martins, para a Revista *Eptic online*.

Ao mesmo tempo, na busca de consolidar e ampliar o debate no âmbito dos estudos críticos, o grupo, em virtude do Programa de Mobilidade Acadêmica (PROMOB) do PPGCOM/UFS, realizou com a participação de Nilda Jacks (UFRGS) dois seminários (“Diálogos Estudos Culturais e EPC”), em 2018 e 2019, respectivamente na UFRGS e na UFS, e organizou um dossiê temático, “Economia Política da Comunicação e Estudos Culturais na América Latina”, na Revista *Eptic online*, organizado por César Bolaño e Nilda Jacks.

Além de sua inserção em diversos ambientes institucionais (INTERCOM, ALAIC, ULEPICC-Brasil), em 2019 é aprovado o grupo de trabalho de “Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura” (EPICC), no Conselho Latinoamericano de Ciências Sociais (CLACSO), que tem como



coordenadores César Bolaño, Daniela Monje (Argentina) e Isabel Ramos (Equador).

Por fim, devemos apontar que o grupo passa em 2020 por uma reorganização interna que contemplará a entrada e a saída de membros, inclusive externos à UFS. A reestruturação proposta conforma duas linhas de pesquisa, ao redor das quais atuarão seus membros: Economia Política da Internet e Economia Política, Comunicação e Trabalho. Neste contexto, os laços de solidariedade e de parceria científica e intelectual nos mantêm gratos às contribuições dos professores Cesare Galvan (UFPB), Alain Herscovici (UFES) e Ruy Sardinha Lopes (USP/São Carlos). Ao mesmo tempo, solidificam parcerias com novos grupos de pesquisa, Laboratório de Estudos sobre Comunicação e Crise do Capitalismo (CUBO/UEL) e Crítica da Economia Política da Comunicação (CEPCOM/UFSL), nas figuras de Manoel Bastos e Anderson Santos, respectivamente.

## Referências

AMADO, Aianne. **Please Come to Brazil**: uma análise crítica dos fãs brasileiros como apreciadores de objetos culturais internacionais. 2020. 219 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação pela Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2020.

ATTALI, Jacques. Ruidos. Ensayo sobre la economía política de la música. México: Siglo veintiuno editores, 1995.

BOLAÑO, César. **O Conceito de Cultura em Celso Furtado**. Salvador: EDUFBA, 2015. 2015a.

\_\_\_\_\_. **Campo Aberto**. Para a Crítica da Epistemologia da Comunicação. Aracaju: Edise, 2015b.

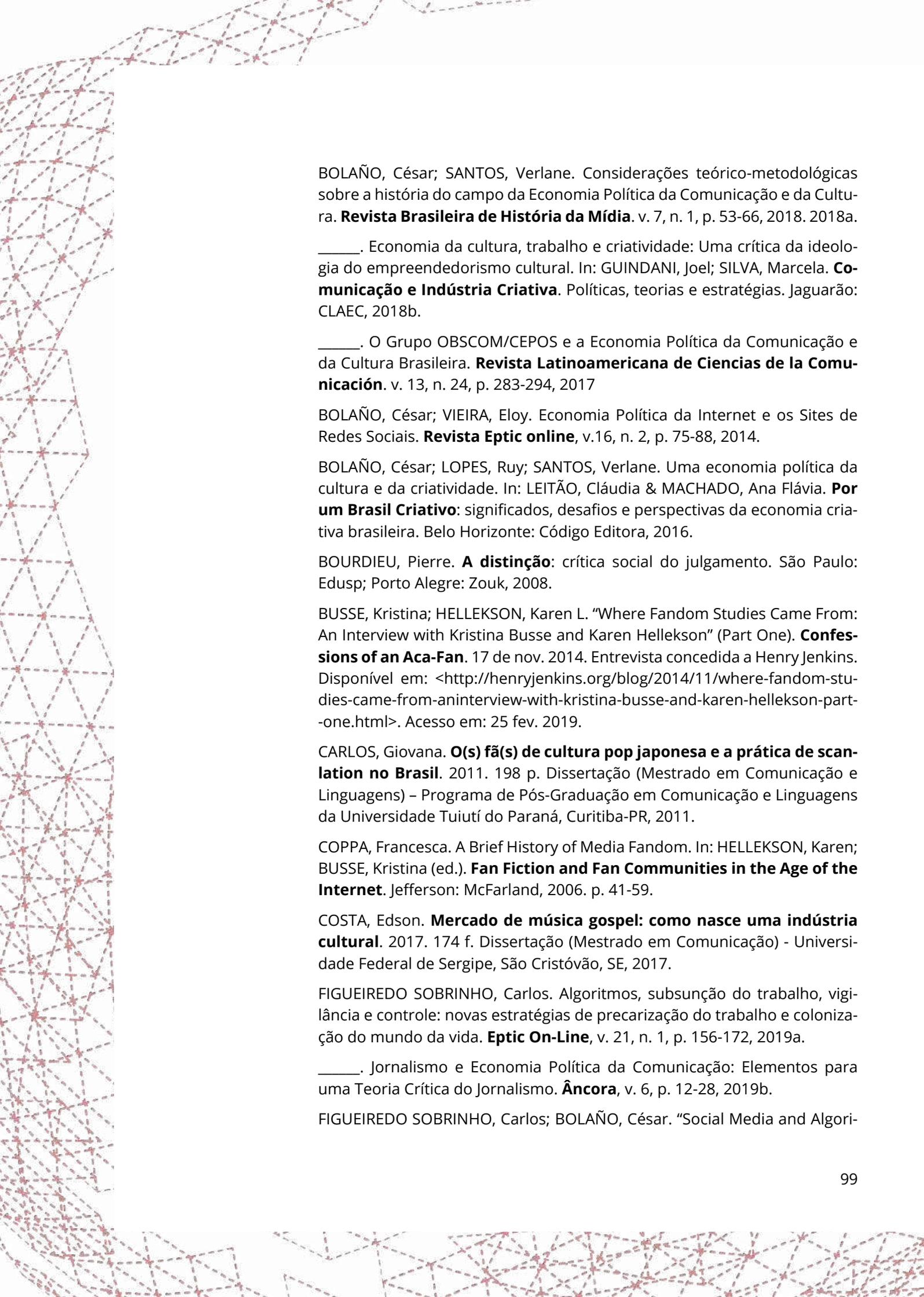
\_\_\_\_\_. Apresentação Dossiê Temático “Comunicação, Cultura e Desenvolvimento”. **Revista Eptic Online**. São Cristóvão, v. 21, n. 1, jan-abr, 2019.

\_\_\_\_\_. Jornalismo on line: reflexões a partir da Economia Política da Comunicação. **Verso e Reverso**, v. 43, n. XX, p. 8-16, 2006.

\_\_\_\_\_. **Trabalho Intelectual, Comunicação e Capitalismo. A re-configuração do fator subjetivo na atual reestruturação produtiva**. s. d. Disponível em: <<http://paje.fe.usp.br/~mbarbosa/dpi/bolano2.pdf>>. Acesso em: 24 ago. 2020.

BOLAÑO, César; HERRERA-JARAMILLO, Maurício. Estructuralismo histórico, economía política y teorías de la comunicación: notas sobre la trayectoria del pensamiento crítico latino-americano. **Palabra Clave**, v. 22, p. 482-510, 2019.

BOLAÑO, César; SANTOS, Anderson David Gomes dos. Aportes teórico-conceituais de Valério Cruz Brittos à Economia Política da Comunicação. **Liinc em Revista**, v. 16, p. 1-14, 2020.



BOLAÑO, César; SANTOS, Verlane. Considerações teórico-metodológicas sobre a história do campo da Economia Política da Comunicação e da Cultura. **Revista Brasileira de História da Mídia**. v. 7, n. 1, p. 53-66, 2018. 2018a.

\_\_\_\_\_. Economia da cultura, trabalho e criatividade: Uma crítica da ideologia do empreendedorismo cultural. In: GUINDANI, Joel; SILVA, Marcela. **Comunicação e Indústria Criativa**. Políticas, teorias e estratégias. Jaguarão: CLAEC, 2018b.

\_\_\_\_\_. O Grupo OBSCOM/CEPOS e a Economia Política da Comunicação e da Cultura Brasileira. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**. v. 13, n. 24, p. 283-294, 2017

BOLAÑO, César; VIEIRA, Eloy. Economia Política da Internet e os Sites de Redes Sociais. **Revista Eptic online**, v.16, n. 2, p. 75-88, 2014.

BOLAÑO, César; LOPES, Ruy; SANTOS, Verlane. Uma economia política da cultura e da criatividade. In: LEITÃO, Cláudia & MACHADO, Ana Flávia. **Por um Brasil Criativo**: significados, desafios e perspectivas da economia criativa brasileira. Belo Horizonte: Código Editora, 2016.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2008.

BUSSE, Kristina; HELLEKSON, Karen L. "Where Fandom Studies Came From: An Interview with Kristina Busse and Karen Hellekson" (Part One). **Confessions of an Aca-Fan**. 17 de nov. 2014. Entrevista concedida a Henry Jenkins. Disponível em: <<http://henryjenkins.org/blog/2014/11/where-fandom-studies-came-from-an-interview-with-kristina-busse-and-karen-hellekson-part-one.html>>. Acesso em: 25 fev. 2019.

CARLOS, Giovana. **O(s) fã(s) de cultura pop japonesa e a prática de scanlation no Brasil**. 2011. 198 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Linguagens) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba-PR, 2011.

COPPA, Francesca. A Brief History of Media Fandom. In: HELLEKSON, Karen; BUSSE, Kristina (ed.). **Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet**. Jefferson: McFarland, 2006. p. 41-59.

COSTA, Edson. **Mercado de música gospel: como nasce uma indústria cultural**. 2017. 174 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE, 2017.

FIGUEIREDO SOBRINHO, Carlos. Algoritmos, subsunção do trabalho, vigilância e controle: novas estratégias de precarização do trabalho e colonização do mundo da vida. **Eptic On-Line**, v. 21, n. 1, p. 156-172, 2019a.

\_\_\_\_\_. Jornalismo e Economia Política da Comunicação: Elementos para uma Teoria Crítica do Jornalismo. **Âncora**, v. 6, p. 12-28, 2019b.

FIGUEIREDO SOBRINHO, Carlos; BOLAÑO, César. "Social Media and Algori-

thms: New Configurations of the Lifeworld Colonization". **New Media. International Review of Information Ethics**, v. 26, p. 26-38, 2017.

FURTADO, Celso. **Cultura e desenvolvimento em época de crise**. Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1984

\_\_\_\_\_. **Criatividade e dependência na civilização industrial**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

\_\_\_\_\_. Criatividade e desenvolvimento. **Revista Eptic**, São Cristóvão, v. 21, n. 1, jan./abr., p. 75-80, 2019.

\_\_\_\_\_. **Cultura y Desarrollo**. Oficina Regional de Cultura para América Latina y el Caribe de la UNESCO. Tomado de Diálogo, n. 22, México, D.F., 1997. Cuba: 2003.

HERRERA-JARAMILLO, Maurício;BOLAÑO, César. Modos de vida, conocimiento y capitalismo en perspectiva histórico-estructural. Para una crítica de la comunicación para el desarrollo en América Latina. **Revista da SEP**. n. 52, p. 98-122, jan-abr 2019.

HERSCHMANN, Micael. "A indústria da música como laboratório". **Observatório. São Paulo: Itaú Cultural**, n. 9, p. 21-30, 2010.

HERSCOVICI, Alain; BOLAÑO, César; MASTRINI, Guillermo. "Economía política de la economía y la cultura: una presentación". In: MASTRINI, Guillermo; BOLAÑO, César. **Globalización y Monopolios en la Comunicación en América Latina**. Buenos Aires: Biblos, 1999. p. 9-25.

JENKINS, Henry. **Textual Poachers: television fans; participatory culture**. New York: Routledge, 1992.

\_\_\_\_\_. **Fans, Bloggers, and Gamers: exploring participatory culture**. New York: New York University Press, 2006.

LOPES, Ruy. A contribuição do pensamento crítico e da economia política latino-americanos para formação de uma epistemologia contra-hegemônica. In: SANTOS, Verlane; HERRERA-JARAMILLO, Mauricio (Orgs.). **E-book XVI Seminário OBSCOM/CEPOS**. Economia Política, Comunicação e Africanidades. Aracaju: OBSCOM/CEPOS, 2018.

LOPES, Ruy; SANTOS, Verlane. César Bolaño – Construire une EPC brésilienne. In: GRANJON, Fabien; GUYOT, Jacques; MAGIS, Christophe (Org.). **Matérialismes, culture & communication**. Tome 3, Économie politique de la culture, des médias et de la communication. Paris: Presses des Mines, Collection Matérialismes, 2019. p. 275-286.

LOPES, Ruy; SANTOS, Anderson David Gomes dos; MOTA, Joanne. Revista EPTIC Online: produção em EPC e interdisciplinaridade no campo comunicacional (2009-2014). **Liinc em Revista**. v. 11, n. 2, p. 475-490, 2015.

MURDOCK, Graham. La Investigación Crítica y Las Audiencias Activas. **Estu-**

**diós sobre las Culturas Contemporaneas**, Colima, v. 4, n. 10, p. 187-223, 1990.

PRESTES FILHO, Luiz Carlos. (Org.) **Cadeia Produtiva da Economia da Música**. Rio de Janeiro: Incubadora Cultural Gênese; PUC-Rio, 2004.

PRIMO, Alex. Crítica da cultura da convergência: participação ou cooptação. In: DUARTE, Elizabeth; DIAS DE CASTRO, Maria Lília (Org.). **Convergências Midiáticas: produção ficcional – RBSTV**. Porto Alegre: Sulina, 2010. p. 21-32.

RANGEL, Marcelo. **O engenho criativo da Mussuca: desenvolvimento e cultura no campo negro de Laranjeiras, Sergipe**. 2019. 154 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE, 2019.

SANTOS, Verlane. Um diálogo com os Estudos Culturais a partir da EPC. **Revista Eptic online**, v. 21, n. 2, p. 93-105, 2019.

\_\_\_\_\_. Economia Política da Música e Trabalho Cultural - contribuições de estudos exploratórios. In: BOLAÑO, César (Org.). **Cultura e desenvolvimento: reflexões à luz de Furtado**. Salvador: EDUFBA, 2015.

SANTOS, Verlane; BARROS, João; OLIVEIRA, Hanne. Trabalho, cultura e criatividade: autonomia/heteronomia dos 'empreendedores da música'. **Chasqui - Revista Latinoamericana de Comunicación**. n. 142, p. 203-220, 2020.

SANTOS, Verlane; VARJÃO, Demétrio; MARTINS, Bruna; ARAUJO, Allan Jones; MOTA, Talita. Economia Política da Música em Sergipe: trabalho, tecnologia e mercado. **Pesquisa em Políticas Públicas no Estado de Sergipe/ Fundação de Apoio à Pesquisa e à Inovação Tecnológica do Estado de Sergipe**. São Cristóvão: Editora UFS, 2014.

SANTOS, Verlane; MARTINS, Helena. Apresentação do Dossiê "Estudos marxistas sobre comunicação e cultura". **Revista Eptic online**. vol. 20, n. 1, p. 83-87, jan-abr 2018.

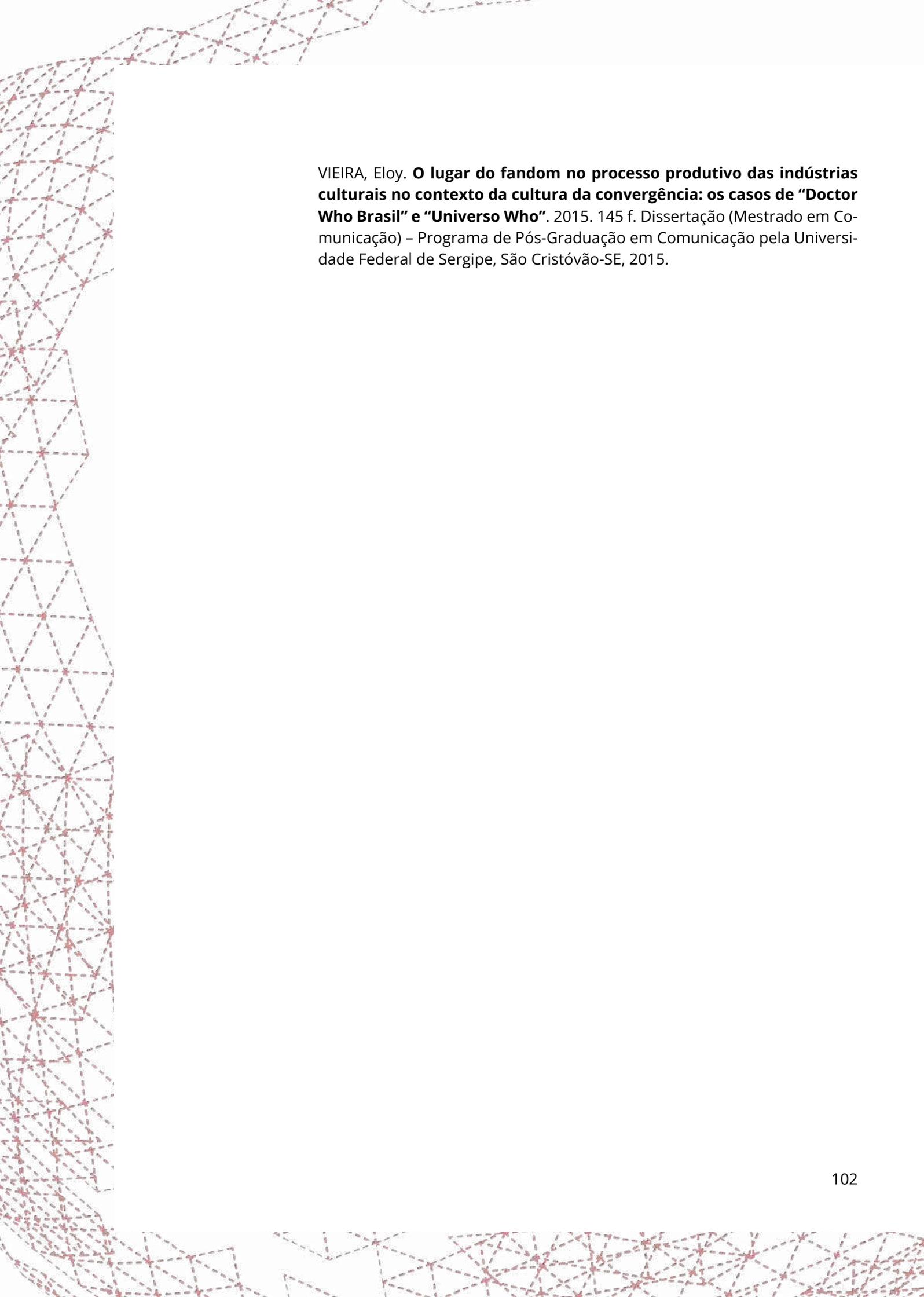
SCHNEIDER, Marco. **A Dialética do Gosto: informação, música e política**. Rio de Janeiro: Editora Circuito, 2015.

SILVA JÚNIOR, Flávio. **Música em fluxo: transformações na indústria fonográfica a partir do streaming**. 2018. 111 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE, 2018.

SOARES, Thiago. Abordagens Teóricas para Estudos Sobre Cultura Pop. **Logos**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 24, p. 1-14, 2014.

STAIGER, Janet. **Perverse Spectators: The Practices of Film Reception**. New York: NYU Press, 2000.

VARJÃO, Demétrio. **Indústria cultural e música: reestruturação da indústria fonográfica e o mercado da música em Sergipe**. 2014. 83 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão-SE, 2014.



VIEIRA, Eloy. **O lugar do fandom no processo produtivo das indústrias culturais no contexto da cultura da convergência: os casos de “Doctor Who Brasil” e “Universo Who”**. 2015. 145 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação pela Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão-SE, 2015.

**Jornalismo, Marxismo e Economia Política da  
Comunicação: um Levantamento em Periódicos  
Brasileiros de Comunicação e Informação de 2006 a  
2020**

**Periodismo, Marxismo y Economía Política de la  
Comunicación: un Levantamiento en Publicaciones  
Periódicas Brasileñas de Comunicación e Información de  
2006 a 2020**

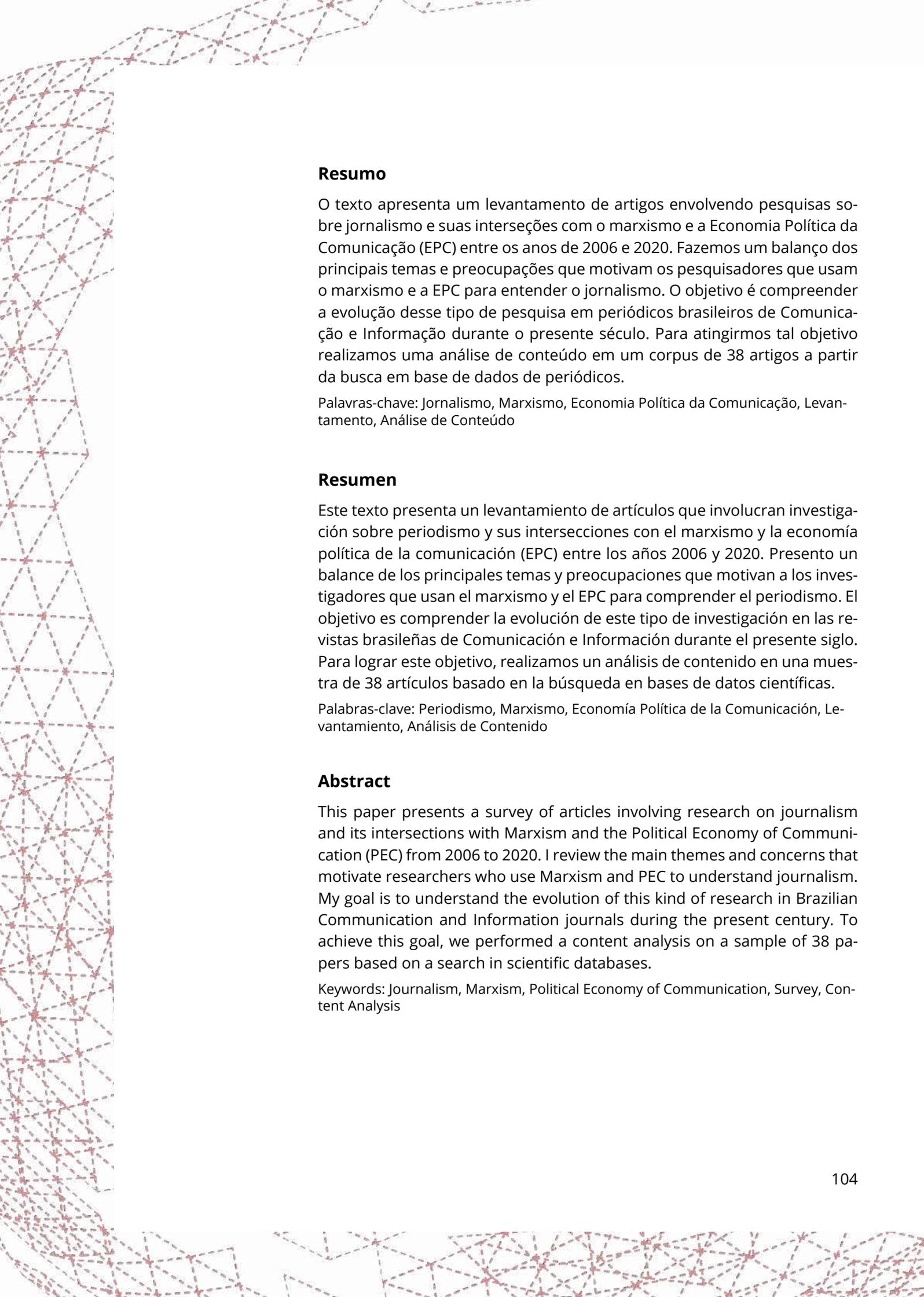
**Journalism, Marxism and Political Economy of  
Communication: a Survey in Communication and  
Information Brazilian Scientific Magazines from 2006 to  
2020**

**Carlos Peres de Figueiredo Sobrinho**

Professor substituto na Universidade Federal de Sergipe (UFS). Secretário geral da Ulepicc-Brasil (capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura). Doutor em Sociologia na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Membro do grupo de pesquisa OBSCOM/CEPOS (UFS).

Contato: carlospfs@gmail.com

**Submetido em: 31 de maio de 2020  
Aprovado em: 07 de agosto de 2020**



## Resumo

O texto apresenta um levantamento de artigos envolvendo pesquisas sobre jornalismo e suas interseções com o marxismo e a Economia Política da Comunicação (EPC) entre os anos de 2006 e 2020. Fazemos um balanço dos principais temas e preocupações que motivam os pesquisadores que usam o marxismo e a EPC para entender o jornalismo. O objetivo é compreender a evolução desse tipo de pesquisa em periódicos brasileiros de Comunicação e Informação durante o presente século. Para atingirmos tal objetivo realizamos uma análise de conteúdo em um corpus de 38 artigos a partir da busca em base de dados de periódicos.

Palavras-chave: Jornalismo, Marxismo, Economia Política da Comunicação, Levantamento, Análise de Conteúdo

## Resumen

Este texto presenta un levantamiento de artículos que involucran investigación sobre periodismo y sus intersecciones con el marxismo y la economía política de la comunicación (EPC) entre los años 2006 y 2020. Presento un balance de los principales temas y preocupaciones que motivan a los investigadores que usan el marxismo y el EPC para comprender el periodismo. El objetivo es comprender la evolución de este tipo de investigación en las revistas brasileñas de Comunicación e Información durante el presente siglo. Para lograr este objetivo, realizamos un análisis de contenido en una muestra de 38 artículos basado en la búsqueda en bases de datos científicas.

Palabras-clave: Periodismo, Marxismo, Economía Política de la Comunicación, Levantamiento, Análisis de Contenido

## Abstract

This paper presents a survey of articles involving research on journalism and its intersections with Marxism and the Political Economy of Communication (PEC) from 2006 to 2020. I review the main themes and concerns that motivate researchers who use Marxism and PEC to understand journalism. My goal is to understand the evolution of this kind of research in Brazilian Communication and Information journals during the present century. To achieve this goal, we performed a content analysis on a sample of 38 papers based on a search in scientific databases.

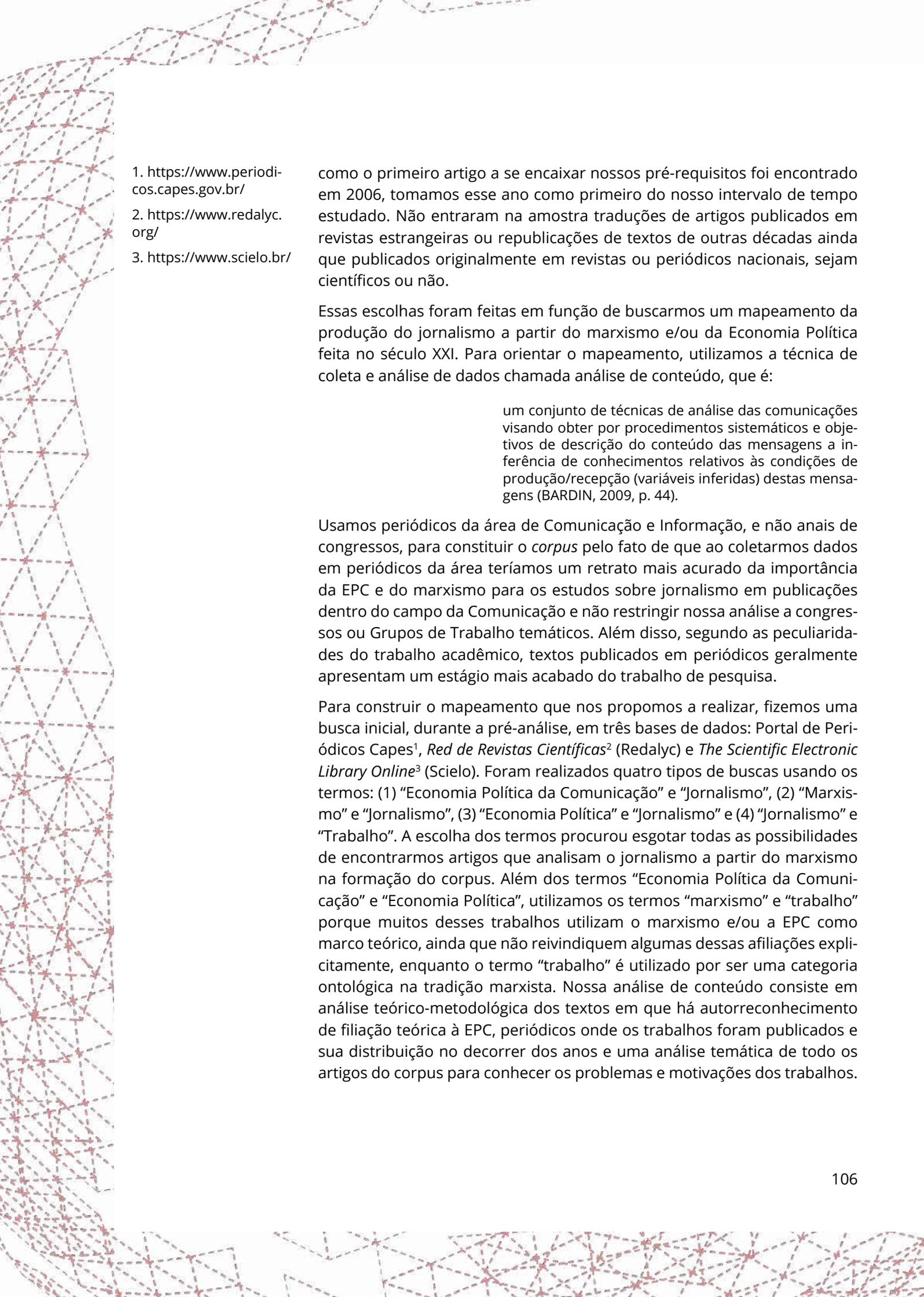
Keywords: Journalism, Marxism, Political Economy of Communication, Survey, Content Analysis

## 1. Introdução

O jornalismo e suas práticas enquanto objeto, desde as primeiras pesquisas, são analisados a partir de diferentes marcos teóricos. Löffelholz e Rothenberger (2011, p. 10-11), ao pesquisarem em escala global as origens teórico-metodológicas dos estudos de jornalismo, encontram a presença de sete vertentes: individualismo normativo originário da filosofia e da história, teorias materialistas derivadas da economia política, empiricismo analítico, teorias de ação, teorias de sistemas e teorias social-integrativas, e estudos culturais. O levantamento proposto por Löffelholz e Rothenberger mostra a presença do que chamam de “teoria materialista da mídia” originadas da Economia Política, entre as décadas de 1940 e 1980 nas pesquisas sobre jornalismo. Ou seja, houve um hiato global da presença da Economia Política nas pesquisas sobre jornalismo até 2010 segundo o levantamento dos autores. Já Hardy (2019), no verbete “*Political Economy of News*” escrito para a “*The International Encyclopedia of Journalism Studies*” aponta para uma diversidade de perspectivas teóricas que reivindicam o rótulo de Economia Política da Comunicação (EPC) e têm como objeto o jornalismo. Em seu verbete para a Enciclopédia de Estudos em Jornalismo, Hardy cita vários trabalhos escritos na década de 2010 que pesquisam o jornalismo a partir da EPC.

No Brasil, os estudos acadêmicos sobre jornalismo têm como precursor Beltrão (1992) com a obra *Iniciação à Filosofia do Jornalismo*, publicada em 1959, que é considerado o primeiro livro brasileiro de teoria do jornalismo. De acordo com Figueiredo e Bolaño (2018), a partir da década de 1970, há o início de uma consolidação teórica dos estudos de jornalismo no Brasil, processo que continua na década de 1980, incluindo obras como as de Genro (1987) e Marcondes Filho (1989) que reivindicam o marco teórico-metodológico do materialismo histórico. Entretanto, as teorias norte-americanas sobre a produção da notícia (*newsmaking*) na década de 1990 se tornam hegemônicas nos estudos de jornalismo brasileiro, em grande parte pela sua capacidade de detalhar como as rotinas produtivas dos jornalistas acabam por moldar o conteúdo das notícias. Assim como no resto do mundo, o marxismo volta a ser relevante nas pesquisas sobre jornalismo a partir do século XXI tendo como marco, no Brasil, a obra de Fonseca (2008), baseada na sua tese de doutorado defendida em 2005 e lastreada teoricamente na EPC.

O objetivo inicial deste artigo era fazer um mapeamento dos artigos publicados em periódicos brasileiros da área de Comunicação e Informação nas duas primeiras décadas do século XX que analisam o jornalismo e suas práticas a partir do marco teórico-metodológico do marxismo, reivindicando ou não a EPC. Para tal foi realizada uma coleta de artigos em bases de dados de periódicos que geraram um *corpus* de 38 artigos. O espaço temporal escolhido para a coleta do *corpus* engloba os anos de 2001 a 2020, mas

- 
1. <https://www.periodicos.capes.gov.br/>
  2. <https://www.redalyc.org/>
  3. <https://www.scielo.br/>

como o primeiro artigo a se encaixar nosso pré-requisitos foi encontrado em 2006, tomamos esse ano como primeiro do nosso intervalo de tempo estudado. Não entraram na amostra traduções de artigos publicados em revistas estrangeiras ou republicações de textos de outras décadas ainda que publicados originalmente em revistas ou periódicos nacionais, sejam científicos ou não.

Essas escolhas foram feitas em função de buscarmos um mapeamento da produção do jornalismo a partir do marxismo e/ou da Economia Política feita no século XXI. Para orientar o mapeamento, utilizamos a técnica de coleta e análise de dados chamada análise de conteúdo, que é:

um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 2009, p. 44).

Usamos periódicos da área de Comunicação e Informação, e não anais de congressos, para constituir o *corpus* pelo fato de que ao coletarmos dados em periódicos da área teríamos um retrato mais acurado da importância da EPC e do marxismo para os estudos sobre jornalismo em publicações dentro do campo da Comunicação e não restringir nossa análise a congressos ou Grupos de Trabalho temáticos. Além disso, segundo as peculiaridades do trabalho acadêmico, textos publicados em periódicos geralmente apresentam um estágio mais acabado do trabalho de pesquisa.

Para construir o mapeamento que nos propomos a realizar, fizemos uma busca inicial, durante a pré-análise, em três bases de dados: Portal de Periódicos Capes<sup>1</sup>, *Red de Revistas Científicas*<sup>2</sup> (Redalyc) e *The Scientific Electronic Library Online*<sup>3</sup> (SciELO). Foram realizados quatro tipos de buscas usando os termos: (1) “Economia Política da Comunicação” e “Jornalismo”, (2) “Marxismo” e “Jornalismo”, (3) “Economia Política” e “Jornalismo” e (4) “Jornalismo” e “Trabalho”. A escolha dos termos procurou esgotar todas as possibilidades de encontrarmos artigos que analisam o jornalismo a partir do marxismo na formação do corpus. Além dos termos “Economia Política da Comunicação” e “Economia Política”, utilizamos os termos “marxismo” e “trabalho” porque muitos desses trabalhos utilizam o marxismo e/ou a EPC como marco teórico, ainda que não reivindiquem algumas dessas afiliações explicitamente, enquanto o termo “trabalho” é utilizado por ser uma categoria ontológica na tradição marxista. Nossa análise de conteúdo consiste em análise teórico-metodológica dos textos em que há autorreconhecimento de filiação teórica à EPC, periódicos onde os trabalhos foram publicados e sua distribuição no decorrer dos anos e uma análise temática de todo os artigos do corpus para conhecer os problemas e motivações dos trabalhos.

## 2. Qual Economia Política?

Nosso *corpus* apresenta uma amplitude de abordagens dentro do marxismo, sendo que em vinte artigos (52,63%), entre os trinta e oito coletados, há autorreconhecimento de filiação à EPC, à Crítica da Economia Política ou à Economia Política. Dessa forma, analisaremos em que bases se dão a filiação dessa proposta teórico-metodológica ou mesmo se não existe qualquer filiação à EPC apesar do uso dos termos.

Tabela 1 - Artigos em os autores reivindicam a EPC

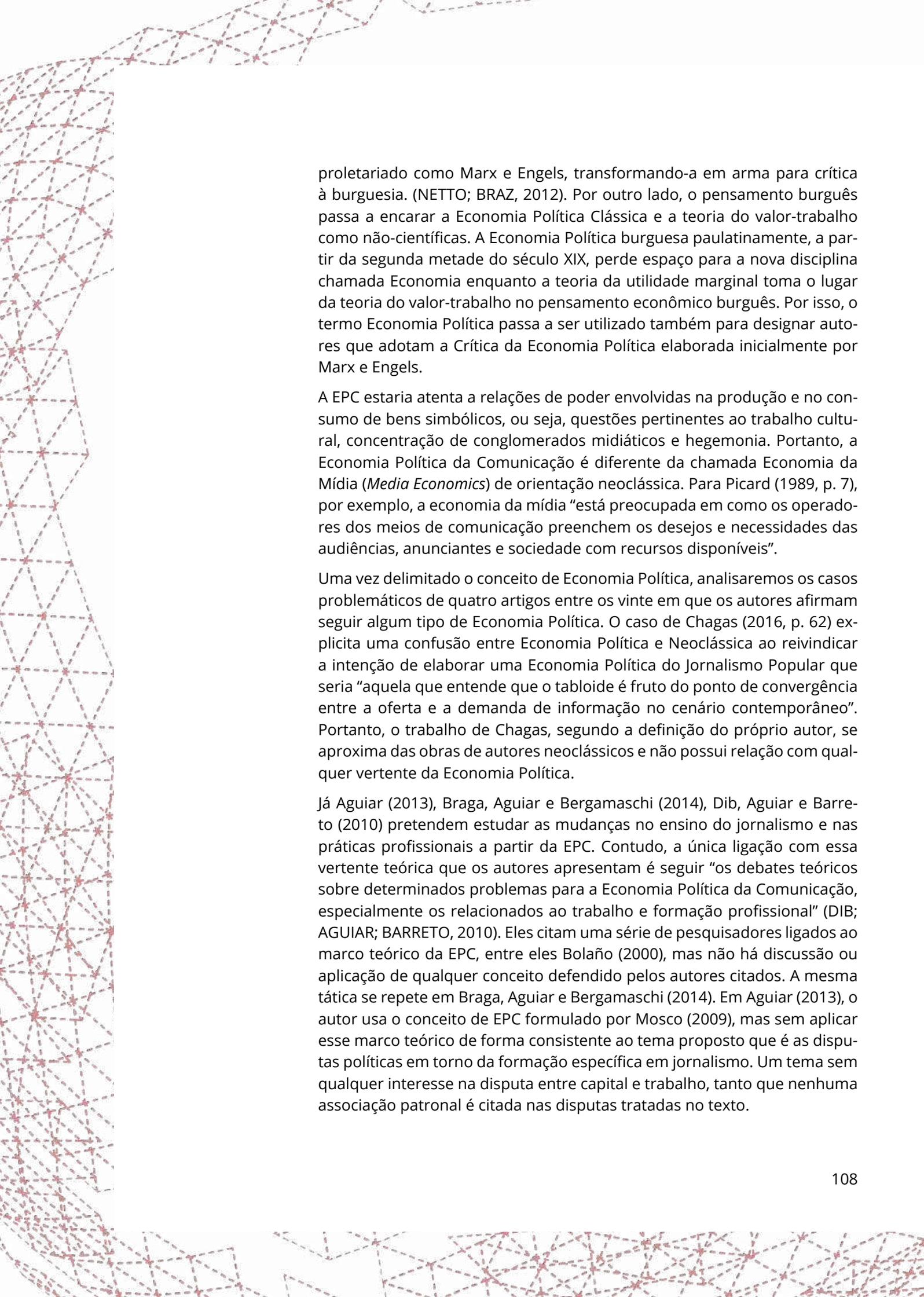
Fonte: autoria própria

Artigos que reivindicam a EPC	Frequência
Albornoz (2006), Aguiar (2013), Bolaño (2006, 2018), Bolaño & Brittos (2006, 2010), Braga, Aguiar & Bergamaschi (2014); Chagas (2016), Dib, Aguiar & Barreto (2010); Figueiredo (2018, 2019), Fonseca & Souza (2006) Grohmann (2016), Kischinhevsky (2010), Mattos (2014), Maurício (2018), Rocha et al (2011); Soares, Dourado e Teixeira (2017), Souza (2006), Teixeira et al (2017)	20 (52,63%)

A grande maioria dos trabalhos cujos autores expressam através de autorreconhecimento sua inserção dentro do paradigma teórico da EPC está de alguma forma inserida nessa perspectiva ainda que tenha problemas teóricos-metodológicos que são avaliados no decorrer deste texto. A Economia Política da Comunicação pode ser considerada um subcampo dentro do campo mais amplo da Comunicação a partir da interface entre a Economia Política e os Estudos de Comunicação. Peter Golding e Graham Murdock (1996, p. 11) lembram que a EPC originada da Crítica da Economia Política feita por Marx e Engels deve ser denominada de Economia Política Crítica da Comunicação e “o que a distingue [...] é precisamente seu foco na relação entre as dimensões simbólicas e econômicas das comunicações públicas”. Dessa forma, ainda segundo os autores, a EPC expõe como as diversas formas de financiamento e organização da produção simbólica possui consequências detectáveis no que concerne aos discursos e representações disponíveis às audiências e circulantes no espaço público.

Vale reforçar aqui o fato de a EPC, em sua versão crítica, ter como centro de suas preocupações a teoria do valor-trabalho uma vez que se trata da Crítica da Economia Política aplicada ao estudo dos fenômenos comunicacionais. A Economia Política Clássica está representada na obra de autores como Adam Smith, David Ricardo e John Stuart Mill (NETTO; BRAZ, 2012). Esses autores consideravam que apenas o trabalho produz valor e não que este é oriundo da terra, como defendiam os fisiocratas. Essa proposição refletia as disputas entre burgueses, capitalistas cujo lucro era advindo do trabalho, e os aristocratas, considerados uma classe parasitária e privilegiada que vivia de rendas originárias da posse de terra.

Entretanto, após a vitória das revoluções burguesas, a economia política clássica entra em crise devido a dois desdobramentos no interior da disciplina. O primeiro é o uso da teoria do valor-trabalho por teóricos ligados ao



proletariado como Marx e Engels, transformando-a em arma para crítica à burguesia. (NETTO; BRAZ, 2012). Por outro lado, o pensamento burguês passa a encarar a Economia Política Clássica e a teoria do valor-trabalho como não-científicas. A Economia Política burguesa paulatinamente, a partir da segunda metade do século XIX, perde espaço para a nova disciplina chamada Economia enquanto a teoria da utilidade marginal toma o lugar da teoria do valor-trabalho no pensamento econômico burguês. Por isso, o termo Economia Política passa a ser utilizado também para designar autores que adotam a Crítica da Economia Política elaborada inicialmente por Marx e Engels.

A EPC estaria atenta a relações de poder envolvidas na produção e no consumo de bens simbólicos, ou seja, questões pertinentes ao trabalho cultural, concentração de conglomerados midiáticos e hegemonia. Portanto, a Economia Política da Comunicação é diferente da chamada Economia da Mídia (*Media Economics*) de orientação neoclássica. Para Picard (1989, p. 7), por exemplo, a economia da mídia “está preocupada em como os operadores dos meios de comunicação preenchem os desejos e necessidades das audiências, anunciantes e sociedade com recursos disponíveis”.

Uma vez delimitado o conceito de Economia Política, analisaremos os casos problemáticos de quatro artigos entre os vinte em que os autores afirmam seguir algum tipo de Economia Política. O caso de Chagas (2016, p. 62) explicita uma confusão entre Economia Política e Neoclássica ao reivindicar a intenção de elaborar uma Economia Política do Jornalismo Popular que seria “aquela que entende que o tabloide é fruto do ponto de convergência entre a oferta e a demanda de informação no cenário contemporâneo”. Portanto, o trabalho de Chagas, segundo a definição do próprio autor, se aproxima das obras de autores neoclássicos e não possui relação com qualquer vertente da Economia Política.

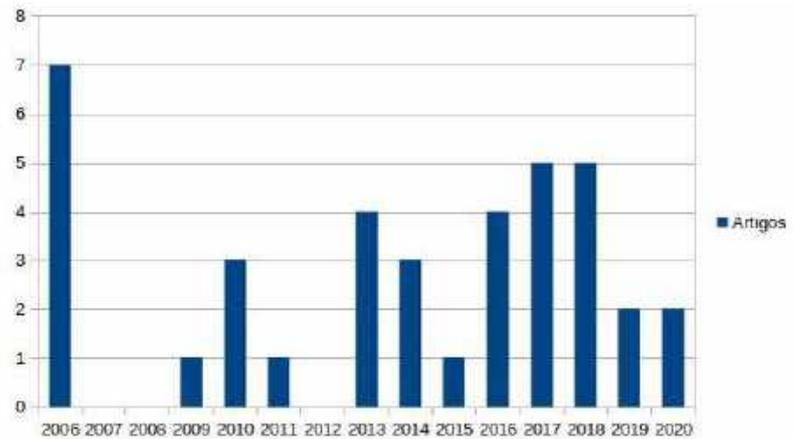
Já Aguiar (2013), Braga, Aguiar e Bergamaschi (2014), Dib, Aguiar e Barreto (2010) pretendem estudar as mudanças no ensino do jornalismo e nas práticas profissionais a partir da EPC. Contudo, a única ligação com essa vertente teórica que os autores apresentam é seguir “os debates teóricos sobre determinados problemas para a Economia Política da Comunicação, especialmente os relacionados ao trabalho e formação profissional” (DIB; AGUIAR; BARRETO, 2010). Eles citam uma série de pesquisadores ligados ao marco teórico da EPC, entre eles Bolaño (2000), mas não há discussão ou aplicação de qualquer conceito defendido pelos autores citados. A mesma tática se repete em Braga, Aguiar e Bergamaschi (2014). Em Aguiar (2013), o autor usa o conceito de EPC formulado por Mosco (2009), mas sem aplicar esse marco teórico de forma consistente ao tema proposto que é as disputas políticas em torno da formação específica em jornalismo. Um tema sem qualquer interesse na disputa entre capital e trabalho, tanto que nenhuma associação patronal é citada nas disputas tratadas no texto.

### 3. Periódicos e a Distribuição dos Trabalhos ao Longo dos Anos

Buscando compreender a evolução da pesquisa marxista em jornalismo nos periódicos nacionais, recolhemos dados sobre a distribuição das publicações que fazem parte do nosso corpus no decorrer dos anos analisados. A ideia é perceber a constância das publicações e a possibilidade de crescimento das pesquisas sobre jornalismo a partir do quadro teórico marxista.

Figura 1- Distribuição das Publicações por Ano

Fonte: autoria própria



As primeiras publicações entre os artigos que fazem parte do nosso corpus aconteceram em 2006. Todas as publicações encontradas nesse ano trazem como pano de fundo as mudanças causadas pela passagem do regime de acumulação fordista para o flexível (HARVEY, 2012) e a ascensão do ciberjornalismo seja na reordenação dos processos produtivos (BOLAÑO; BRITTOS, 2006; FONSECA, 2006; FONSECA; SOUZA, 2006), na organização de novos modelos de negócio aliada à organização do trabalho (SOUZA, 2006; BOLAÑO, 2006) ou refletindo sobre a dificuldade dos grandes conglomerados em encontrar um modelo de negócios rentável para o ciberjornalismo. Depois desse início promissor, há dois anos de hiato. A retomada dessas pesquisas se dá com Fonseca e Kuhn (2009) discutindo pela primeira vez o impacto dessas transformações laborais na identidade profissional do jornalista.

Em 2010, há os trabalhos de Bolaño e Brittos (2010), investigando o contra-agendamento de blogs progressistas nas eleições de 2006; de Dib, Aguiar e Barreto (2010), tratando da formação específica do jornalismo; e de Kischinhevsky (2010), trazendo a questão das consequências da convergência para o trabalho jornalístico no jornal O Globo. No ano seguinte, Rocha et al (2011) buscam usar o instrumental teórico da EPC para analisar como o jornalismo econômico praticado nos grandes conglomerados legitima as políticas econômicas neoliberais, seguido de novo hiato em 2012. A partir de 2013, há o que consideramos uma consolidação das pesquisas em jornalismo tanto pela quantidade de quatro artigos publicados quanto pelo começo de uma série de, pelo menos, um trabalho publicado por ano.

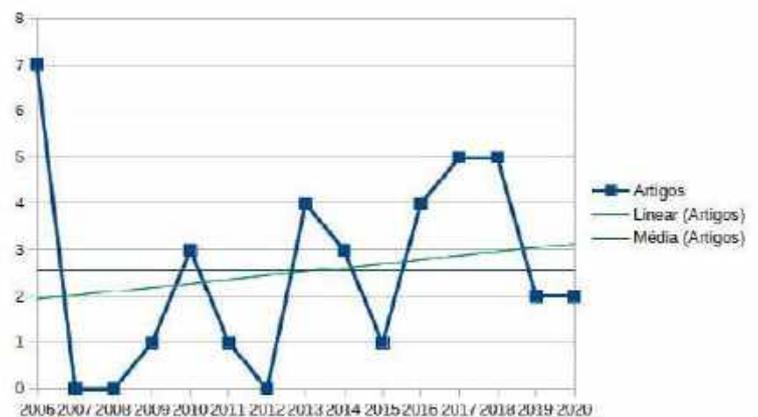
Os trabalhos de Grohmann (2013) e Silva (2013) retomam preocupações presentes em Bolaño e Brittos (2006) e Fonseca (2006), assim como Aguiar

(2013) e Figaro (2013) retomam questões teóricas sobre a identidade profissional dos jornalistas presentes em Fonseca e Kuhn (2009). O problema da identidade do jornalista ressurgiu em Oliveira e Grohmann (2016) devido à ascensão da ideologia do empreendedorismo entre jornalistas. O tema do empreendedorismo é revisitado por Figueiredo (2018), que aponta a apropriação emancipadora das TIC e o cooperativismo de plataforma como saídas possíveis para os trabalhadores das notícias. A partir de 2016, há também a retomada do trabalho de Adelmo Genro (1987) e a tentativa de recuperar a raiz marxista de seu trabalho tido como fundador de uma teoria que reconhece o jornalismo como forma de conhecimento enraizada na singularidade dos fatos (PONTES, 2016, 2017; SOUZA, 2016, 2017). Já Bolaño (2018) e Figueiredo (2019) buscam analisar o trabalho do jornalista a partir do problema da subsunção do trabalho jornalístico.

### 3.1. Distribuição Média, Crescimento e Periódicos

Figura 2 - Média e Tendência de Crescimento de Publicações

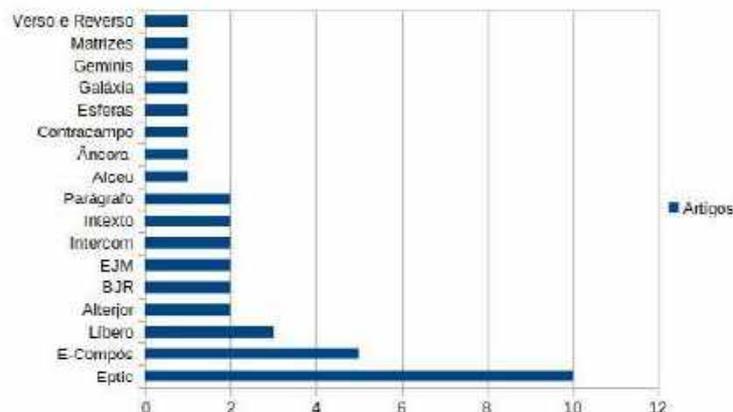
Fonte: autoria própria



A distribuição dos artigos por ano à primeira vista parece irregular, mas a linha verde do gráfico presente na Figura 2 aponta para uma tendência de crescimento na média do período em que verificamos a publicação dos artigos do nosso corpus. A média de publicação envolvendo as temáticas de jornalismo e EPC e/ou marxismo é 2,53 artigos por ano desde 2006.

Figura 3 - Distribuição de artigos por periódicos

Fonte: autoria própria



Nosso levantamento também engloba os periódicos em que os trabalhos foram publicados. Nesse caso, a Revista Eptic tem ampla liderança, com dez artigos publicados entre 2006 e 2020, seguida pela E-Compós, com cinco trabalhos publicados. A liderança da Revista Eptic não é surpresa, uma vez que é o único periódico no país voltada para a EPC. As revistas específicas sobre jornalismo como *Brazilian Journalism Research* (BJR) e Estudos em Jornalismo e Mídia (EJM) também parecem abertas a receber trabalhos que adotam o marxismo como perspectiva teórica com duas publicações cada.

#### 4. Análise Temática

Após lermos e analisarmos todo material separamos o corpus em cinco temas: (1) “O trabalho do Jornalista”, categoria que engloba os artigos que tratam dos processos de trabalho dos jornalistas, suas transformações e suas consequências; (2) “Jornalistas e Identidades Laborais e Profissionais”, reunindo os textos que tratam das mudanças na identidade profissional dos jornalistas por conta da reestruturação capitalista engendrada a partir da década de 1970; (3) “Modelos de Negócios e Estruturas de Mercados”, categoria composta por trabalhos que analisam as estruturas de mercado dos produtos noticiosos e os efeitos de suas transformações no discurso público e no trabalho jornalístico; (4) Marxismo e Jornalismo, agrupando trabalhos que não pertencem à EPC, mas usam conceitos como práxis, ideologia, hegemonia etc., e (5) Coberturas específicas ou temáticas, artigos que buscam explicar a cobertura sobre determinado assunto ou tema a partir das contradições do trabalho do jornalista e/ou da estrutura de mercado monopolizada. Na tabela 2, os artigos que compõem o corpus estão organizados segundo sua categoria temática assim como a frequência do aparecimento de cada tema.

Tabela 2 - Distribuição dos artigos por temas

Fonte: autoria própria

Tema	Frequência	Artigos
O trabalho do Jornalista	14 (36,8%)	Bolaño (2018), Bolaño e Brittos (2006), Figaro (2014), Figaro e Marques (2020), Figueiredo (2019), Fonseca (2006, 2016), Fonseca e Souza (2006), Grohmann (2013, 2016), Kischinhevsky (2010), Silva (2013), Souza (2017, 2017a)
Jornalistas e Identidades Laborais e Profissionais	8 (21,1%)	Aguiar (2013), Braga, Aguiar e Bergamaschi (2014), Dib, Aguiar e Barreto (2010), Figaro (2013), Figueiredo (2018), Fonseca e Kuhn (2009), Lelo (2018), Oliveira e Grohmann (2016),
Modelos de Negócios e Estrutura de Mercado	7 (18,4%)	Albornoz (2006), Bolaño (2006), Chagas (2016), Mattos (2014), Maurício (2018), Soares, Dourado e Teixeira (2017), Souza (2006)
Marxismo e Jornalismo	6 (15,8%)	Hausser (2019), Pontes (2016, 2017), Rodrigues (2018), Sarmento e Souza (2019), Souza (2016)
Coberturas específicas ou temáticas	3 (7,9%)	Bolaño (2010), Rocha et al (2011) e Teixeira et al (2017)

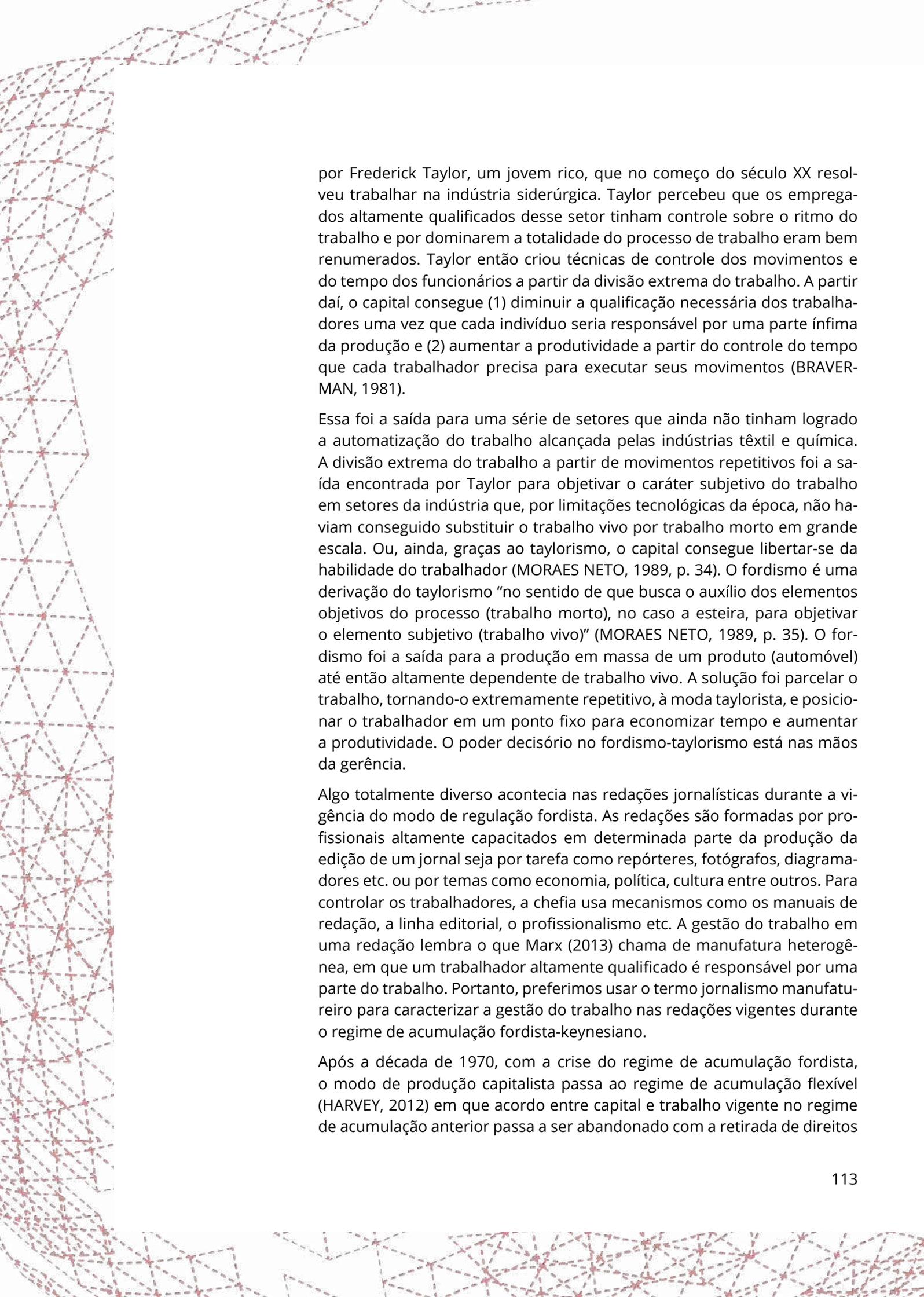
## 4.1 O Trabalho do Jornalista

A grande quantidade de trabalhos encontrado no grupo temático “O trabalho do Jornalista” pode ser creditada, de forma mais direta que nos outros grupos, às transformações ocorridas nas redações a partir da informatização das redações e da popularização da Internet, consequências da reestruturação capitalista ocorrida na década de 1970 e do que Bolaño (2002) chama de Terceira Revolução Industrial, que levou à codificação de várias profissões e tarefas, diminuindo as barreiras para a subsunção do trabalho intelectual. Entretanto, grande parte desses artigos sofre um erro de caracterização do trabalho jornalístico que localizamos na obra seminal de Fonseca (2008) e que, pela influência deste trabalho, pode ser encontrado nos trabalhos de Kischinhevsky (2010), Souza (2017a), os próprios artigos de Fonseca (2006, 2016) e Fonseca e Souza (2006). O mesmo equívoco está presente em Grohmann (2013) e Grohmann (2016), em que o autor faz uma comparação entre pós-fordismo e taylorismo baseada em Fuchs (2013) que não encontra aplicação no jornalismo. Há uma clara confusão entre regime de acumulação fordista e gestão de trabalho fordista causada, como lembra Moraes Neto (1989), pela homenagem que os teóricos da Escola da Regulação francesa prestam ao texto *Americanismo e Fordismo*, de Antônio Gramsci (2008).

Para Lipietz (1988, p. 30), “o regime de acumulação descreve a estabilização a longo prazo da destinação do produto entre o produto e a acumulação, o que implica uma correspondência entre a transformação das condições de reprodução do trabalho assalariado”. O funcionamento do regime de acumulação necessita de uma coerência interna que obriga os agentes individuais a se enquadrarem docilmente às necessidades do capital. Logo, é necessário que o regime de acumulação ganhe vida no cotidiano através de “normas, costumes, leis, mecanismos reguladores que assegurem, através da rotina do comportamento dos agentes em luta uns contra os outros [...], a unidade do processo, o respeito aproximativo do esquema de reprodução” (LIPIETZ, 1988, p. 30).

A conjunção de regras interiorizadas e comportamentos individuais é o que os regulacionistas chamam de modo de regulação. O Fordismo foi um regime de acumulação surgido da necessidade de superar a crise de 1929 e recuperar as economias capitalistas centrais no pós-guerra. O regime de acumulação fordista foi baseado em um acordo entre capital e trabalho mediado pelo Estado. Esse acordo garantiu uma série de direitos e aumentos salariais consecutivos aos trabalhadores. Além disso, o Estado assumiu o papel de fornecer serviços públicos como educação, saúde e previdência financiados por impostos de tributação progressiva além de atuar diretamente na economia através de empresas públicas, fruto de políticas econômicas de matriz keynesiana.

Já o fordismo enquanto gestão do trabalho é uma evolução do taylorismo. O taylorismo é baseado no controle dos movimentos e foi desenvolvido

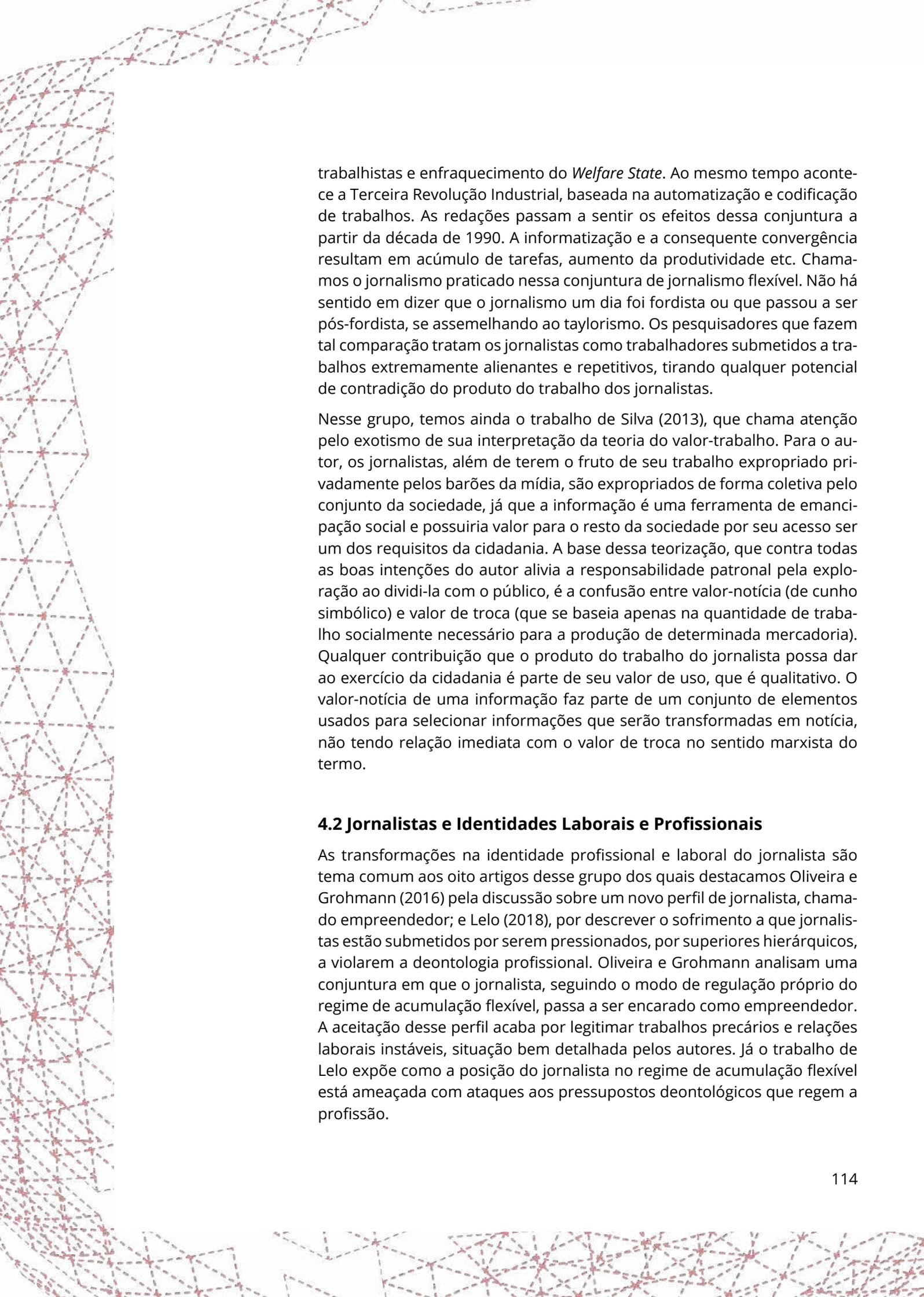


por Frederick Taylor, um jovem rico, que no começo do século XX resolveu trabalhar na indústria siderúrgica. Taylor percebeu que os empregados altamente qualificados desse setor tinham controle sobre o ritmo do trabalho e por dominarem a totalidade do processo de trabalho eram bem remunerados. Taylor então criou técnicas de controle dos movimentos e do tempo dos funcionários a partir da divisão extrema do trabalho. A partir daí, o capital consegue (1) diminuir a qualificação necessária dos trabalhadores uma vez que cada indivíduo seria responsável por uma parte ínfima da produção e (2) aumentar a produtividade a partir do controle do tempo que cada trabalhador precisa para executar seus movimentos (BRAVERMAN, 1981).

Essa foi a saída para uma série de setores que ainda não tinham logrado a automatização do trabalho alcançada pelas indústrias têxtil e química. A divisão extrema do trabalho a partir de movimentos repetitivos foi a saída encontrada por Taylor para objetivar o caráter subjetivo do trabalho em setores da indústria que, por limitações tecnológicas da época, não haviam conseguido substituir o trabalho vivo por trabalho morto em grande escala. Ou, ainda, graças ao taylorismo, o capital consegue libertar-se da habilidade do trabalhador (MORAES NETO, 1989, p. 34). O fordismo é uma derivação do taylorismo “no sentido de que busca o auxílio dos elementos objetivos do processo (trabalho morto), no caso a esteira, para objetivar o elemento subjetivo (trabalho vivo)” (MORAES NETO, 1989, p. 35). O fordismo foi a saída para a produção em massa de um produto (automóvel) até então altamente dependente de trabalho vivo. A solução foi parcelar o trabalho, tornando-o extremamente repetitivo, à moda taylorista, e posicionar o trabalhador em um ponto fixo para economizar tempo e aumentar a produtividade. O poder decisório no fordismo-taylorismo está nas mãos da gerência.

Algo totalmente diverso acontecia nas redações jornalísticas durante a vigência do modo de regulação fordista. As redações são formadas por profissionais altamente capacitados em determinada parte da produção da edição de um jornal seja por tarefa como repórteres, fotógrafos, diagramadores etc. ou por temas como economia, política, cultura entre outros. Para controlar os trabalhadores, a chefia usa mecanismos como os manuais de redação, a linha editorial, o profissionalismo etc. A gestão do trabalho em uma redação lembra o que Marx (2013) chama de manufatura heterogênea, em que um trabalhador altamente qualificado é responsável por uma parte do trabalho. Portanto, preferimos usar o termo jornalismo manufatureiro para caracterizar a gestão do trabalho nas redações vigentes durante o regime de acumulação fordista-keynesiano.

Após a década de 1970, com a crise do regime de acumulação fordista, o modo de produção capitalista passa ao regime de acumulação flexível (HARVEY, 2012) em que acordo entre capital e trabalho vigente no regime de acumulação anterior passa a ser abandonado com a retirada de direitos

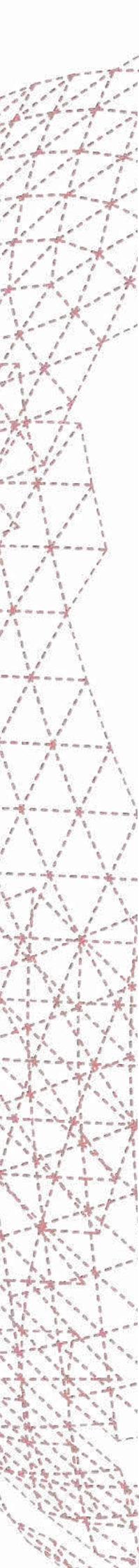


trabalhistas e enfraquecimento do *Welfare State*. Ao mesmo tempo acontece a Terceira Revolução Industrial, baseada na automatização e codificação de trabalhos. As redações passam a sentir os efeitos dessa conjuntura a partir da década de 1990. A informatização e a conseqüente convergência resultam em acúmulo de tarefas, aumento da produtividade etc. Chamamos o jornalismo praticado nessa conjuntura de jornalismo flexível. Não há sentido em dizer que o jornalismo um dia foi fordista ou que passou a ser pós-fordista, se assemelhando ao taylorismo. Os pesquisadores que fazem tal comparação tratam os jornalistas como trabalhadores submetidos a trabalhos extremamente alienantes e repetitivos, tirando qualquer potencial de contradição do produto do trabalho dos jornalistas.

Nesse grupo, temos ainda o trabalho de Silva (2013), que chama atenção pelo exotismo de sua interpretação da teoria do valor-trabalho. Para o autor, os jornalistas, além de terem o fruto de seu trabalho expropriado privadamente pelos barões da mídia, são expropriados de forma coletiva pelo conjunto da sociedade, já que a informação é uma ferramenta de emancipação social e possuiria valor para o resto da sociedade por seu acesso ser um dos requisitos da cidadania. A base dessa teorização, que contra todas as boas intenções do autor alivia a responsabilidade patronal pela exploração ao dividi-la com o público, é a confusão entre valor-notícia (de cunho simbólico) e valor de troca (que se baseia apenas na quantidade de trabalho socialmente necessário para a produção de determinada mercadoria). Qualquer contribuição que o produto do trabalho do jornalista possa dar ao exercício da cidadania é parte de seu valor de uso, que é qualitativo. O valor-notícia de uma informação faz parte de um conjunto de elementos usados para selecionar informações que serão transformadas em notícia, não tendo relação imediata com o valor de troca no sentido marxista do termo.

#### **4.2 Jornalistas e Identidades Laborais e Profissionais**

As transformações na identidade profissional e laboral do jornalista são tema comum aos oito artigos desse grupo dos quais destacamos Oliveira e Grohmann (2016) pela discussão sobre um novo perfil de jornalista, chamado empreendedor; e Lelo (2018), por descrever o sofrimento a que jornalistas estão submetidos por serem pressionados, por superiores hierárquicos, a violarem a deontologia profissional. Oliveira e Grohmann analisam uma conjuntura em que o jornalista, seguindo o modo de regulação próprio do regime de acumulação flexível, passa a ser encarado como empreendedor. A aceitação desse perfil acaba por legitimar trabalhos precários e relações laborais instáveis, situação bem detalhada pelos autores. Já o trabalho de Lelo expõe como a posição do jornalista no regime de acumulação flexível está ameaçada com ataques aos pressupostos deontológicos que regem a profissão.



Os trabalhos de Aguiar (2013), Braga, Aguiar e Bergamaschi (2014), Dib, Aguiar e Barreto (2010) pretendem analisar, a partir da EPC, o fim dos cursos de Jornalismo como habilitação do curso de Comunicação Social, fruto do reconhecimento do jornalismo como uma área com conhecimento, práticas e código deontológico próprios. O grande problema desses trabalhos, além da já comentada falta de aderência à perspectiva teórico-metodológica da EPC, é não enxergar as contradições da ideologia do profissionalismo e os processos de qualificação e desqualificação simultâneos dos trabalhadores da notícia causados pelas mudanças no ensino do jornalismo.

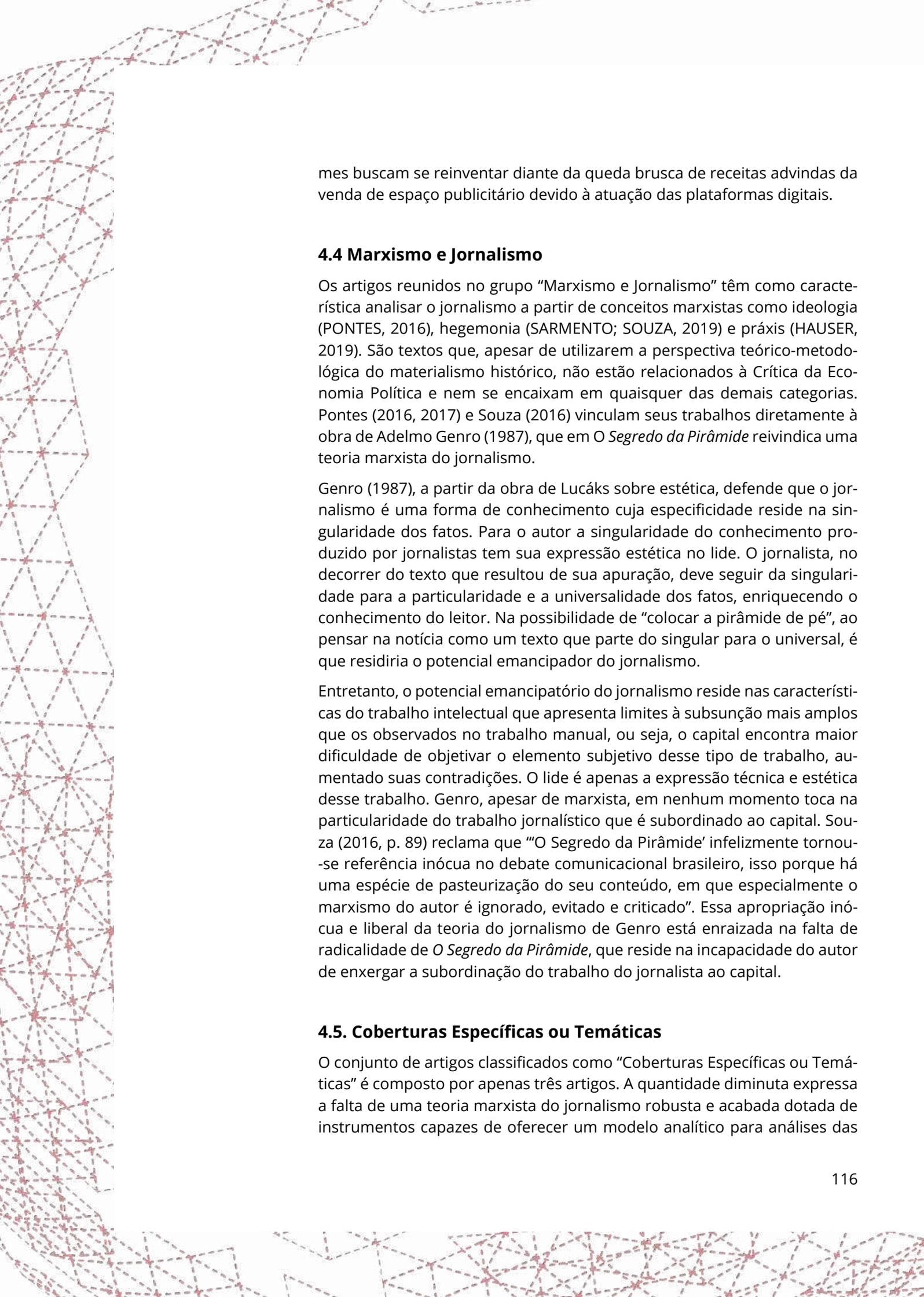
A ideologia do profissionalismo, defendida nos trabalhos citados, é eivada de contradições, pois serve de defesa contra pressões externas às redações e dos próprios superiores que ataquem os pressupostos éticos da profissão e, ao mesmo tempo, serve como instrumento de controle pela chefia visando reduzir a idiossincrasia nas notícias e conformar o jornalista aos padrões impostos pelos conglomerados. Além disso, os grandes conglomerados midiáticos se apropriam da ideologia do profissionalismo e da credibilidade advinda dessas ideias para legitimarem sua visão de mundo.

Quanto às mudanças no ensino de jornalismo, o que aconteceu foi a retirada de disciplinas oriundas das ciências humanas como Ciência Política, Economia, entre outras, e o aumento da carga de disciplinas técnicas, que consistem no domínio das tecnologias e das linguagens usadas nos diferentes meios. Está, assim, configurado um processo de qualificação e desqualificação simultâneos que vai ao encontro dos ditames do jornalismo produzido durante a vigência do regime de acumulação flexível.

### **4.3. Modelos de Negócio e Estrutura de Mercado**

Essa categoria reúne trabalhos sobre um tema tradicional na EPC: estruturas de mercado e modelos de negócios, que geralmente se valem de conceitos da EPC de matriz francesa, e sua teorização das diferentes lógicas das Indústrias Culturais, e de conceitos da Economia Industrial como integração vertical e horizontal, sinergia, economias de escala e de escopo etc. A digitalização dos conteúdos e as mudanças no mercado publicitário fizeram com que as empresas jornalísticas tivessem que encarar uma nova realidade e buscassem novas fontes de sobrevivência.

Souza (2006) e Albornoz (2006) apresentam trabalhos interessantes sobre as dificuldades encontradas pelas empresas jornalísticas em firmar um modelo de negócios lucrativo para o jornalismo digital. Importante notar que esses trabalhos surgem antes do abalo causado pela venda de espaços publicitários personalizados vendidos por plataformas digitais. Bolaño (2006) defende já naquele momento que a lógica social na internet seria a lógica de clube, diferente da lógica editorial e da lógica de onda. E Maurício (2018) trata de uma realidade em que empresas jornalísticas como New York Ti-



mes buscam se reinventar diante da queda brusca de receitas advindas da venda de espaço publicitário devido à atuação das plataformas digitais.

#### 4.4 Marxismo e Jornalismo

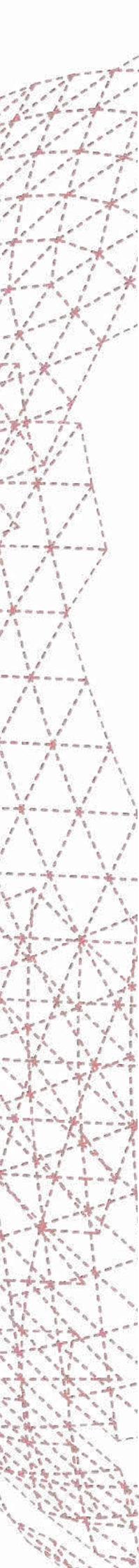
Os artigos reunidos no grupo “Marxismo e Jornalismo” têm como característica analisar o jornalismo a partir de conceitos marxistas como ideologia (PONTES, 2016), hegemonia (SARMENTO; SOUZA, 2019) e práxis (HAUSER, 2019). São textos que, apesar de utilizarem a perspectiva teórico-metodológica do materialismo histórico, não estão relacionados à Crítica da Economia Política e nem se encaixam em quaisquer das demais categorias. Pontes (2016, 2017) e Souza (2016) vinculam seus trabalhos diretamente à obra de Adelmo Genro (1987), que em *O Segredo da Pirâmide* reivindica uma teoria marxista do jornalismo.

Genro (1987), a partir da obra de Lucács sobre estética, defende que o jornalismo é uma forma de conhecimento cuja especificidade reside na singularidade dos fatos. Para o autor a singularidade do conhecimento produzido por jornalistas tem sua expressão estética no lide. O jornalista, no decorrer do texto que resultou de sua apuração, deve seguir da singularidade para a particularidade e a universalidade dos fatos, enriquecendo o conhecimento do leitor. Na possibilidade de “colocar a pirâmide de pé”, ao pensar na notícia como um texto que parte do singular para o universal, é que residiria o potencial emancipador do jornalismo.

Entretanto, o potencial emancipatório do jornalismo reside nas características do trabalho intelectual que apresenta limites à subsunção mais amplos que os observados no trabalho manual, ou seja, o capital encontra maior dificuldade de objetivar o elemento subjetivo desse tipo de trabalho, aumentando suas contradições. O lide é apenas a expressão técnica e estética desse trabalho. Genro, apesar de marxista, em nenhum momento toca na particularidade do trabalho jornalístico que é subordinado ao capital. Souza (2016, p. 89) reclama que “‘O Segredo da Pirâmide’ infelizmente tornou-se referência inócua no debate comunicacional brasileiro, isso porque há uma espécie de pasteurização do seu conteúdo, em que especialmente o marxismo do autor é ignorado, evitado e criticado”. Essa apropriação inócua e liberal da teoria do jornalismo de Genro está enraizada na falta de radicalidade de *O Segredo da Pirâmide*, que reside na incapacidade do autor de enxergar a subordinação do trabalho do jornalista ao capital.

#### 4.5. Coberturas Específicas ou Temáticas

O conjunto de artigos classificados como “Coberturas Específicas ou Temáticas” é composto por apenas três artigos. A quantidade diminuta expressa a falta de uma teoria marxista do jornalismo robusta e acabada dotada de instrumentos capazes de oferecer um modelo analítico para análises das



mais diversas coberturas. Bolaño e Brittos (2010) analisam o papel dos chamados blogs progressistas no confronto na construção de um contra-agendamento em relação aos conglomerados de comunicação nas eleições presidenciais de 2006. Os autores enxergavam potencialidades emancipatórias no uso da Internet, mas sem concessões ao pensamento celebratório dominante ao constatarem que a rede continuava a ser um espaço dominado pelo capital.

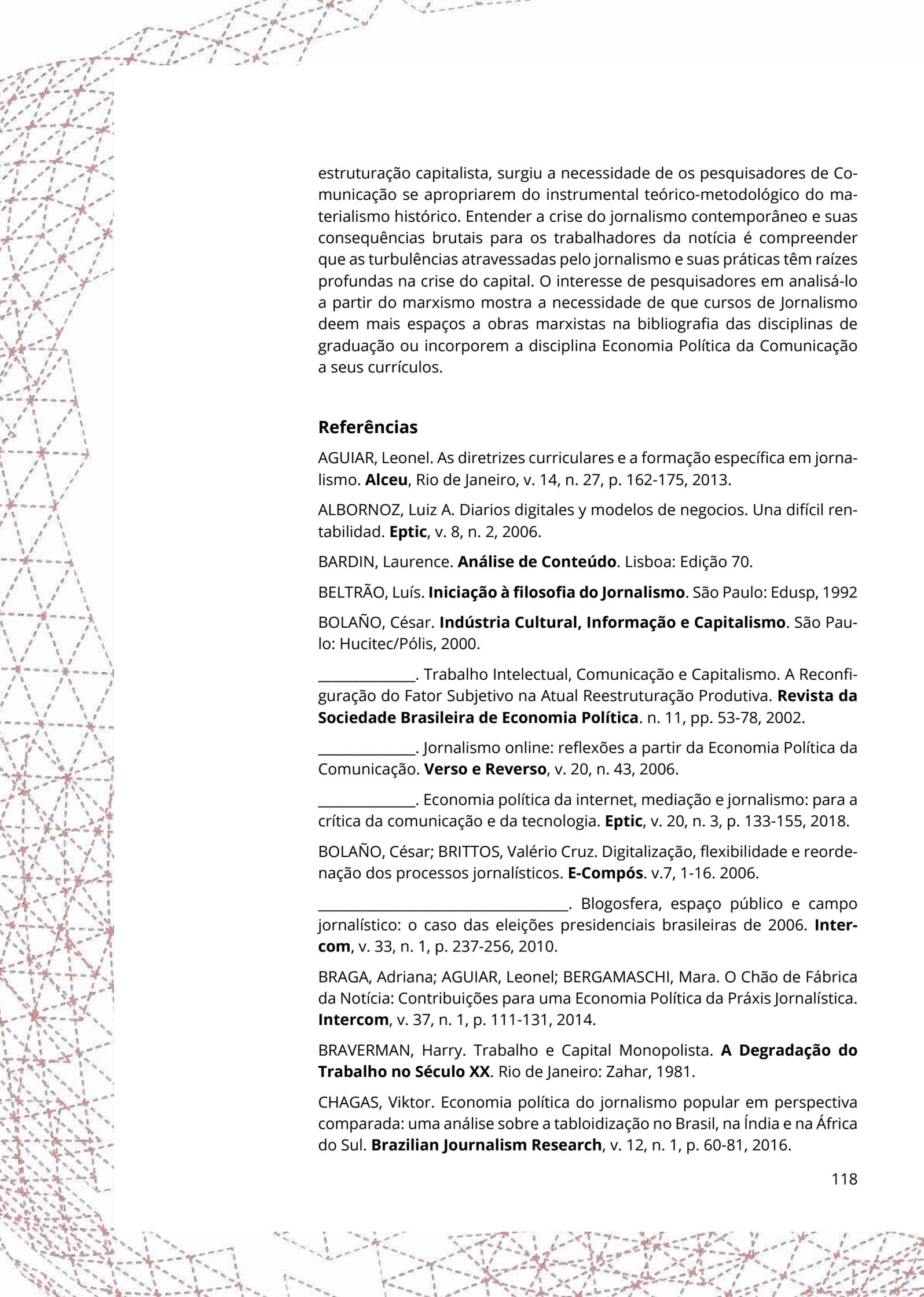
O artigo de Rocha et al (2011) analisa como o jornalismo econômico praticado nos grandes conglomerados serve ao capital. Faltou aos autores o entendimento de como o trabalho jornalístico é realizado e como as ideologias liberais são inseridas no noticiário através da socialização nas redações e da ideia de objetividade para entender como o jornalismo econômico atua como propagador do *status quo*. Já Teixeira et al (2017) analisam a cobertura do vazamento de áudios de Romero Jucá pelo Jornal Nacional em 2016. As autoras realizam uma análise excessivamente descritiva do jornal. Falta ao trabalho observar que ao construir mediações a partir de seu trabalho, os jornalistas acabam por tornar possível que a Indústria Cultural exerça a função propaganda (BOLAÑO, 2000), ou seja, construir mediações que colonizam o mundo da vida a partir da lógica do Estado, ao mesmo tempo em que exerce a função publicidade, que coloniza o mundo da vida a partir da lógica do mercado.

## 5. Conclusão

O levantamento realizado neste artigo mostra que o número de pesquisadores que buscam entender o jornalismo e suas práticas a partir do marxismo, incluindo a Economia Política da Comunicação, aumentou a partir do início do século XXI depois de um hiato que começou em meados da década de 1980 e foi interrompido apenas na segunda metade da primeira década do presente século.

Ficou claro, após nosso levantamento, que há um esforço contínuo de vários pesquisadores em investigar o jornalismo a partir do materialismo histórico, patente na presença de apenas três anos sem publicações que sigam esses critérios desde 2006, quando encontramos os primeiros artigos do *corpus*. Entretanto, é necessário que haja, por parte dos pesquisadores, um esmero maior com o uso dos conceitos e nas análises teóricas. Alguns dos problemas teóricos encontrados são o uso de termos como “jornalismo fordista”, que não correspondem à realidade da prática jornalística; adesão integral ao discurso liberal do profissionalismo sem enxergar suas contradições ou considerar que o caráter emancipatório do jornalismo tem como fonte a forma de conhecimento que o jornalismo produz, e não as contradições do trabalho intelectual.

É possível inferir desse levantamento que, após as mudanças bruscas nas condições de trabalho do jornalista causadas pelas consequências da re-



estruturação capitalista, surgiu a necessidade de os pesquisadores de Comunicação se apropriarem do instrumental teórico-metodológico do materialismo histórico. Entender a crise do jornalismo contemporâneo e suas consequências brutais para os trabalhadores da notícia é compreender que as turbulências atravessadas pelo jornalismo e suas práticas têm raízes profundas na crise do capital. O interesse de pesquisadores em analisá-lo a partir do marxismo mostra a necessidade de que cursos de Jornalismo deem mais espaços a obras marxistas na bibliografia das disciplinas de graduação ou incorporem a disciplina Economia Política da Comunicação a seus currículos.

### Referências

AGUIAR, Leonel. As diretrizes curriculares e a formação específica em jornalismo. **Alceu**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 27, p. 162-175, 2013.

ALBORNOZ, Luiz A. Diarios digitales y modelos de negocios. Una difícil rentabilidad. **Eptic**, v. 8, n. 2, 2006.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edição 70.

BELTRÃO, Luís. **Iniciação à filosofia do Jornalismo**. São Paulo: Edusp, 1992

BOLAÑO, César. **Indústria Cultural, Informação e Capitalismo**. São Paulo: Hucitec/Pólis, 2000.

\_\_\_\_\_. Trabalho Intelectual, Comunicação e Capitalismo. A Reconfiguração do Fator Subjetivo na Atual Reestruturação Produtiva. **Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política**. n. 11, pp. 53-78, 2002.

\_\_\_\_\_. Jornalismo online: reflexões a partir da Economia Política da Comunicação. **Verso e Reverso**, v. 20, n. 43, 2006.

\_\_\_\_\_. Economia política da internet, mediação e jornalismo: para a crítica da comunicação e da tecnologia. **Eptic**, v. 20, n. 3, p. 133-155, 2018.

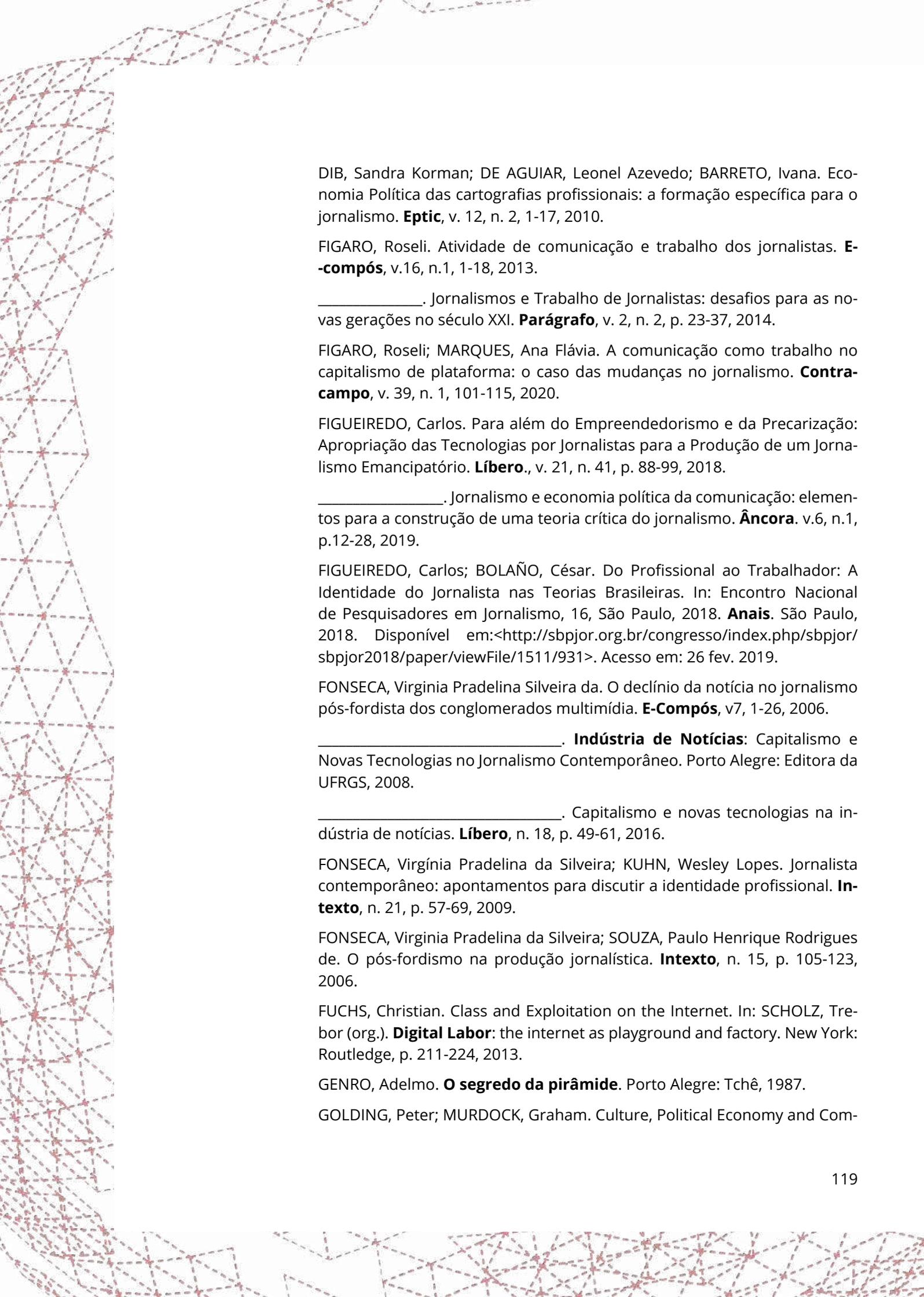
BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério Cruz. Digitalização, flexibilidade e reordenação dos processos jornalísticos. **E-Compós**. v.7, 1-16. 2006.

\_\_\_\_\_. Blogosfera, espaço público e campo jornalístico: o caso das eleições presidenciais brasileiras de 2006. **Intercom**, v. 33, n. 1, p. 237-256, 2010.

BRAGA, Adriana; AGUIAR, Leonel; BERGAMASCHI, Mara. O Chão de Fábrica da Notícia: Contribuições para uma Economia Política da Práxis Jornalística. **Intercom**, v. 37, n. 1, p. 111-131, 2014.

BRAVERMAN, Harry. Trabalho e Capital Monopolista. **A Degradação do Trabalho no Século XX**. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.

CHAGAS, Viktor. Economia política do jornalismo popular em perspectiva comparada: uma análise sobre a tabloidização no Brasil, na Índia e na África do Sul. **Brazilian Journalism Research**, v. 12, n. 1, p. 60-81, 2016.



DIB, Sandra Korman; DE AGUIAR, Leonel Azevedo; BARRETO, Ivana. Economia Política das cartografias profissionais: a formação específica para o jornalismo. **Eptic**, v. 12, n. 2, 1-17, 2010.

FIGARO, Roseli. Atividade de comunicação e trabalho dos jornalistas. **E-compós**, v.16, n.1, 1-18, 2013.

\_\_\_\_\_. Jornalismo e Trabalho de Jornalistas: desafios para as novas gerações no século XXI. **Parágrafo**, v. 2, n. 2, p. 23-37, 2014.

FIGARO, Roseli; MARQUES, Ana Flávia. A comunicação como trabalho no capitalismo de plataforma: o caso das mudanças no jornalismo. **Contra-campo**, v. 39, n. 1, 101-115, 2020.

FIGUEIREDO, Carlos. Para além do Empreendedorismo e da Precarização: Apropriação das Tecnologias por Jornalistas para a Produção de um Jornalismo Emancipatório. **Líbero.**, v. 21, n. 41, p. 88-99, 2018.

\_\_\_\_\_. Jornalismo e economia política da comunicação: elementos para a construção de uma teoria crítica do jornalismo. **Âncora**. v.6, n.1, p.12-28, 2019.

FIGUEIREDO, Carlos; BOLAÑO, César. Do Profissional ao Trabalhador: A Identidade do Jornalista nas Teorias Brasileiras. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 16, São Paulo, 2018. **Anais**. São Paulo, 2018. Disponível em: <<http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2018/paper/viewFile/1511/931>>. Acesso em: 26 fev. 2019.

FONSECA, Virginia Pradelina Silveira da. O declínio da notícia no jornalismo pós-fordista dos conglomerados multimídia. **E-Compós**, v7, 1-26, 2006.

\_\_\_\_\_. **Indústria de Notícias: Capitalismo e Novas Tecnologias no Jornalismo Contemporâneo**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

\_\_\_\_\_. Capitalismo e novas tecnologias na indústria de notícias. **Líbero**, n. 18, p. 49-61, 2016.

FONSECA, Virgínia Pradelina da Silveira; KUHN, Wesley Lopes. Jornalista contemporâneo: apontamentos para discutir a identidade profissional. **Intexto**, n. 21, p. 57-69, 2009.

FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira; SOUZA, Paulo Henrique Rodrigues de. O pós-fordismo na produção jornalística. **Intexto**, n. 15, p. 105-123, 2006.

FUCHS, Christian. Class and Exploitation on the Internet. In: SCHOLZ, Trebor (org.). **Digital Labor: the internet as playground and factory**. New York: Routledge, p. 211-224, 2013.

GENRO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**. Porto Alegre: Tchê, 1987.

GOLDING, Peter; MURDOCK, Graham. Culture, Political Economy and Com-

munications. In: CURRAN, James. **Mass Media and Society**. London: Arnold, 2000. p. 12-30.

GRAMSCI, Antônio. **Americanismo e Fordismo**. São Paulo: Hedra, 2008.

GROHMANN, Rafael. O trabalho dos jornalistas como sintoma da lógica dos conglomerados. **Alterjor**, v. 2, n. 8, 101-115, 2013.

\_\_\_\_\_. O trabalho do jornalista a partir dos processos comunicacionais e produtivos: dimensões teóricas em cenário de flexibilização e tensionamentos identitários. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 13, n. 1, p. 6-18, 2016.

HAUSER, Vanessa. **Jornalismo e Práxis**. Parágrafo, v. 6, n. 2, p. 11, 2019.

HARDY, Jonathan. Political Economy of News. In: VOS, Tim P. et al. (eds) **The International Encyclopedia of Journalism Studies**. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons 2019. p. 1-8.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. O discurso da convergência inevitável: a construção do jornalista multitarefa nas páginas de O Globo. **Eptic**, v. 12, n. 3, 2010.

LIPIETZ, Alain. **Miragens e Milagres**. Problemas da Industrialização no Terceiro Mundo. São Paulo: Nobel, 1988.

LELO, Thales Vilela. O sofrimento ético no mundo do trabalho dos jornalistas. **E-Compós**. v. 23, p. 1-20, 2018.

LÖFFELHOLZ, Martin; ROTHENBERGER, Liane. Continuum Eclético, Disciplina Distinta ou Subdomínio dos Estudos De Comunicação? Considerações Teóricas e Conclusões Empíricas a Respeito da Disciplinaridade, Multidisciplinaridade e Transdisciplinaridade dos Estudos de Jornalismo. **Brazilian Journalism Research**, v. 7, n. 1, p. 7-31, 2011.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia**: Jornalismo como Produção Social da Segunda Natureza. São Paulo: Ática, 1989.

MARX, Karl. **O Capital. Livro 1**. São Paulo: Boitempo, 2013.

MATTOS, Sérgio Augusto Soares. Dilemas do Jornalismo impresso na busca de um novo modelo de negócio. **Eptic**, v. 16, n. 1, p. 19-32, 2014.

MAURICIO, Patrícia. Crise no modelo de negócios do jornalismo: os casos da Infoglobo e The New York Times. **Eptic**, v. 20, n. 3, p. 41-58, 2018.

MORAES NETO, Benedito Rodrigues de. **Marx, Taylor, Ford**: As Forças Produtivas em Discussão. São Paulo: Brasiliense, 1989.

MOSCO, Vincent. **The Political Economy of Communication**. 2.ed. London: Sage, 2009.

NETTO, José Paulo; BRAZ, Marcelo. **Economia Política**: uma Introdução Crítica. São Paulo Cortez, 2012.

OLIVEIRA, Michelle Roxo de; GROHMANN, Rafael. O jornalista empreende-

dor: uma reflexão inicial sobre jornalismo, flexibilização do trabalho e os sentidos do empreendedorismo no campo profissional. **Líbero**, n. 35, p. 123-132, 2016.

PICARD, Robert G. **Media economics**: Concepts and issues. London: Sage, 1989.

PONTES, Felipe Simão. O conceito de ideologia na teoria do jornalismo de Adelmo Genro Filho. **Galáxia**, n. 32, p. 151-162, ago. 2016.

\_\_\_\_\_. Adelmo Genro Filho e a Teoria do Jornalismo: 30 anos de O Segredo da Pirâmide. **Brazilian Journalism Research**. São Paulo, v. 13, n. 1, p. 164-181, 2017.

ROCHA, Bruno Lima et al. O jornalismo econômico como porta-voz do capital financeiro. **Eptic**, v. 13, n. 1, 2011.

RODRIGUES, Theofilo Machado. A liberdade de imprensa como objeto da teoria política no século XIX: Marx, Tocqueville e Stuart Mill. **Eptic**, v. 20, n. 1, p. 176-188, 2018.

SARMENTO, Priscila Bueker; SOUZA, Rafael Bellan Rodrigues de. O jornalismo popular alternativo do Século Diário. **Alterjor**, v. 19, n. 1, p. 237-250, 2019.

SILVA, Luiz Martins da. Jornalismo e pós-jornalismo, trabalho e sobretrabalho. **Esferas**, n. 2, 2013.

SOARES, Denise Freitas de Deus; DOURADO, Jacqueline Lima; TEIXEIRA, Juliana Fernandes. Reconfiguração do mercado do telejornalismo brasileiro: reflexões a partir das mudanças técnico-estéticas do jornal nacional. **GEMINIS**, v. 8, n. 1, p. 151-168, 2017.

SOUZA, Danielle Azevedo. A internet como suporte jornalístico em Aracaju: Adaptação dos jornais impressos à nova realidade tecnológica e econômica da mídia. **Eptic**, v. 8, n. 2, 1-22, 2006.

SOUZA, Rafael Bellan Rodrigues de. Por uma práxis noticiosa realista: da estética de Lukács ao jornalismo crítico-emancipatório de Genro Filho. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 13, n. 2, p. 88-97, 2016.

\_\_\_\_\_. Ontologia do jornalismo: trabalho do conhecimento e práxis noticiosa em tempos de crise. **E-Compós**. v. 20, n. 3, 2017.

\_\_\_\_\_. O trabalho do jornalista e suas contradições: uma ontologia da crise. **Matrizes**, v. 11, n. 3, p. 129-149, 2017a.

TEIXEIRA, Juliana Fernandes et al. Espetacularização do vazamento de áudios pelo telejornalismo brasileiro: estratégias adotadas pelo Jornal Nacional na cobertura da conversa entre Romero Jucá e Sérgio Machado. **Eptic**, v. 19, n. 2, p. 109-121, 2017.

**Raça e Racismo nos estudos em Economia Política da Comunicação: da resistência à construção de uma agenda de pesquisa**

**Raza y racismo en los estudios en Economía Política de la Comunicación: de la resistencia a la construcción de una agenda de investigación**

**Race and Racism in the Political Economy of Communication's studies: from resistance to the construction of the research agenda**

**Ivonete da Silva Lopes**

Doutora em Comunicação, professora da Universidade Federal de Viçosa, líder do grupo de pesquisa Meios - Comunicação, Instituições e Interações Sociais, pesquisadora do GT Economía Política de la información, la comunicación y la Cultura do Conselho Latino-americano de Ciências Sociais (Clacso). Coordenadora nacional do GT Estudos Críticos sobre identidade, gênero e raça da ULEPICC-Brasil.

Contato: [ivonetesilvalopes@gmail.com](mailto:ivonetesilvalopes@gmail.com)

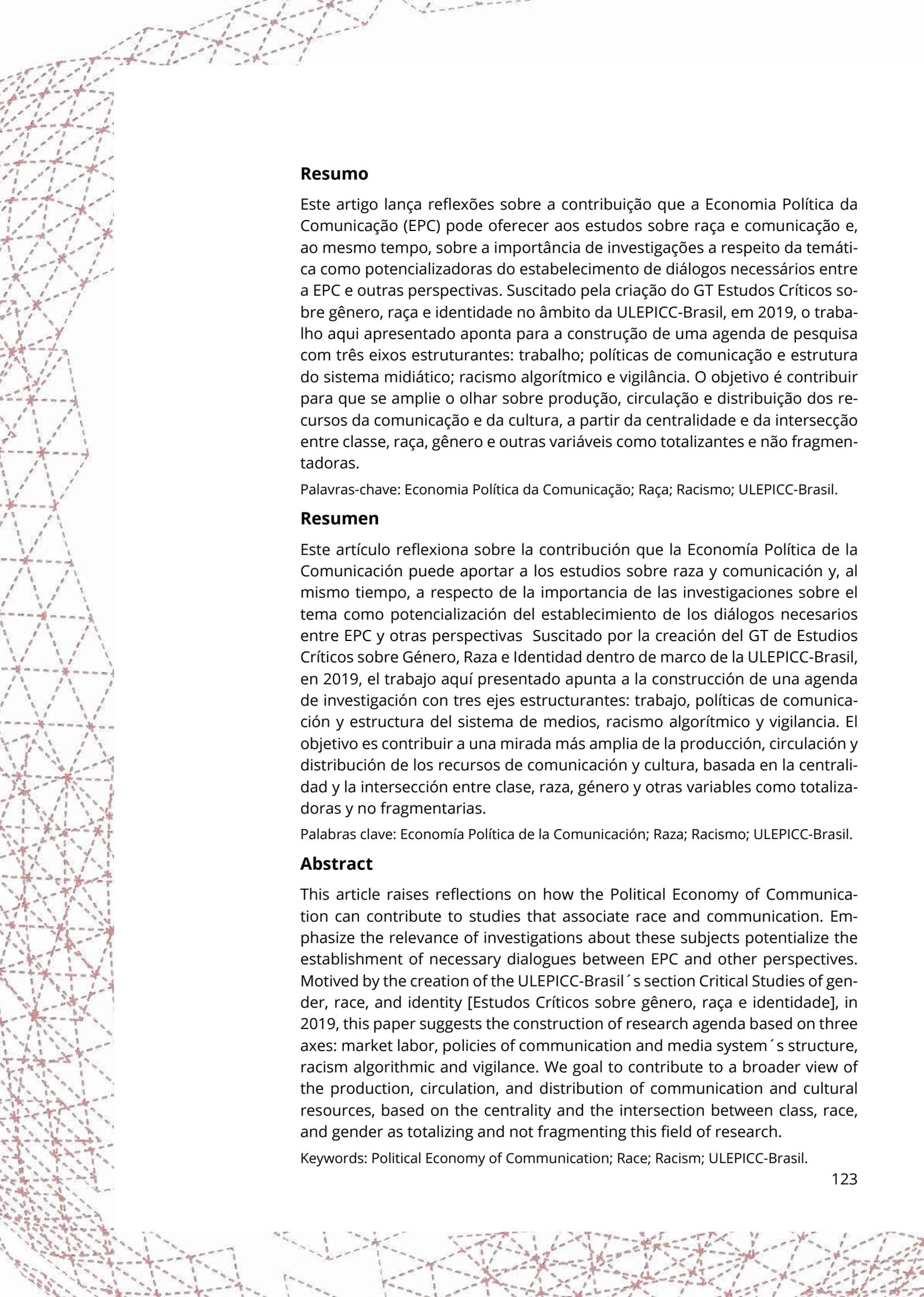
**Paulo Victor Melo**

Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas, professor universitário e pesquisador das questões que envolvem comunicação e direitos humanos, mídia e racismo, políticas de comunicação. Integrante do Conselho Consultivo da Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

Contato: [paulovictorufs@gmail.com](mailto:paulovictorufs@gmail.com)

Submetido em: 18 de junho de 2020

Aprovado em: 08 de agosto de 2020



## Resumo

Este artigo lança reflexões sobre a contribuição que a Economia Política da Comunicação (EPC) pode oferecer aos estudos sobre raça e comunicação e, ao mesmo tempo, sobre a importância de investigações a respeito da temática como potencializadoras do estabelecimento de diálogos necessários entre a EPC e outras perspectivas. Suscitado pela criação do GT Estudos Críticos sobre gênero, raça e identidade no âmbito da ULEPICC-Brasil, em 2019, o trabalho aqui apresentado aponta para a construção de uma agenda de pesquisa com três eixos estruturantes: trabalho; políticas de comunicação e estrutura do sistema midiático; racismo algorítmico e vigilância. O objetivo é contribuir para que se amplie o olhar sobre produção, circulação e distribuição dos recursos da comunicação e da cultura, a partir da centralidade e da intersecção entre classe, raça, gênero e outras variáveis como totalizantes e não fragmentadoras.

Palavras-chave: Economia Política da Comunicação; Raça; Racismo; ULEPICC-Brasil.

## Resumen

Este artículo reflexiona sobre la contribución que la Economía Política de la Comunicación puede aportar a los estudios sobre raza y comunicación y, al mismo tiempo, a respecto de la importancia de las investigaciones sobre el tema como potencialización del establecimiento de los diálogos necesarios entre EPC y otras perspectivas. Suscitado por la creación del GT de Estudios Críticos sobre Género, Raza e Identidad dentro de marco de la ULEPICC-Brasil, en 2019, el trabajo aquí presentado apunta a la construcción de una agenda de investigación con tres ejes estructurantes: trabajo, políticas de comunicación y estructura del sistema de medios, racismo algorítmico y vigilancia. El objetivo es contribuir a una mirada más amplia de la producción, circulación y distribución de los recursos de comunicación y cultura, basada en la centralidad y la intersección entre clase, raza, género y otras variables como totalizadoras y no fragmentarias.

Palabras clave: Economía Política de la Comunicación; Raza; Racismo; ULEPICC-Brasil.

## Abstract

This article raises reflections on how the Political Economy of Communication can contribute to studies that associate race and communication. Emphasize the relevance of investigations about these subjects potentialize the establishment of necessary dialogues between EPC and other perspectives. Motivated by the creation of the ULEPICC-Brasil's section Critical Studies of gender, race, and identity [Estudos Críticos sobre gênero, raça e identidade], in 2019, this paper suggests the construction of research agenda based on three axes: market labor, policies of communication and media system's structure, racism algorithmic and vigilance. We goal to contribute to a broader view of the production, circulation, and distribution of communication and cultural resources, based on the centrality and the intersection between class, race, and gender as totalizing and not fragmenting this field of research.

Keywords: Political Economy of Communication; Race; Racism; ULEPICC-Brasil.

1. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/onu-alerta-para-impacto-desproporcional-da-covid-19-sobre-minorias-raciais-e-etnicas/>>. Acesso em: 30 jul. 2020.

2. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/redacao/2020/05/19/negros-e-pardos-ja-sao-maioria-entre-as-vitimas-fatais-por-covid-19.htm>>. Acesso em: 19 maio 2020.

3. Ver: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/sobre-globo-e-racismo-o-buraco-e-mais-embaixo/>

## Introdução

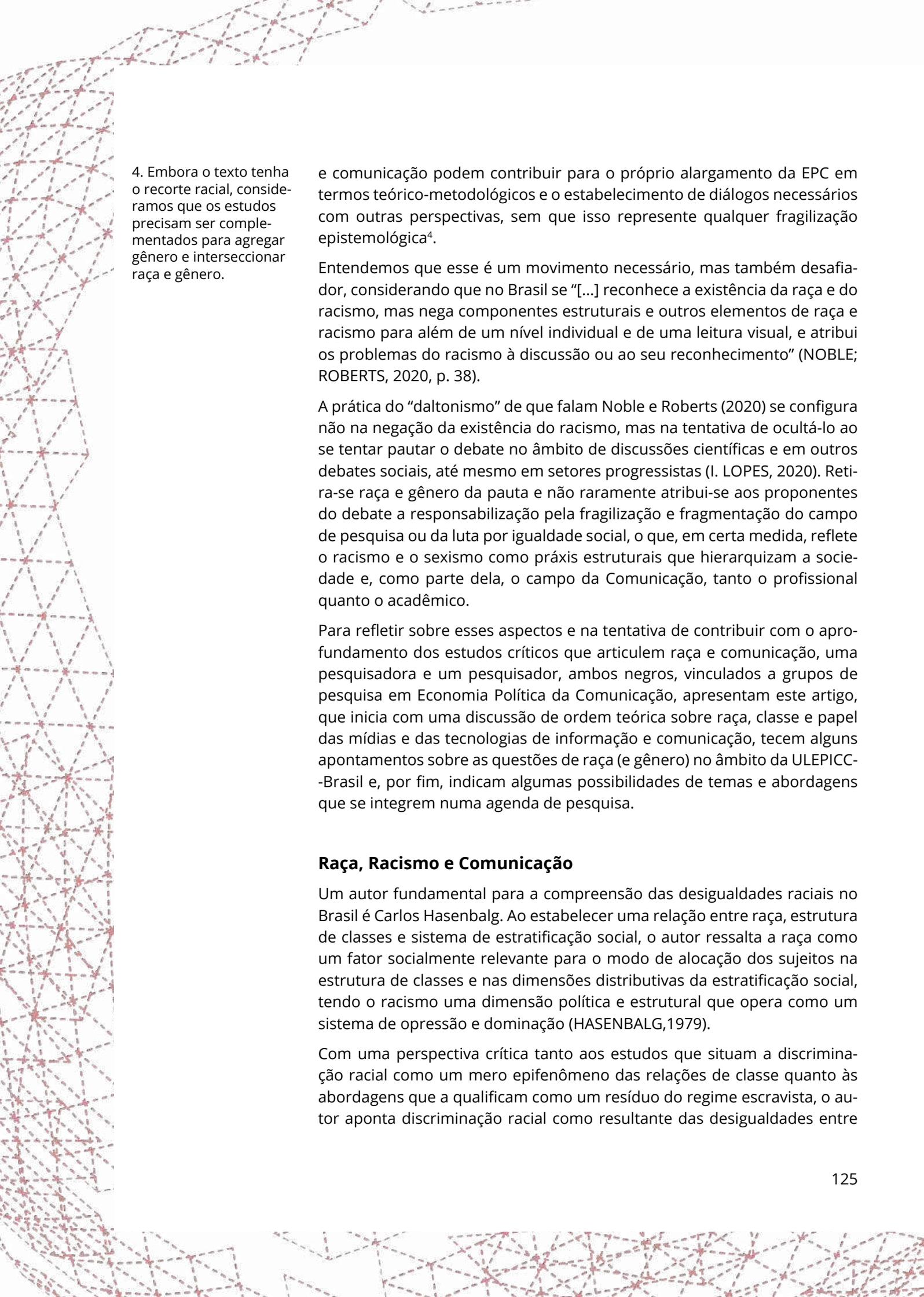
Esse texto é escrito num momento em que as atenções mundiais estão concentradas nas estratégias para o enfrentamento à Covid-19, doença que, conforme alertou a Organização das Nações Unidas, afetou numa proporção mais elevada grupos raciais e étnicos, em especial as de descendência africana. Estudo divulgado pela revista Lancet (PAN et al, 2020) revelou que apenas 7% dos documentos e relatórios de vigilância nacional sobre o novo coronavírus dos diversos países contêm dados desagregados pelo critério racial. Essa ausência do quesito raça levou a Alta Comissária para Direitos Humanos do organismo multilateral a afirmar que “a coleta, desagregação e análise de dados por etnia ou raça, além de gênero, são essenciais para identificar e tratar as desigualdades e a discriminação estrutural”<sup>1</sup>.

No Brasil, a pandemia também escancarou uma série de desigualdades históricas. O fato de mulheres e homens negras/os serem as principais vítimas fatais da Covid-19 (quase 55%, de acordo com dados do Ministério da Saúde)<sup>2</sup>, o crescimento das contaminações em comunidades indígenas, periféricas e favelas, e a ausência de números oficiais sobre o impacto da doença em comunidades quilombolas são alguns exemplos das desigualdades que estruturam as relações políticas, econômicas e sociais no Brasil.

Embora a pandemia esteja atingindo e sendo mais fatal entre os negros, o recorte racial pouco tem ganhando visibilidade nos noticiários, o que não revela nenhuma novidade. Há uma tendência na mídia brasileira a se “[...] negar a existência do racismo, a não ser que quando este aparece como objeto noticioso, devido à violação flagrante desse ou daquele dispositivo antirracista ou a episódicos conflitos raciais” (SODRÉ, 2015, p. 279), especialmente quando a vítima é alguém famoso.

A cobertura raramente intersecciona raça, classe e desigualdade social no Brasil, como se pode observar nos noticiários recentes sobre a pandemia. Fato que se agrava diante da concentração racial da mídia e da inexpressiva presença da mídia negra no sistema midiático nacional. Ainda que nós – negras e negros – representemos 56% da população brasileira (IBGE, 2019), as desigualdades raciais também são expressivas quando se refere à propriedade da mídia e ao mercado de trabalho. Diferente fosse, a inédita formação de uma bancada exclusivamente de jornalistas negras e negros numa emissora de televisão não seria motivo de tanta discussão pública<sup>3</sup>. Conforme aponta Melo (2018), a superação das desigualdades raciais na comunicação não passa apenas pela representação “em tela”, mas por uma série de aspectos que envolvem propriedade, produção, participação e controle social, dentre outros.

Nesse sentido, não temos dúvidas da contribuição fundamental que a Economia Política da Comunicação pode fornecer às análises sobre raça e comunicação, no sentido de destacá-las para além do “mais negros na TV”, bem como o afirmamos a recíproca: miradas críticas sobre raça, racismo



4. Embora o texto tenha o recorte racial, consideramos que os estudos precisam ser complementados para agregar gênero e interseccionar raça e gênero.

e comunicação podem contribuir para o próprio alargamento da EPC em termos teórico-metodológicos e o estabelecimento de diálogos necessários com outras perspectivas, sem que isso represente qualquer fragilização epistemológica<sup>4</sup>.

Entendemos que esse é um movimento necessário, mas também desafiador, considerando que no Brasil se “[...] reconhece a existência da raça e do racismo, mas nega componentes estruturais e outros elementos de raça e racismo para além de um nível individual e de uma leitura visual, e atribui os problemas do racismo à discussão ou ao seu reconhecimento” (NOBLE; ROBERTS, 2020, p. 38).

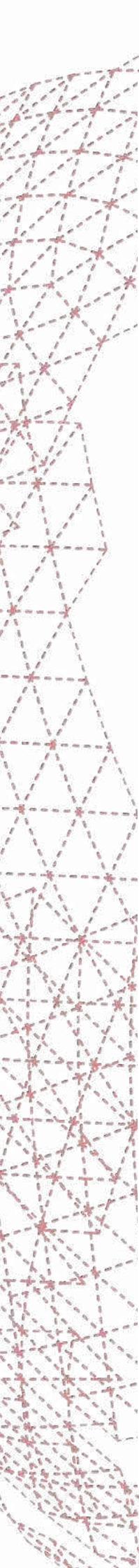
A prática do “daltonismo” de que falam Noble e Roberts (2020) se configura não na negação da existência do racismo, mas na tentativa de ocultá-lo ao se tentar pautar o debate no âmbito de discussões científicas e em outros debates sociais, até mesmo em setores progressistas (I. LOPES, 2020). Retira-se raça e gênero da pauta e não raramente atribui-se aos proponentes do debate a responsabilização pela fragilização e fragmentação do campo de pesquisa ou da luta por igualdade social, o que, em certa medida, reflete o racismo e o sexismo como práxis estruturais que hierarquizam a sociedade e, como parte dela, o campo da Comunicação, tanto o profissional quanto o acadêmico.

Para refletir sobre esses aspectos e na tentativa de contribuir com o aprofundamento dos estudos críticos que articulem raça e comunicação, uma pesquisadora e um pesquisador, ambos negros, vinculados a grupos de pesquisa em Economia Política da Comunicação, apresentam este artigo, que inicia com uma discussão de ordem teórica sobre raça, classe e papel das mídias e das tecnologias de informação e comunicação, tecem alguns apontamentos sobre as questões de raça (e gênero) no âmbito da ULEPICC-Brasil e, por fim, indicam algumas possibilidades de temas e abordagens que se integrem numa agenda de pesquisa.

### **Raça, Racismo e Comunicação**

Um autor fundamental para a compreensão das desigualdades raciais no Brasil é Carlos Hasenbalg. Ao estabelecer uma relação entre raça, estrutura de classes e sistema de estratificação social, o autor ressalta a raça como um fator socialmente relevante para o modo de alocação dos sujeitos na estrutura de classes e nas dimensões distributivas da estratificação social, tendo o racismo uma dimensão política e estrutural que opera como um sistema de opressão e dominação (HASENBALG, 1979).

Com uma perspectiva crítica tanto aos estudos que situam a discriminação racial como um mero epifenômeno das relações de classe quanto às abordagens que a qualificam como um resíduo do regime escravista, o autor aponta discriminação racial como resultante das desigualdades entre



brancos e não-brancos nas diversas áreas – economia, educação, trabalho – e em diferentes momentos históricos, sendo o componente racial um mecanismo fundamental no processo de exploração da população negra. Hasenbalg (2006, p. 263) destaca que “a disparidade de renda entre brancos e não-brancos é talvez o aspecto mais gritante das desigualdades. Mas, insisto, pretos e pardos estão expostos a desvantagens em todas as etapas do ciclo de vida”.

Como consequência principal da confluência dessas duas perspectivas colocadas por Hasenbalg, Matilde Ribeiro (2000) chama a atenção para uma espécie de “efeito mágico” que oculta o racismo e relaciona as desigualdades étnico-raciais quase que exclusivamente às questões de classe:

Torna-se automático que as desigualdades raciais e étnicas não sejam percebidas como relacionadas a considerações raciais e étnicas, mas aos fatores de classe. Esta situação, torna complexo o estudo das implicações teóricas, políticas e ideológicas no tratamento da questão racial e étnica (RIBEIRO, 2000, p. 4).

Nesse sentido, Ribeiro (2013) defende que o racismo pressupõe a existência de um sistema social e político dotado de mecanismos sustentados na lógica do branqueamento, se estruturando e modificando ao longo do tempo, mas mantendo a sua centralidade. O binômio dominação-exploração aparece como um fenômeno arraigado na sociedade e a mídia o reflete cotidianamente.

Em perspectiva semelhante, Sodré (1998) argumenta que a mídia atua como catalisadora de expressões políticas e institucionais sobre as relações raciais, em geral estruturadas por uma tradição intelectual e elitista que, de uma maneira ou de outra, legitima a desigualdade social pela cor da pele. Sublinha o autor que:

O racismo ostentado pelas elites tradicionais desde séculos atrás pode ser reproduzido logotecnicamente, de modo mais sutil e eficaz, pelo discurso midiático-popularesco, sem distância crítica do tecido da civilização tecnoeconômica, onde se acha incrustada a discriminação em todos os seus níveis (SODRÉ, 1998, p. 1-2).

Essa expressão do racismo e das desigualdades raciais pelos meios de comunicação, segundo Sodré (1998), se dá a partir de quatro aspectos complementares: a) a negação – quando os meios de comunicação tendem a negar a existência do racismo; b) o recalçamento – quando, em seus diferentes modos de produção, os meios de comunicação recalçam aspectos identitários positivos das manifestações simbólicas de origem negra e indígena, por exemplo; c) a estigmatização – referência à distinção entre a identidade social virtual (aquela que se atribui ao outro) e a identidade social real (conferida por traços efetivamente existentes), sendo o estigma a marca da desqualificação da diferença; e d) a indiferença profissional – com

5. O Capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (ULEPICC-Brasil) foi fundado em março de 2004 como uma seção nacional da organização internacional *Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura* (ULEPICC-Federação), criada em Sevilha, na Espanha, no ano de 2002, com o intuito de agregar pesquisadores do mundo latino. A entidade brasileira visa estimular o debate da Economia Política da Comunicação, da Informação e da Cultura, e promover, dentre outros possíveis espaços acadêmicos, encontros bienais, desenvolvidos em parceria com instituições de ensino superior, realizadoras dos eventos. Sobre a entidade ver: <https://ulepicc.org.br/>

6. No congresso de 2018, a entidade mantinha sete GTs: Políticas de comunicação pública, popular ou alternativa; Indústrias midiáticas; Políticas culturais e economia política da cultura; Teorias e temas emergentes; Epistemologia da Informação, da comunicação e da cultura; e Estudos Críticos em Ciência da Informação.

7. A lei de cotas estabeleceu a introdução gradual de cotas nas instituições de ensino superior federais até que se chegasse à reserva de 50% das vagas para alunos que cursaram todo o Ensino Médio em escolas públicas, determina também subcotas para pretos, pardos,

os meios de comunicação contemporâneos pautando-se pelos ditames do comércio e da publicidade, pouco interessados em questões como a discriminação de minorias.

### **O debate sobre raça na ULEPICC-Brasil**

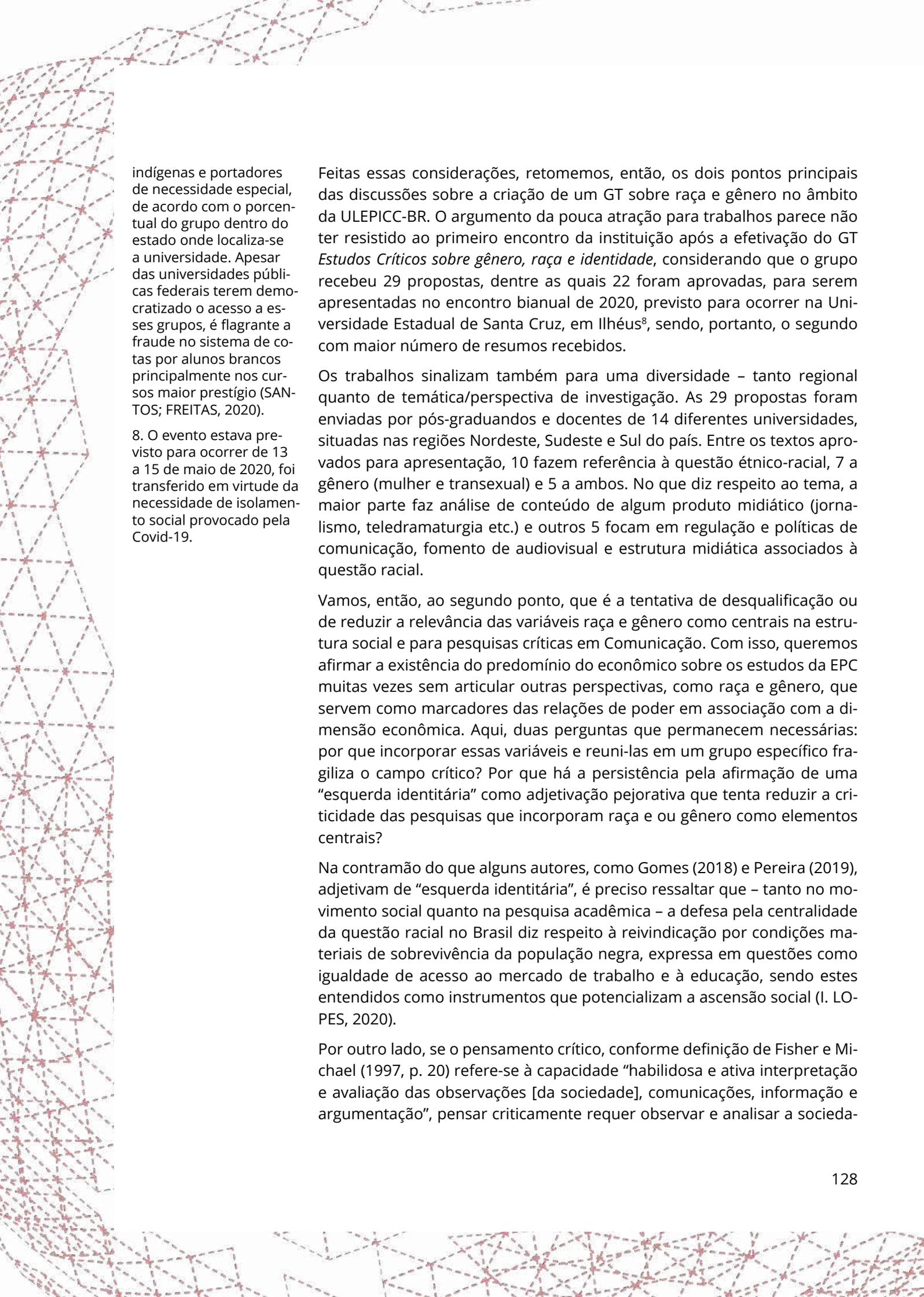
A discussão que resultou na criação do GT *Estudos Críticos sobre gênero, raça e identidade* teve início na assembleia do Capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (ULEPICC-Brasil)<sup>5</sup> realizada em novembro de 2018, na Universidade Federal de Alagoas (UFAL). Na ocasião, um dos autores desse trabalho propôs a incorporação da paridade de gênero na formação da comissão que iria discutir a reestruturação de todos os grupos de trabalho da entidade, encaminhamento que foi aprovado, mas não sem resistência.

Com a discussão de reestruturação iniciada, inaugurou-se o debate sobre a possibilidade de constituição de um GT sobre raça e gênero<sup>6</sup>, com os argumentos contrários – tanto no encontro da ULEPICC-Brasil quanto em troca de e-mails – apresentando questionamentos a respeito da capacidade de um grupo específico sobre essas questões atrair trabalhos, considerando que naquele momento eram poucos os pesquisadores negros ou com investigações na área, além da estratégia discursiva de fragmentação do campo e esvaziamento do pensamento crítico.

De forma breve, vamos tentar contrapor os dois pontos principais contrários à proposta: 1) a possibilidade de se ter um grupo esvaziado, com poucos trabalhos; 2) a desqualificação de gênero e raça para pesquisas críticas em Comunicação.

Antes, porém, é relevante pontuar que as sociedades e associações científicas devem observar que as universidades públicas, principalmente a partir da presente década, estão com uma presença estudantil mais próxima da composição racial brasileira, a partir da Lei 12.711/2012, conhecida como lei de cotas<sup>7</sup>. A presença de negros e negras no corpo docente, por outro lado, é bastante pequena. Do total de professores e professoras em universidades públicas e privadas do país, somente cerca de 30% são negros e negras. Na pós-graduação, as mulheres negras, por exemplo, são apenas 3% das docentes, conforme o Censo da Educação Superior (INEP, 2016).

Diante desse cenário, novas agendas e perspectivas de pesquisa começam a ser construídas e das associações é demandada a inclusão e a ampliação dessas temáticas em suas discussões, publicações e congressos. Além disso, como lembra Witter (2007, p. 6), as sociedades científicas possuem o papel de “[...] estímulo à produção científica para o qual usualmente recorre à promoção de eventos, concursos, constituição de grupos de pesquisa, organização de redes sociais entre seus sócios e colaboração com os sistemas de informação da área”.



indígenas e portadores de necessidade especial, de acordo com o percentual do grupo dentro do estado onde localiza-se a universidade. Apesar das universidades públicas federais terem democratizado o acesso a esses grupos, é flagrante a fraude no sistema de cotas por alunos brancos principalmente nos cursos maior prestígio (SANTOS; FREITAS, 2020).

8. O evento estava previsto para ocorrer de 13 a 15 de maio de 2020, foi transferido em virtude da necessidade de isolamento social provocado pela Covid-19.

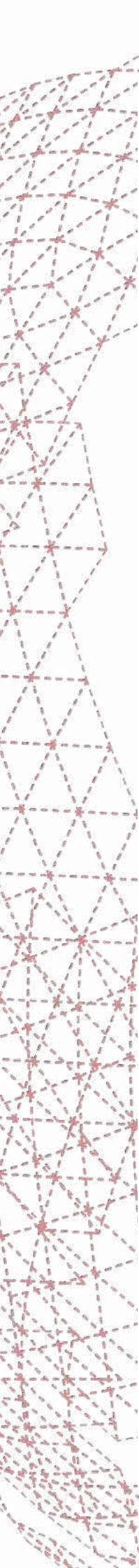
Feitas essas considerações, retomemos, então, os dois pontos principais das discussões sobre a criação de um GT sobre raça e gênero no âmbito da ULEPICC-BR. O argumento da pouca atração para trabalhos parece não ter resistido ao primeiro encontro da instituição após a efetivação do GT *Estudos Críticos sobre gênero, raça e identidade*, considerando que o grupo recebeu 29 propostas, dentre as quais 22 foram aprovadas, para serem apresentadas no encontro bianual de 2020, previsto para ocorrer na Universidade Estadual de Santa Cruz, em Ilhéus<sup>8</sup>, sendo, portanto, o segundo com maior número de resumos recebidos.

Os trabalhos sinalizam também para uma diversidade – tanto regional quanto de temática/perspectiva de investigação. As 29 propostas foram enviadas por pós-graduandos e docentes de 14 diferentes universidades, situadas nas regiões Nordeste, Sudeste e Sul do país. Entre os textos aprovados para apresentação, 10 fazem referência à questão étnico-racial, 7 a gênero (mulher e transexual) e 5 a ambos. No que diz respeito ao tema, a maior parte faz análise de conteúdo de algum produto midiático (jornalismo, teledramaturgia etc.) e outros 5 focam em regulação e políticas de comunicação, fomento de audiovisual e estrutura midiática associados à questão racial.

Vamos, então, ao segundo ponto, que é a tentativa de desqualificação ou de reduzir a relevância das variáveis raça e gênero como centrais na estrutura social e para pesquisas críticas em Comunicação. Com isso, queremos afirmar a existência do predomínio do econômico sobre os estudos da EPC muitas vezes sem articular outras perspectivas, como raça e gênero, que servem como marcadores das relações de poder em associação com a dimensão econômica. Aqui, duas perguntas que permanecem necessárias: por que incorporar essas variáveis e reuni-las em um grupo específico fragiliza o campo crítico? Por que há a persistência pela afirmação de uma “esquerda identitária” como adjetivação pejorativa que tenta reduzir a criticidade das pesquisas que incorporam raça e ou gênero como elementos centrais?

Na contramão do que alguns autores, como Gomes (2018) e Pereira (2019), adjetivam de “esquerda identitária”, é preciso ressaltar que – tanto no movimento social quanto na pesquisa acadêmica – a defesa pela centralidade da questão racial no Brasil diz respeito à reivindicação por condições materiais de sobrevivência da população negra, expressa em questões como igualdade de acesso ao mercado de trabalho e à educação, sendo estes entendidos como instrumentos que potencializam a ascensão social (L. LOPES, 2020).

Por outro lado, se o pensamento crítico, conforme definição de Fisher e Michael (1997, p. 20) refere-se à capacidade “habilidosa e ativa interpretação e avaliação das observações [da sociedade], comunicações, informação e argumentação”, pensar criticamente requer observar e analisar a socieda-



de, que no caso da brasileira as desigualdades sociais interseccionam classe, raça, sexo e outras variáveis, que representam a totalidade da formação dos homens e mulheres. No sentido oposto, negligenciar ou minimizar um desses aspectos é o que significa fragmentar.

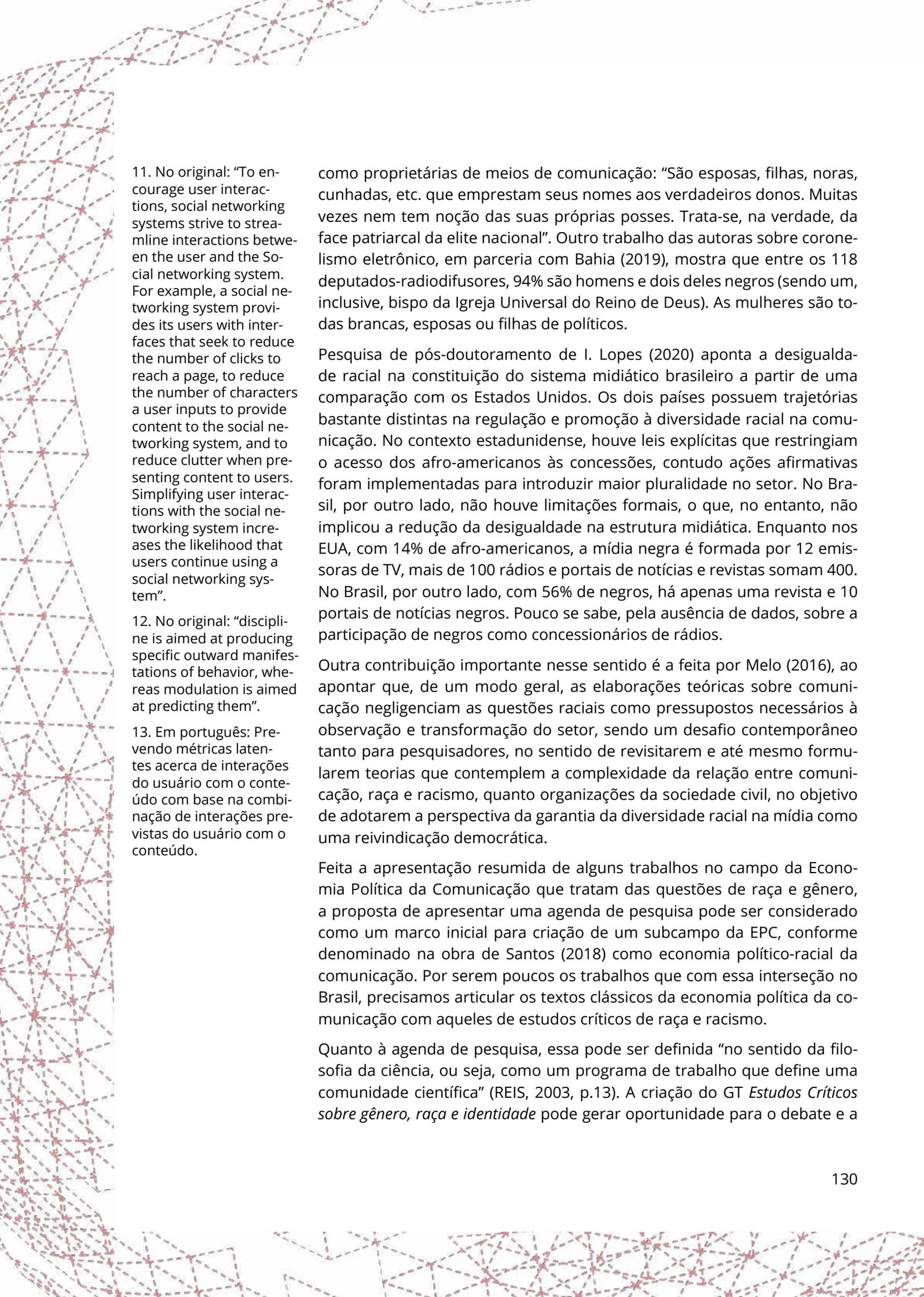
### **Apontamentos para a construção de uma agenda de pesquisa**

Ao definir a Economia Política da Comunicação como o estudo das relações sociais, em especial de poder, que constituem a produção, distribuição e consumo de recursos da comunicação, Mosco (1996) identifica quatro pressupostos centrais que a marcam como um referencial metodológico próprio: o entendimento dialético dos fenômenos como partes de um todo estruturado a partir das relações sociais e das contradições que fundam e reproduzem o capitalismo; a dimensão histórica, relacionada à delimitação dos objetos dentro do desenvolvimento das relações sociais, afastando-se de uma perspectiva funcionalista, que desconsidera a história; a adoção de uma postura ativa, e não contemplativa, no que diz respeito à produção de conhecimento e à análise da realidade; e a práxis, entendida como a unidade entre análise e ação dos estudiosos do campo. As características do campo apontadas por Mosco abrem uma série de possibilidades para o desenvolvimento de pesquisas que articulem raça, classe e comunicação pela perspectiva crítica.

É relevante destacar que a EPC é um campo diverso de pensamento, Mosco (1996) representa a visão anglo-saxônica, como expressão latina-americana, por exemplo, temos Herscovici, Bolaño e Mastrini (1999). Esses autores destacam que, a partir da extensão da lógica capitalista para os meios de comunicação, questões como o problema das classes sociais, a relação entre os meios de comunicação e a legitimação da estratificação social e a relação entre produção material e intelectual formam a base analítica da EPC.

Outro importante autor da EPC no Brasil, R. Lopes (2016) afirma que à Economia Política da Comunicação cabe não apenas o entendimento dos mecanismos de mudança social e das transformações históricas, mas também destrinchar as funções macro e microeconômicas que a cultura e a comunicação passam a assumir no processo de acumulação capitalista bem como o estudo das relações de poder, contribuindo, assim, para uma práxis social emancipatória.

O grupo brasileiro de pesquisadores da EPC possui objetos bastante diversos: cinema, jornalismo, televisão pública, internet, regulação/concentração midiática, futebol, coronelismo eletrônico, entre outros, contudo são raros os trabalhos que utilizam a variável raça e gênero em suas investigações. De trabalhos recentes do grupo que articulam EPC, raça e gênero pode-se destacar o de Aires e Santos (2017, p. 32), em que as autoras apontam a dificuldade de se conseguir informações qualificadas sobre as mulheres



11. No original: "To encourage user interactions, social networking systems strive to streamline interactions between the user and the Social networking system. For example, a social networking system provides its users with interfaces that seek to reduce the number of clicks to reach a page, to reduce the number of characters a user inputs to provide content to the social networking system, and to reduce clutter when presenting content to users. Simplifying user interactions with the social networking system increases the likelihood that users continue using a social networking system".

12. No original: "discipline is aimed at producing specific outward manifestations of behavior, whereas modulation is aimed at predicting them".

13. Em português: Prevendo métricas latentes acerca de interações do usuário com o conteúdo com base na combinação de interações previstas do usuário com o conteúdo.

como proprietárias de meios de comunicação: "São esposas, filhas, noras, cunhadas, etc. que emprestam seus nomes aos verdadeiros donos. Muitas vezes nem tem noção das suas próprias posses. Trata-se, na verdade, da face patriarcal da elite nacional". Outro trabalho das autoras sobre coronelismo eletrônico, em parceria com Bahia (2019), mostra que entre os 118 deputados-radiodifusores, 94% são homens e dois deles negros (sendo um, inclusive, bispo da Igreja Universal do Reino de Deus). As mulheres são todas brancas, esposas ou filhas de políticos.

Pesquisa de pós-doutoramento de I. Lopes (2020) aponta a desigualdade racial na constituição do sistema midiático brasileiro a partir de uma comparação com os Estados Unidos. Os dois países possuem trajetórias bastante distintas na regulação e promoção à diversidade racial na comunicação. No contexto estadunidense, houve leis explícitas que restringiam o acesso dos afro-americanos às concessões, contudo ações afirmativas foram implementadas para introduzir maior pluralidade no setor. No Brasil, por outro lado, não houve limitações formais, o que, no entanto, não implicou a redução da desigualdade na estrutura midiática. Enquanto nos EUA, com 14% de afro-americanos, a mídia negra é formada por 12 emissoras de TV, mais de 100 rádios e portais de notícias e revistas somam 400. No Brasil, por outro lado, com 56% de negros, há apenas uma revista e 10 portais de notícias negros. Pouco se sabe, pela ausência de dados, sobre a participação de negros como concessionários de rádios.

Outra contribuição importante nesse sentido é a feita por Melo (2016), ao apontar que, de um modo geral, as elaborações teóricas sobre comunicação negligenciam as questões raciais como pressupostos necessários à observação e transformação do setor, sendo um desafio contemporâneo tanto para pesquisadores, no sentido de revisitarem e até mesmo formularem teorias que contemplem a complexidade da relação entre comunicação, raça e racismo, quanto organizações da sociedade civil, no objetivo de adotarem a perspectiva da garantia da diversidade racial na mídia como uma reivindicação democrática.

Feita a apresentação resumida de alguns trabalhos no campo da Economia Política da Comunicação que tratam das questões de raça e gênero, a proposta de apresentar uma agenda de pesquisa pode ser considerado como um marco inicial para criação de um subcampo da EPC, conforme denominado na obra de Santos (2018) como economia político-racial da comunicação. Por serem poucos os trabalhos que com essa interseção no Brasil, precisamos articular os textos clássicos da economia política da comunicação com aqueles de estudos críticos de raça e racismo.

Quanto à agenda de pesquisa, essa pode ser definida "no sentido da filosofia da ciência, ou seja, como um programa de trabalho que define uma comunidade científica" (REIS, 2003, p.13). A criação do GT *Estudos Críticos sobre gênero, raça e identidade* pode gerar oportunidade para o debate e a

9. Conforme mencionado, o GT envolve também o debate sobre gênero e identidade, contudo o recorte deste texto é sobre raça e racismo.

consolidação desse subcampo, criando redes que não fiquem restritas ao encontro bianual. A agenda também pressupõe a incorporação de parâmetros teóricos similares, ou seja, de discussão de referenciais que podem orientar a produção sobre EPC, raça e racismo<sup>9</sup>.

Um dos desafios para se realizar pesquisas com recorte de raça é a falta de dados primários produzidos pelo Estado brasileiro e até mesmo por associações formadas por concessionários de mídia, como a Associação Nacional de Jornais (ANJ) e a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert) ou mesmo pelos empregadores de jornalistas e outros profissionais da comunicação.

Nos Estados Unidos, diferente do Brasil, o relatório da *Federal Communications Commission* (FCC), agência de regulação do setor, disponibiliza informações sobre raça, etnia e gênero – o que permite aprofundar as discussões naquela sociedade. A inexistência do quesito raça é uma das formas de negar a existência do racismo, assim como dificultar que sejam reivindicadas políticas, como destaca documento da Fenaj (2006):

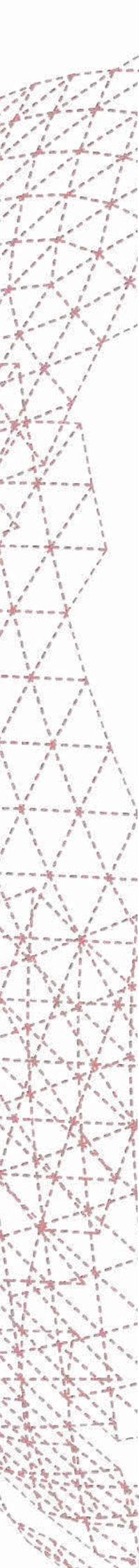
A implementação de políticas de promoção da igualdade racial exige, no plano operacional, o enfrentamento de um problema básico: a (des)informação sobre cor tanto dos empregados ou funcionários de uma empresa ou órgão público, quanto dos usuários de serviços, públicos e privados.

Feitas as ponderações sobre a ausência de dados primários relacionados à questão racial nas comunicações, apresentamos uma sugestão de agenda de pesquisa inicial, a partir de três eixos prioritários com indicações de bibliografia-base para cada eixo: 1) trabalho; 2) políticas de comunicação/estrutura do sistema midiático; 3) algoritmos/vigilância.

#### a) Trabalho

Um primeiro eixo possível de pesquisa sobre as questões de raça e racismo nas comunicações é o que diz respeito ao mundo do trabalho. Pesquisa recente do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) mostrou que os pretos e pardos não recebem menos porque possuem menor educação formal, visto que as disparidades de renda “mantêm-se presentes em todos os níveis de instrução, inclusive no mais elevado: as pessoas brancas ganham cerca de 45% a mais do que as de cor ou raça preta ou parda” (IBGE, 2019, p. 4). O mercado de trabalho da comunicação tem o acesso mediado pelas relações interpessoais e pelo capital social, os negros além de não atenderem ao padrão estético eurocêntrico, que os exclui, ainda possuem menor capital social (SILVA, 2015).

Na comunicação, a formação de uma bancada exclusivamente negra pela Globo News, no início de junho deste ano, suscitou uma série de discussões públicas sobre racismo. Vale ressaltar, além do aspecto da representação “na tela”, conforme escreveu Melo (2020), é imprescindível verificar a diver-



sidade racial nos espaços de destaque e direção das emissoras. Do total de apresentadoras e apresentadores de telejornais das emissoras, quantas/os são negras/os? Quantos/as negros e negras ocupam as chefias de redação dos veículos? Quantos/as negros e negras são diretores e diretoras de jornalismo? Qual a participação de negros e negras na estrutura corporativa das empresas de mídia? Essas são algumas das perguntas que podem servir como disparadoras de investigações de pesquisa.

Como referências iniciais desse eixo, destacamos aqui os trabalhos de Araújo (2000; 2010), Fernandes (1978), Hasenbalg (1979), Santos (1997), Leong (2013), Mick, Lima e Bergamo (2012), P. Silva (1987), S. Silva (2015), Sanders (2015) e Mills (1997).

#### b) Políticas de comunicação e estrutura do sistema midiático

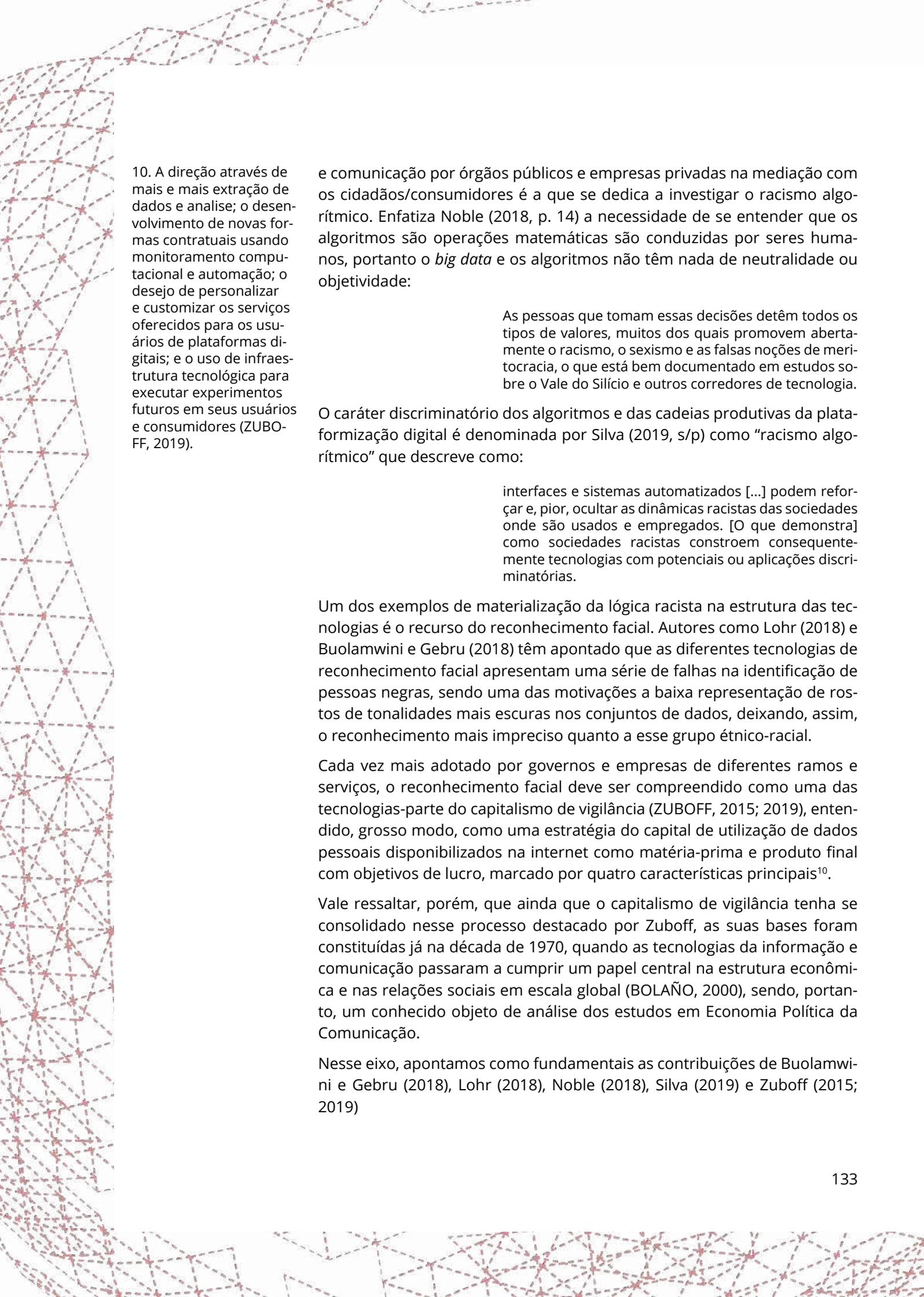
O Brasil possui uma longa tradição de pesquisa em políticas de comunicação, especialmente as que se dedicam a analisar legislações do setor em diferentes países. Porém, como pontuado por Melo (2018), o conjunto dessas investigações não aborda como essas leis podem contribuir para a reversão das desigualdades raciais nos sistemas de comunicação, sendo, portanto, uma perspectiva com amplas possibilidades de estudo, a partir de questões como: representação, no que diz respeito à visibilidade da diversidade étnico-racial nos conteúdos veiculados pelos meios de comunicação; propriedade, tanto de modo a garantir que a concessão de emissoras de comunicação tenha como princípio e objetivo o respeito à diversidade de etnia/raça, quanto com previsão de reserva de frequência para os diferentes grupos étnico-raciais; e controle social, possibilitando que a diversidade étnico-racial esteja contemplada nos mecanismos e órgãos de fiscalização e monitoramento do setor de comunicação.

Como frisou Caribé (2010, s/p), o acesso e o desenvolvimento da propriedade da radiodifusão precisa ser encarado como crucial à participação da população negra na sociedade de informação, “não só na redistribuição das concessões, mas também ao prover condições para o desenvolvimento dessa propriedade, seja por fontes alternativas ou diretamente pela publicidade estatal”.

Indicamos aqui, como materiais que podem contribuir nas pesquisas desse eixo, os trabalhos de Aires e Santos (2017), Caribé (2010), González e Torres (2011), Harrys (1991), Hernández (2017), I. Lopes (2020), Melo (2018), Mills (1997), Santos (2018), Van Dijk (1991) e Silva, Santos e Rocha (2010).

#### c) Racismo algorítmico e vigilância

Outra perspectiva de estudos sobre comunicação e questão racial que tem se ampliado a partir da expansão da adoção de tecnologias da informação



10. A direção através de mais e mais extração de dados e análise; o desenvolvimento de novas formas contratuais usando monitoramento computacional e automação; o desejo de personalizar e customizar os serviços oferecidos para os usuários de plataformas digitais; e o uso de infraestrutura tecnológica para executar experimentos futuros em seus usuários e consumidores (ZUBOFF, 2019).

e comunicação por órgãos públicos e empresas privadas na mediação com os cidadãos/consumidores é a que se dedica a investigar o racismo algorítmico. Enfatiza Noble (2018, p. 14) a necessidade de se entender que os algoritmos são operações matemáticas são conduzidas por seres humanos, portanto o *big data* e os algoritmos não têm nada de neutralidade ou objetividade:

As pessoas que tomam essas decisões detêm todos os tipos de valores, muitos dos quais promovem abertamente o racismo, o sexismo e as falsas noções de meritocracia, o que está bem documentado em estudos sobre o Vale do Silício e outros corredores de tecnologia.

O caráter discriminatório dos algoritmos e das cadeias produtivas da plataforma digital é denominada por Silva (2019, s/p) como “racismo algorítmico” que descreve como:

interfaces e sistemas automatizados [...] podem reforçar e, pior, ocultar as dinâmicas racistas das sociedades onde são usados e empregados. [O que demonstra] como sociedades racistas constroem consequentemente tecnologias com potenciais ou aplicações discriminatórias.

Um dos exemplos de materialização da lógica racista na estrutura das tecnologias é o recurso do reconhecimento facial. Autores como Lohr (2018) e Buolamwini e Gebru (2018) têm apontado que as diferentes tecnologias de reconhecimento facial apresentam uma série de falhas na identificação de pessoas negras, sendo uma das motivações a baixa representação de rostos de tonalidades mais escuras nos conjuntos de dados, deixando, assim, o reconhecimento mais impreciso quanto a esse grupo étnico-racial.

Cada vez mais adotado por governos e empresas de diferentes ramos e serviços, o reconhecimento facial deve ser compreendido como uma das tecnologias-parte do capitalismo de vigilância (ZUBOFF, 2015; 2019), entendido, grosso modo, como uma estratégia do capital de utilização de dados pessoais disponibilizados na internet como matéria-prima e produto final com objetivos de lucro, marcado por quatro características principais<sup>10</sup>.

Vale ressaltar, porém, que ainda que o capitalismo de vigilância tenha se consolidado nesse processo destacado por Zuboff, as suas bases foram constituídas já na década de 1970, quando as tecnologias da informação e comunicação passaram a cumprir um papel central na estrutura econômica e nas relações sociais em escala global (BOLAÑO, 2000), sendo, portanto, um conhecido objeto de análise dos estudos em Economia Política da Comunicação.

Nesse eixo, apontamos como fundamentais as contribuições de Buolamwini e Gebru (2018), Lohr (2018), Noble (2018), Silva (2019) e Zuboff (2015; 2019)

## Considerações finais

Este trabalho fez alusão à incorporação oficial de pesquisas sobre raça, racismo e gênero no âmbito da ULEPICC-Brasil com a criação do Grupo Temático *Estudos Críticos sobre gênero, raça e identidade*, GT que terá sua atividade inicial no Congresso de 2020 da entidade. Buscamos refletir sobre o caminho percorrido para a aprovação do grupo, desconstruir os argumentos contrários sustentados à época que faziam referência à fragmentação do pensamento crítico pela incorporação dos temas raça e gênero e, por outro lado, ao receio de se ter um GT esvaziado, com poucos trabalhos submetidos.

Fizemos também um esforço teórico-epistemológico de lançar uma moldura inicial de uma agenda de pesquisa sobre raça e racismo, em especial, que precisa ser complementado para agregar gênero e interseccionar raça e gênero. Os três eixos temáticos aqui propostos, 1) trabalho, 2) políticas de comunicação/estrutura do sistema midiático, 3) algoritmos/vigilância, são bastante abrangentes e poderão acolher diversos objetos de pesquisa.

Concluimos afirmando que a lacuna de produção que articule raça e racismo nos estudos em Economia Política da Comunicação, aqui apontada, pode favorecer a relevância e a originalidade dos trabalhos que poderão surgir na EPC a partir da atuação da ULEPICC-Brasil. Por outro lado, há grandes desafios postos, principalmente em relação aos raros dados primários sobre raça/gênero e comunicação (trabalho, estrutura midiática, por exemplo) e no que diz respeito à construção de um marco teórico que precisará articular obras da EPC com outras de estudos críticos sobre raça e racismo.

## Referências

ARAÚJO, Joel Zito. **A negação do Brasil: o negro na telenovela brasileira**. Editora SENAC São Paulo, 2000.

\_\_\_\_\_. **O negro na TV pública**. Brasília: FCP, 2010.

AIRES, Janaine; SANTOS, Suzy dos. **Sempre foi pela família: mídias e políticas no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2017.

BOLAÑO, Cesar. **Indústria Cultural, Informação e Capitalismo**. São Paulo: Hucitec/Polis, 2000.

BUOLAMWINI, Joy; GEBRU, Timnit. **Gender shades: Intersectional Accuracy Disparities in commercial gender classification**. Conference on Fairness, Accountability, and Transparency. 2018. Disponível em: <<https://bit.ly/35oNVtW>>. Acesso em: 04 jan. 2020.

FENAJ. **Teses e moções do 31º Congresso Nacional de Jornalistas**. João Pessoa (PB), de 4 a 8 de agosto de 2004.

FERNANDES, Florestan. **A integração do negro na sociedade de classes**. São Paulo: Ática, 1978.

FISHER, Alec, MICHAEL, Scriven. **Critical Thinking. Its Definition and Assessment.** Edgepress: CA, USA/Centre For Research in Critical Thinking: Norwich, UK, 1997.

GOMES, Wilson. **A esquerda identitária e a satanização da maioria.** Disponível em: <<https://revistacult.uol.com.br/home/esquerda-identitaria-e-satanizacao-da-maioria/>>. Acesso em: 20 mai.2019.

GONZÁLEZ, Juan; TORRES, Joseph. **News for All the People: The Epic Story of Race and the American Media.** New York: Verso, 2011.

HARRYS, Cheryl I. Whiteness as property. **Harvard Law Review**, p. 1707-1993, 1991.

HASENBALG, Carlos. **Discriminação e Desigualdades Raciais no Brasil.** Rio de Janeiro: Graal, 1979.

\_\_\_\_\_. Notas sobre relações raciais no Brasil e na América Latina. In: HOLANDA, H. B. (Org.). **Y nosotras latinoamericanas? estudos sobre gênero e raça.** São Paulo: Fundação Memorial da América Latina, 1992.

\_\_\_\_\_. Entrevista concedida a Antonio Sergio Alfredo Guimarães. In: **Tempo Social** - revista de Sociologia da USP, v. 18, n. 2. p. 259-268, 2006.

HERSCOVICI, Alain; BOLAÑO, César; MASTRINI, Guillermo. Economía política de la comunicación y la cultura: una presentación. In: BOLAÑO, C.; MASTRINI, G. (eds.). **Globalización y Monopolios en la Comunicación en América Latina.** Buenos Aires: Biblos, 1999. p. 9-25.

HERNÁNDEZ, Tanya K. **Subordinação racial no Brasil e na América Latina: o papel do Estado, o direito costumeiro e a nova resposta dos direitos civis.** Salvador: EdUFBA, 2017.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Desigualdades sociais por Cor ou Raça no Brasil. Estudos e pesquisas: Informação Demográfica e Socioeconômica.** Rio de Janeiro: IBGE, 2019.

LEONG, Nancy. Racial Capitalism. **Harvard Law Review**. v. 26, p. 2151-2226, jun. 2013.

LOHR, Steve. Facial recognition is accurate, if you're a white guy. **The New York Times**, Nova Iorque, 09 fev. 2018. Disponível em: <<https://nyti.ms/2rZTH7L>>. Acesso em: 04 jan. 2020.

LOPES, Ruy Sardinha. Economia Política da Comunicação e da Cultura: aportes para a formação de um campo disciplinar. **PragMATIZES** – Revista Latinoamericana de Estudos em Cultura, ano 6, n. 10, p. 9-19, out.2015-mar.2016.

LOPES, Ivonete da Silva. **Mídia e diversidade: da estrutura ao conteúdo a rejeição da realidade racial brasileira.** 2020. [no prelo]

MELO, Paulo Victor. Comunicação Pública e diversidade étnico-racial: reflexões e propostas. In: MORAES Filho, Ivan; DOMINGUES DA SILVA, Juliano

(Org.). **Sobre a mídia que queremos: comunicação pública, direitos humanos e democracia**. Olinda: Centro de Cultura Luiz Freire, 2016.

\_\_\_\_\_. Comunicação e diversidade étnico-racial: um olhar para as leis de mídia na América Latina. In: BARROS, Chalini Gonçalves de Barros; CARRERA, Fernanda Ariane Silva. **Mídia e diversidade: caminhos para reflexão e resistência**. João Pessoa: Xeróca, 2018. p. 44-67.

\_\_\_\_\_. **Sobre Globo e Racismo**: o buraco é mais embaixo. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/blogs/sobre-globo-e-racismo-o-buraco-e-mais-embaixo/>>. Acesso em: 12 jun. 2020.

MICK, Jacques; LIMA, Samuel; BERGAMO, Alexandre. **Perfil do jornalista brasileiro** – características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012. Disponível em: <<https://perfildojornalista.ufsc.br/files/2013/04/Perfil-do-jornalista-brasileiro-Sintese.pdf>>. Acesso em: 11 jun. 2020.

MILLS, Charles W. **The Racial Contract**. New York: Cornell University Press: 1997.

MOSCO, Vincent. **The Political Economy of Communications: Rethinking and Renewal**. Londres: Sage Publications, 1996.

NOBLE, Safiya Umoja. **Algorithms of oppression**: how search engines reinforce racism. Nova Iorque: New York University Press, 2018.

\_\_\_\_\_; ROBERTS, Sarah T. Elites tecnológicas, meritocracia e mitos pós raciais no Vale do Silício. **Revista Fronteiras** - estudos midiáticos, v. 22, n. 1, p. 36-46, jan.-abr. 2020.

PAN, Daniel et al. **The impact of ethnicity on clinical outcomes in COVID-19: A systematic review**. In The Lancet. Eclinical Medicine. 2020. Disponível em: <<https://doi.org/10.1016/j.eclinm.2020.100404>>. Acesso em: 14 jun. 2020.

PEREIRA, José Pacheco. **A esquerda “identitária” diz adeus a Marx**. Disponível em: <<https://www.publico.pt/2019/01/26/politica/opiniao/esquerda-identitaria-adeus-marx-1859494>>. Acesso em: 15 jun. 2019.

REIS, Elisa. Reflexões leitas para a formulação de uma agenda de pesquisa em políticas públicas. **RBCS**, v. 18, n. 51, p. 11-14, fev. 2003.

RIBEIRO, Matilde. **Diversidade racial, étnica e processos de participação política na América Latina**. 2010. Disponível em: <[www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2005/38277/diversidade.pdf](http://www.aids.gov.br/sites/default/files/campanhas/2005/38277/diversidade.pdf)>. Acesso em: 08 jun. 2020.

\_\_\_\_\_. **Institucionalização das políticas de promoção da igualdade racial no Brasil**: percursos e estratégias - 1986 a 2010. 282 f. Tese (Doutorado em Serviço Social) – Programa de Pós-Graduação de Serviço Social da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2013.

SANDERS, Joshunda. **How racism and sexism killed traditional media: why the future of journalism depends on women and people of color.** Santa Barbara: Pranger, 2015.

SANTOS, Sales Augusto. **Educação: um pensamento negro contemporâneo.** Jundiaí: Paco Editorial, 2014.

\_\_\_\_\_. **A formação do mercado de trabalho livre em São Paulo: Tensões raciais e marginalização social.** 144 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Departamento de Sociologia da Universidade de Brasília. Brasília, 1997.

SANTOS, Sales Augusto dos; FREITAS, Matheus Silva. Fraudes en el sistema de cuotas brasileño: una mirada hacia la remarginalización de las mujeres negras. **Revista Argentina de Sociología**, v. 15, n. 25, p. 142-169, jul.-dez. 2019.

SANTOS, Tiago V. **Desigualdade racial midiática.** O direito à comunicação exercido e o direito à imagem violado. Belo Horizonte: Letramento, 2018.

SILVA, Petronilha. **História de operários negros.** São Paulo: EST Edições e Nova Dimensão, 1987.

SILVA, Paulo Vinícius; SANTOS, Wellington; ROCHA, Neli. Racismo discursivo, legislação e proposições para a televisão pública brasileira. In: ARAÚJO, J. Z. (Org.). **O Negro na TV Pública.** Brasília: Fundação Cultural Palmares, 2010.

SILVA, Sandra Martins. Por uma visibilidade étnica: imprensa, jornalistas e identidades raciais – uma abordagem sobre a campanha nacional de auto-declaração étnico-racial. In: CONGRESSO DE PESQUISADORES NEGROS DO SUDESTES, 1, Nova Iguaçu, 2015. **Anais do I Congresso de Pesquisadores Negros do Sudeste: Os NEABs no cenário educacional contemporâneo: relações e intersecções identitárias.** Nova Iguaçu: CPNS, 2015.

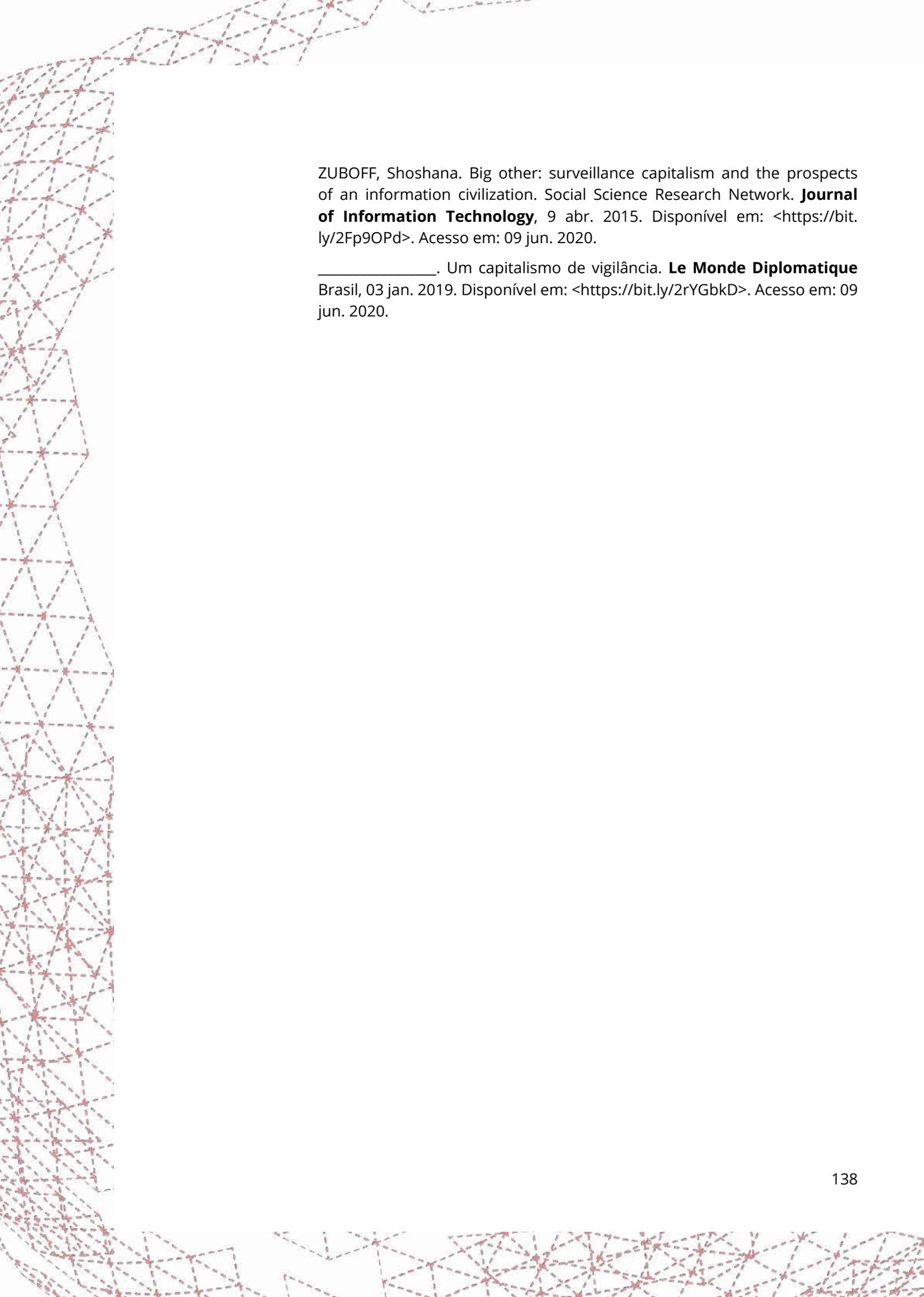
SILVA, Tarcízio Roberto da. Racismo Algorítmico em Plataformas Digitais: microagressões e discriminação em código. In: SEMINÁRIO INTERCIONAL LAVITS, 6, Salvador, 2019. **Anais do VI Seminário Internacional LAVITS.** Salvador: LAVITS, 2019.

SODRÉ, Muniz. **Claros e escuros: identidade, povo, mídia e cotas no Brasil.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

\_\_\_\_\_. Sobre imprensa negra. **Revista Lumina**, v. 1, n. 1, p.23-32. 1998.

VAND DIJK, Teun. **Racism in the press - Great Britain.** Londres, Nova Iorque: Routledge, 1991.

WITTER, Geraldina Porto. Importância das importâncias das sociedades/associações científicas: desenvolvimento da ciência e formação do profissional-pesquisador. **Boletim de Psicologia**, v. LVII, n. 126, p. 1-14, 2007.



ZUBOFF, Shoshana. Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. Social Science Research Network. **Journal of Information Technology**, 9 abr. 2015. Disponível em: <<https://bit.ly/2Fp9OPd>>. Acesso em: 09 jun. 2020.

\_\_\_\_\_. Um capitalismo de vigilância. **Le Monde Diplomatique** Brasil, 03 jan. 2019. Disponível em: <<https://bit.ly/2rYGbkD>>. Acesso em: 09 jun. 2020.

**Nós, as economistas políticas da comunicação: um conto de sub-representações e apagamentos em busca de um final feliz no reino encantado da EPC brasileira**

**Nosotras, las economistas políticas de la comunicación: un conto de subrepresentación y borrados en busca de un final feliz en el reino encantado de la EPC brasileña**

**Us, the political economists of communication: a tale of underrepresentation and erasures in search of a happy ending in the enchanted realm of brazilian Political Economy of Communication**

**Sil Bahia**

Diretora de Programas do Olabi. Mestre em Cultura e Territorialidades/ UFF. Bolsista do FUJB-FORD. Pesquisadora do PEIC-ECO/UFRJ.  
Contato: silvana@olabi.co

**Marcia M. S. Gonçalves**

Doutoranda pelo PPGCOM/UFRJ. Bolsista do FUJB-FORD. Pesquisadora do PEIC-ECO/UFRJ.  
Contato: marciamariasg@gmail.com

**Janaine Aires**

Professora do Departamento de Comunicação/UFRN. Doutora pelo PPGCOM/UFRJ. Pesquisadora do PEIC-ECO/UFRJ  
Contato: janaineaires@gmail.com

**Suzy dos Santos**

Professora da Escola de Comunicação/UFRJ. Doutora pelo PósCom/UFBA. Coordenadora do PEIC-ECO/UFRJ  
Contato: suzy.santos@eco.ufrj.br

**Luanda Schramm**

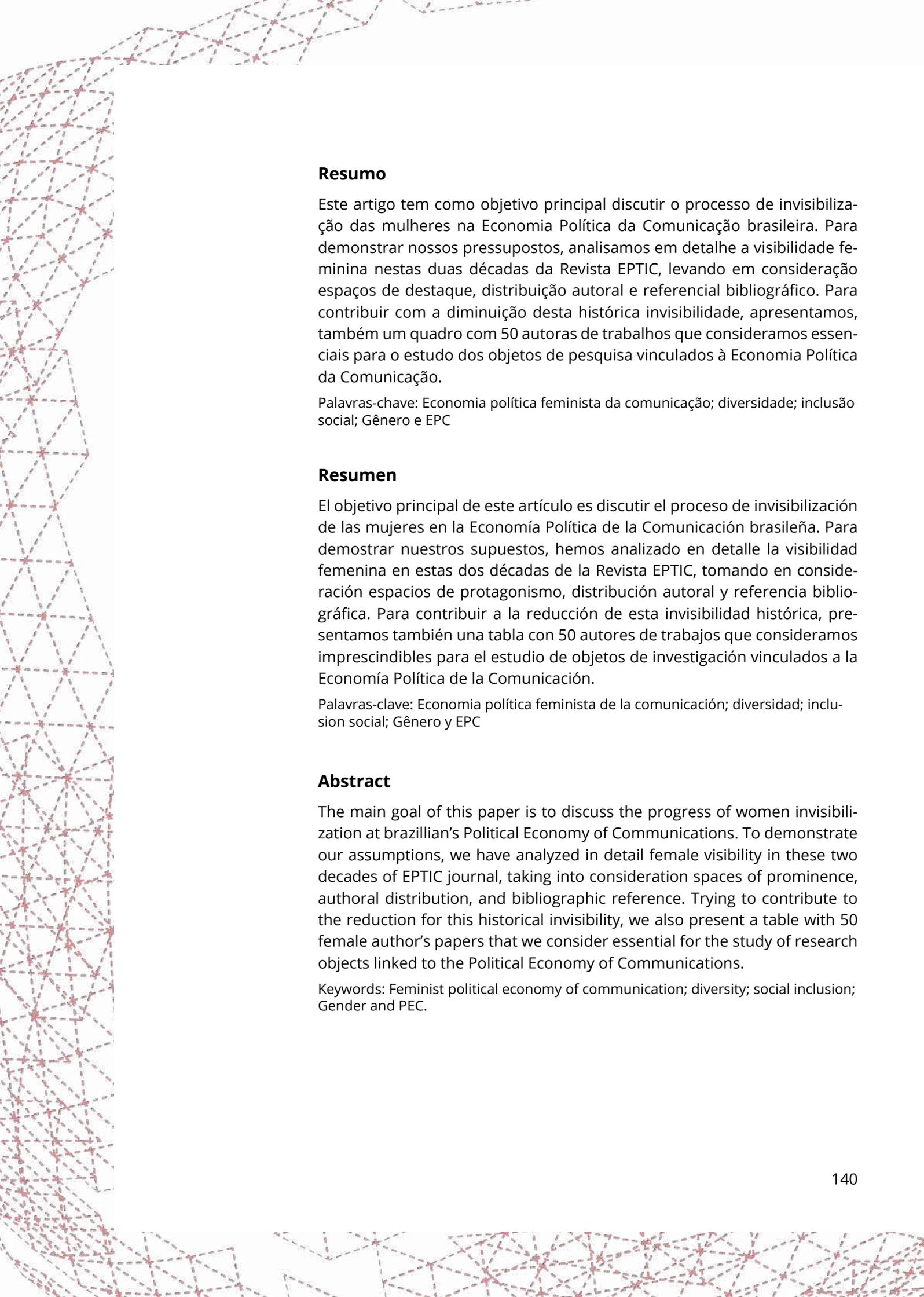
Pós-doutoranda na Escola de Comunicação/UFRJ. Doutora em Ciência Política/ UnB. Pesquisadora do PEIC-ECO/UFRJ  
Contato: luandaschramm@msn.com

**Chalini Torquato**

Professora da Escola de Comunicação/UFRJ. Doutora pelo PósCom/UFBA. Pesquisadora do PEIC-ECO/UFJ  
Contato: chalini.torquato@eco.ufrj.br

**Submetido em: 22 de junho de 2020**

**Aprovado em: 31 de julho de 2020**



## Resumo

Este artigo tem como objetivo principal discutir o processo de invisibilização das mulheres na Economia Política da Comunicação brasileira. Para demonstrar nossos pressupostos, analisamos em detalhe a visibilidade feminina nestas duas décadas da Revista EPTIC, levando em consideração espaços de destaque, distribuição autoral e referencial bibliográfico. Para contribuir com a diminuição desta histórica invisibilidade, apresentamos, também um quadro com 50 autoras de trabalhos que consideramos essenciais para o estudo dos objetos de pesquisa vinculados à Economia Política da Comunicação.

Palavras-chave: Economia política feminista da comunicação; diversidade; inclusão social; Gênero e EPC

## Resumen

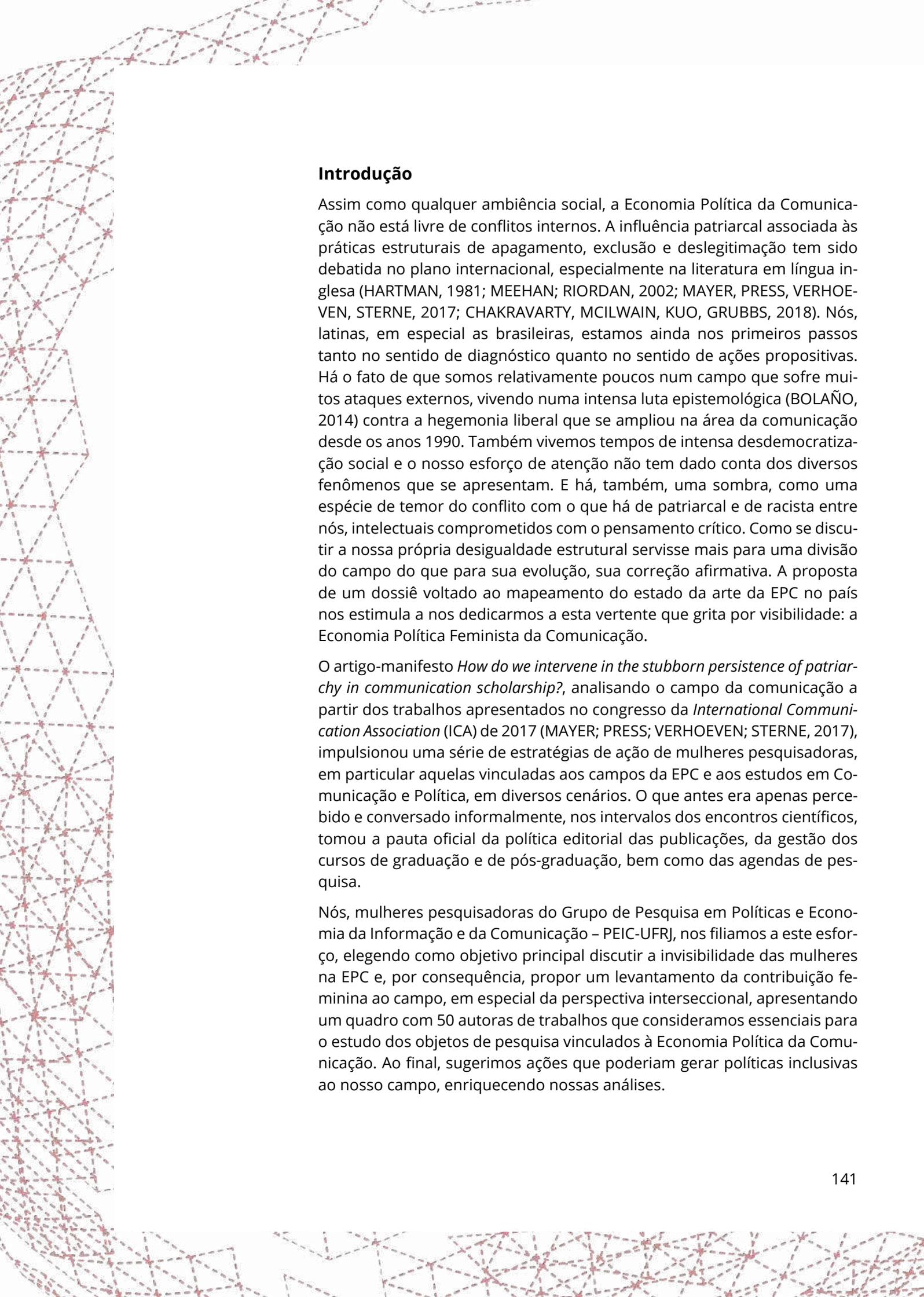
El objetivo principal de este artículo es discutir el proceso de invisibilización de las mujeres en la Economía Política de la Comunicación brasileña. Para demostrar nuestros supuestos, hemos analizado en detalle la visibilidad femenina en estas dos décadas de la Revista EPTIC, tomando en consideración espacios de protagonismo, distribución autoral y referencia bibliográfica. Para contribuir a la reducción de esta invisibilidad histórica, presentamos también una tabla con 50 autores de trabajos que consideramos imprescindibles para el estudio de objetos de investigación vinculados a la Economía Política de la Comunicación.

Palavras-clave: Economía política feminista de la comunicación; diversidad; inclusión social; Gênero y EPC

## Abstract

The main goal of this paper is to discuss the progress of women invisibilization at brazilian's Political Economy of Communications. To demonstrate our assumptions, we have analyzed in detail female visibility in these two decades of EPTIC journal, taking into consideration spaces of prominence, authoral distribution, and bibliographic reference. Trying to contribute to the reduction for this historical invisibility, we also present a table with 50 female author's papers that we consider essential for the study of research objects linked to the Political Economy of Communications.

Keywords: Feminist political economy of communication; diversity; social inclusion; Gender and PEC.

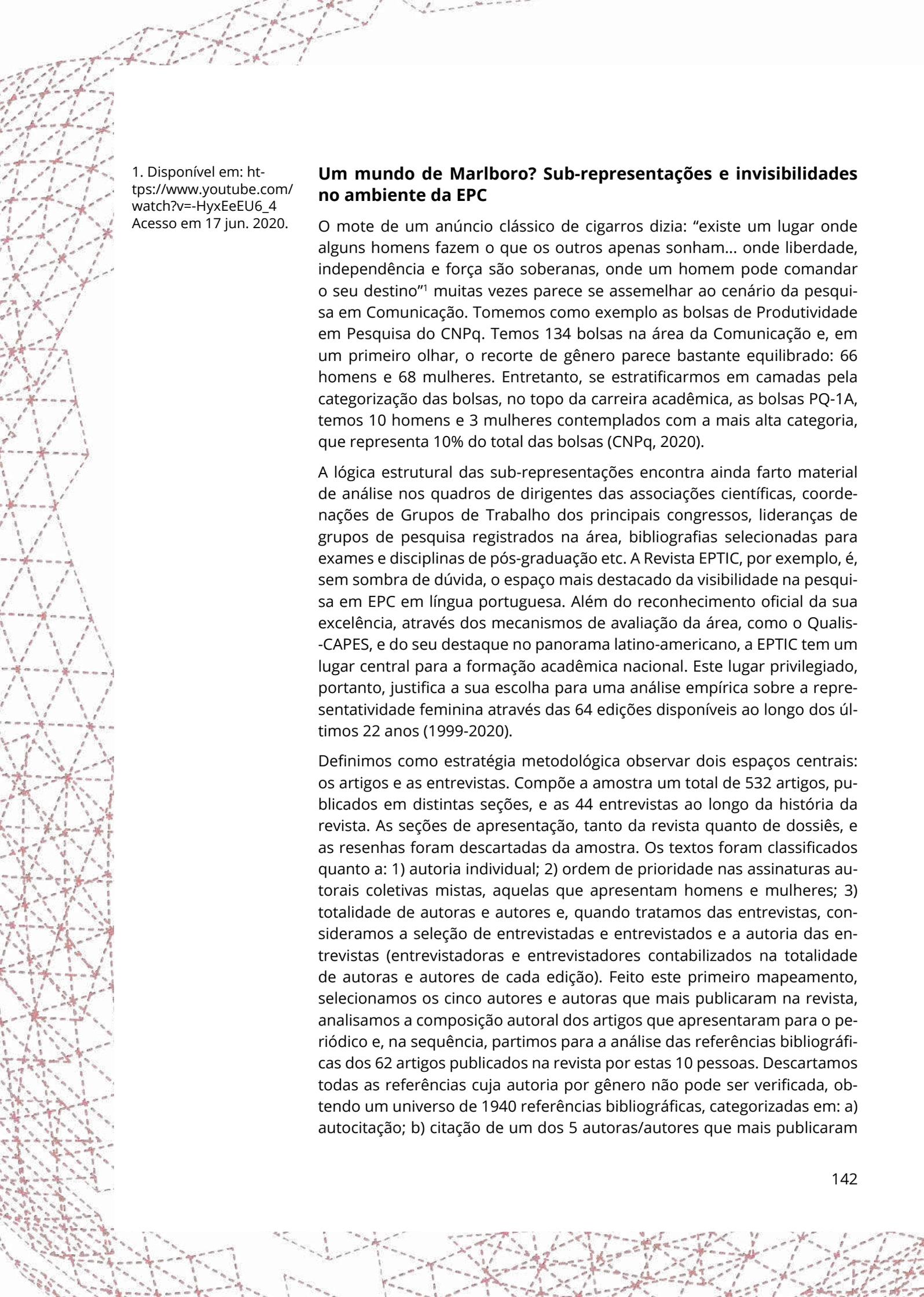


## Introdução

Assim como qualquer ambiência social, a Economia Política da Comunicação não está livre de conflitos internos. A influência patriarcal associada às práticas estruturais de apagamento, exclusão e deslegitimação tem sido debatida no plano internacional, especialmente na literatura em língua inglesa (HARTMAN, 1981; MEEHAN; RIORDAN, 2002; MAYER, PRESS, VERHOEVEN, STERNE, 2017; CHAKRAVARTY, MCILWAIN, KUO, GRUBBS, 2018). Nós, latinas, em especial as brasileiras, estamos ainda nos primeiros passos tanto no sentido de diagnóstico quanto no sentido de ações propositivas. Há o fato de que somos relativamente poucos num campo que sofre muitos ataques externos, vivendo numa intensa luta epistemológica (BOLAÑO, 2014) contra a hegemonia liberal que se ampliou na área da comunicação desde os anos 1990. Também vivemos tempos de intensa desdemocratização social e o nosso esforço de atenção não tem dado conta dos diversos fenômenos que se apresentam. E há, também, uma sombra, como uma espécie de temor do conflito com o que há de patriarcal e de racista entre nós, intelectuais comprometidos com o pensamento crítico. Como se discutir a nossa própria desigualdade estrutural servisse mais para uma divisão do campo do que para sua evolução, sua correção afirmativa. A proposta de um dossiê voltado ao mapeamento do estado da arte da EPC no país nos estimula a nos dedicarmos a esta vertente que grita por visibilidade: a Economia Política Feminista da Comunicação.

O artigo-manifesto *How do we intervene in the stubborn persistence of patriarchy in communication scholarship?*, analisando o campo da comunicação a partir dos trabalhos apresentados no congresso da *International Communication Association* (ICA) de 2017 (MAYER; PRESS; VERHOEVEN; STERNE, 2017), impulsionou uma série de estratégias de ação de mulheres pesquisadoras, em particular aquelas vinculadas aos campos da EPC e aos estudos em Comunicação e Política, em diversos cenários. O que antes era apenas percebido e conversado informalmente, nos intervalos dos encontros científicos, tomou a pauta oficial da política editorial das publicações, da gestão dos cursos de graduação e de pós-graduação, bem como das agendas de pesquisa.

Nós, mulheres pesquisadoras do Grupo de Pesquisa em Políticas e Economia da Informação e da Comunicação – PEIC-UFRJ, nos filiamos a este esforço, elegendo como objetivo principal discutir a invisibilidade das mulheres na EPC e, por consequência, propor um levantamento da contribuição feminina ao campo, em especial da perspectiva interseccional, apresentando um quadro com 50 autoras de trabalhos que consideramos essenciais para o estudo dos objetos de pesquisa vinculados à Economia Política da Comunicação. Ao final, sugerimos ações que poderiam gerar políticas inclusivas ao nosso campo, enriquecendo nossas análises.



1. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=-HyxEeEU6\\_4](https://www.youtube.com/watch?v=-HyxEeEU6_4)  
Acesso em 17 jun. 2020.

## **Um mundo de Marlboro? Sub-representações e invisibilidades no ambiente da EPC**

O mote de um anúncio clássico de cigarros dizia: “existe um lugar onde alguns homens fazem o que os outros apenas sonham... onde liberdade, independência e força são soberanas, onde um homem pode comandar o seu destino”<sup>1</sup> muitas vezes parece se assemelhar ao cenário da pesquisa em Comunicação. Tomemos como exemplo as bolsas de Produtividade em Pesquisa do CNPq. Temos 134 bolsas na área da Comunicação e, em um primeiro olhar, o recorte de gênero parece bastante equilibrado: 66 homens e 68 mulheres. Entretanto, se estratificarmos em camadas pela categorização das bolsas, no topo da carreira acadêmica, as bolsas PQ-1A, temos 10 homens e 3 mulheres contemplados com a mais alta categoria, que representa 10% do total das bolsas (CNPq, 2020).

A lógica estrutural das sub-representações encontra ainda farto material de análise nos quadros de dirigentes das associações científicas, coordenações de Grupos de Trabalho dos principais congressos, lideranças de grupos de pesquisa registrados na área, bibliografias selecionadas para exames e disciplinas de pós-graduação etc. A Revista EPTIC, por exemplo, é, sem sombra de dúvida, o espaço mais destacado da visibilidade na pesquisa em EPC em língua portuguesa. Além do reconhecimento oficial da sua excelência, através dos mecanismos de avaliação da área, como o Qualis-CAPES, e do seu destaque no panorama latino-americano, a EPTIC tem um lugar central para a formação acadêmica nacional. Este lugar privilegiado, portanto, justifica a sua escolha para uma análise empírica sobre a representatividade feminina através das 64 edições disponíveis ao longo dos últimos 22 anos (1999-2020).

Definimos como estratégia metodológica observar dois espaços centrais: os artigos e as entrevistas. Compõe a amostra um total de 532 artigos, publicados em distintas seções, e as 44 entrevistas ao longo da história da revista. As seções de apresentação, tanto da revista quanto de dossiês, e as resenhas foram descartadas da amostra. Os textos foram classificados quanto a: 1) autoria individual; 2) ordem de prioridade nas assinaturas autorais coletivas mistas, aquelas que apresentam homens e mulheres; 3) totalidade de autoras e autores e, quando tratamos das entrevistas, consideramos a seleção de entrevistadas e entrevistados e a autoria das entrevistas (entrevistadoras e entrevistadores contabilizados na totalidade de autoras e autores de cada edição). Feito este primeiro mapeamento, selecionamos os cinco autores e autoras que mais publicaram na revista, analisamos a composição autoral dos artigos que apresentaram para o periódico e, na sequência, partimos para a análise das referências bibliográficas dos 62 artigos publicados na revista por estas 10 pessoas. Descartamos todas as referências cuja autoria por gênero não pode ser verificada, obtendo um universo de 1940 referências bibliográficas, categorizadas em: a) autocitação; b) citação de um dos 5 autoras/autores que mais publicaram

na revista; c) autoras referenciadas; d) autores referenciados; e) co-autorias com gênero oposto e ordem autoral quando publicou com gênero oposto na Revista EPTIC.

Quadro 01 - Representatividade de gênero na Revista EPTIC

Fonte: Elaboração das autoras.

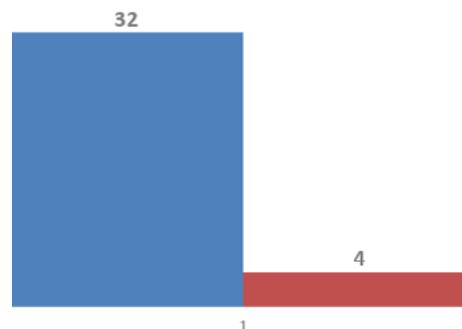
	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	1999	TOTAL
Artigos	18	33	33	34	37	41	34	40	28	33	31	35	33	26	27	20	19	20	18	18	23	15	532
Autoras	19	30	23	24	41	27	16	38	16	19	18	26	14	15	14	4	8	6	8	6	12	5	317
Autores	18	35	29	36	25	27	35	23	24	28	34	32	19	23	23	22	20	19	17	18	23	14	462

Do primeiro ano de existência, quando apresentou 26,3% de autoras em suas duas edições inaugurais, até 2020, quando chegamos a 51,3% de autoras, a EPTIC teve um registro total de 59,3% homens figurando entre as 779 autorias de artigos. O aumento da participação feminina é um dado importante que demonstra o ambiente propício à busca de políticas mais igualitárias nas perspectivas de gênero – bem como raça e sexualidade – para um campo social específico. O momento também é altamente oportuno, depois de duas décadas editada por três homens (1999-2019), 2020 é o primeiro com uma editora na gestão da política editorial.

Um ponto de similaridade com muitas revistas científicas do setor que, ao nosso ver, carece de avanço sob a perspectiva da diversidade é a centralidade masculina e branca nos espaços que refletem diretamente a orientação editorial da revista, o Conselho Editorial e as entrevistas. São espaços de articulações essencialmente políticas, do ponto de vista da visibilidade que se quer dar a uma revista. O conselho editorial de uma publicação é normalmente definido como um grupo de especialistas a quem cabe definir os rumos da política editorial de uma publicação. Isso na teoria. A verdade é que o ambiente dos conselhos editoriais das revistas de Comunicação brasileiras é fortemente marcado pelo personalismo. Trata-se, majoritariamente, de uma marca de distinção. Cada revista organiza, a partir de convites, um quadro de figuras notáveis que contribuirão para a construção simbólica da identidade desta publicação. Conselho editorial é, na essência, uma genealogia que define a linhagem de uma publicação. E neste caso, a escolha por gênero demonstra uma concentração altíssima: 94,11% das pessoas que compõem o conselho editorial da EPTIC são homens, todos brancos.

Gráfico 01 - Composição do Conselho Editorial da Revista EPTIC

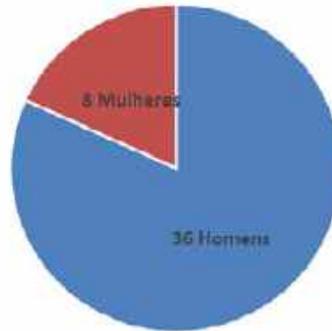
Fonte: Elaboração das autoras.



As entrevistas são as ações mais explícitas de visibilidade – junto com a seleção de dossiês temáticos – das revistas científicas. Enquanto os dossiês são escolhas que estimulam o debate sobre uma perspectiva específica, as entrevistas usualmente “dizem” o que a revista quer dizer ou homenageiam quem a revista avalia merecer destaque. São como um quadro exposto na parede de uma sala. E neste sentido, a imagem é de 81,8% de homens entrevistados.

Gráfico 02 - Entrevistas realizadas pela EPTIC (1999-2020)

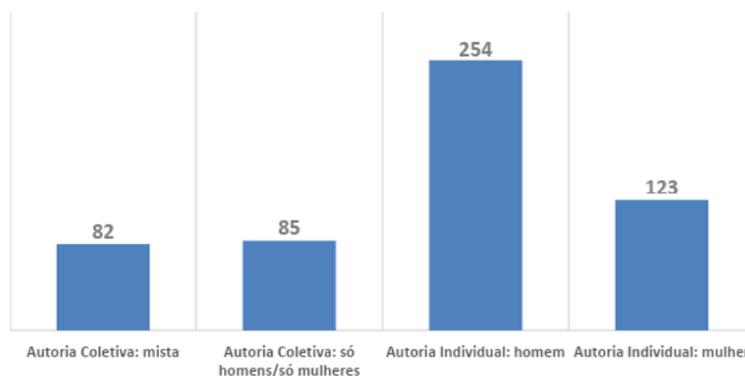
Fonte: Elaboração das autoras.



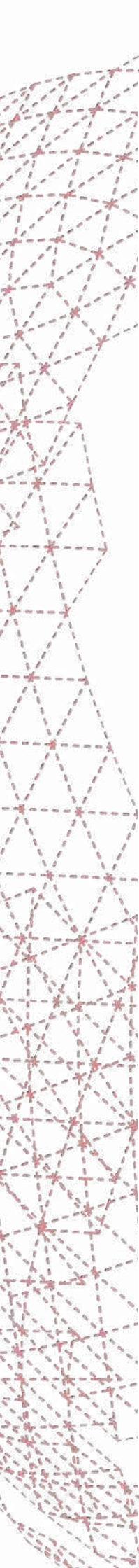
Um outro dado que reflete a centralidade masculina no campo da EPC brasileira é a autoria individual de artigos. Se no campo dos artigos coletivos, temos um índice relativamente equilibrado de artigos coletivos de autoria mista (15,07%) e artigos coletivos com autores de um único gênero (15,6%), nos artigos de autoria individual temos 46,7% de autores e 22,6% de autoras. Seria interessante ter acesso aos metadados das submissões para um cruzamento de gênero entre submissões aceitas e recusadas, bem como entre gênero e pareceristas da revista. Entretanto, a discrepância entre homens e mulheres na autoria individual dos artigos científicos pode ser associada ao impacto do machismo estrutural nas carreiras de mulheres cientistas.

Gráfico 03 - Distribuição dos artigos por tipo de autoria

Fonte: Elaboração das autoras.



Se há um equilíbrio entre mulheres e homens no ingresso ao ensino universitário no Brasil, com 57% de mulheres ingressando anualmente em cursos de graduação (GÊNERO E NÚMERO, 2019), esta proporção vai se distanciando ao longo da carreira, como demonstramos anteriormente na referência às bolsas PQ-1A. Além das mulheres usualmente assumirem a maior parte



do trabalho mental e doméstico nas relações familiares, a maternidade causa um impacto alto na produtividade acadêmica feminina. O levantamento preliminar do projeto *Parent in Science*, que entrevistou cerca de 1,5 mil docentes brasileiras, aponta resultados condizentes com esta hipótese: 54% das mães que responderam ao questionário são as únicas responsáveis pelo cuidado das crianças e 81% das cientistas disseram que a maternidade causou impacto negativo ou muito negativo na carreira (CUDISCHEVITCH, 2019; STANICUASKI, 2018).

As consequências desse machismo incluem i) cientistas sobrecarregadas, fazendo absurdos malabarismos com a carreira e a família para se manterem competitivas e não serem engolidas pelo atual sistema de avaliação de produtividade e mérito; ii) cientistas conformadas com uma posição menos relevante na carreira, para se sentirem em paz com seu suposto papel de mulher; ou iii) cientistas que simplesmente optam por não ter filhos para não prejudicar a carreira (FRANÇA, 2018).

Resgatando a analogia à propaganda dos cigarros que inicia este tópico, as mulheres parecem inexistir “num mundo de Marlboro”. Mas não há nada mais liberal que propaganda de cigarros, não é? A ausência de políticas positivas buscando igualdade social no cerne da EPC são, ao nosso ver, uma deformação. O pensamento crítico e diretamente atrelado à mudança social e à transformação histórica, primordial à Economia Política da Comunicação, nos é de grande valia para o questionamento do quanto a reprodução acrítica de lógicas patriarcais se traduzem em disputas que se dão dentro do próprio campo, sendo essencialmente uma reprodução das lógicas capitalistas. De tal maneira, é de se esperar, no mínimo, por coerência interna do campo, uma postura de combate ao machismo estrutural, numa crítica conjunta aos exclusivismos e privilégios e não de uma adesão conveniente. É este o cerne e a lógica coletivista do dito popular “a revolução será feminista e anti-racista, ou não será”.

### **A ordem autoral e as referências bibliográficas como mecanismos de apagamento e estruturas históricas de subordinação**

Seguindo a análise, observamos a ordem autoral na composição de um trabalho acadêmico, sendo este um espaço de disputa simbólica. Optamos por analisar exclusivamente os trabalhos publicados na Revista EPTIC em grupo que tinham autoria mista (homens e mulheres). Desta amostra de 82 artigos fizemos dois cruzamentos: um curricular; e outro de gênero e localização, buscando entender como estão norteadas as práticas de ordenamento autoral. Observamos que a maioria dos trabalhos (78%) segue alguma forma de ordenamento hierárquico, em detrimento de ordenamento mais técnico, como a ordem alfabética (12%) na distribuição de autoria.

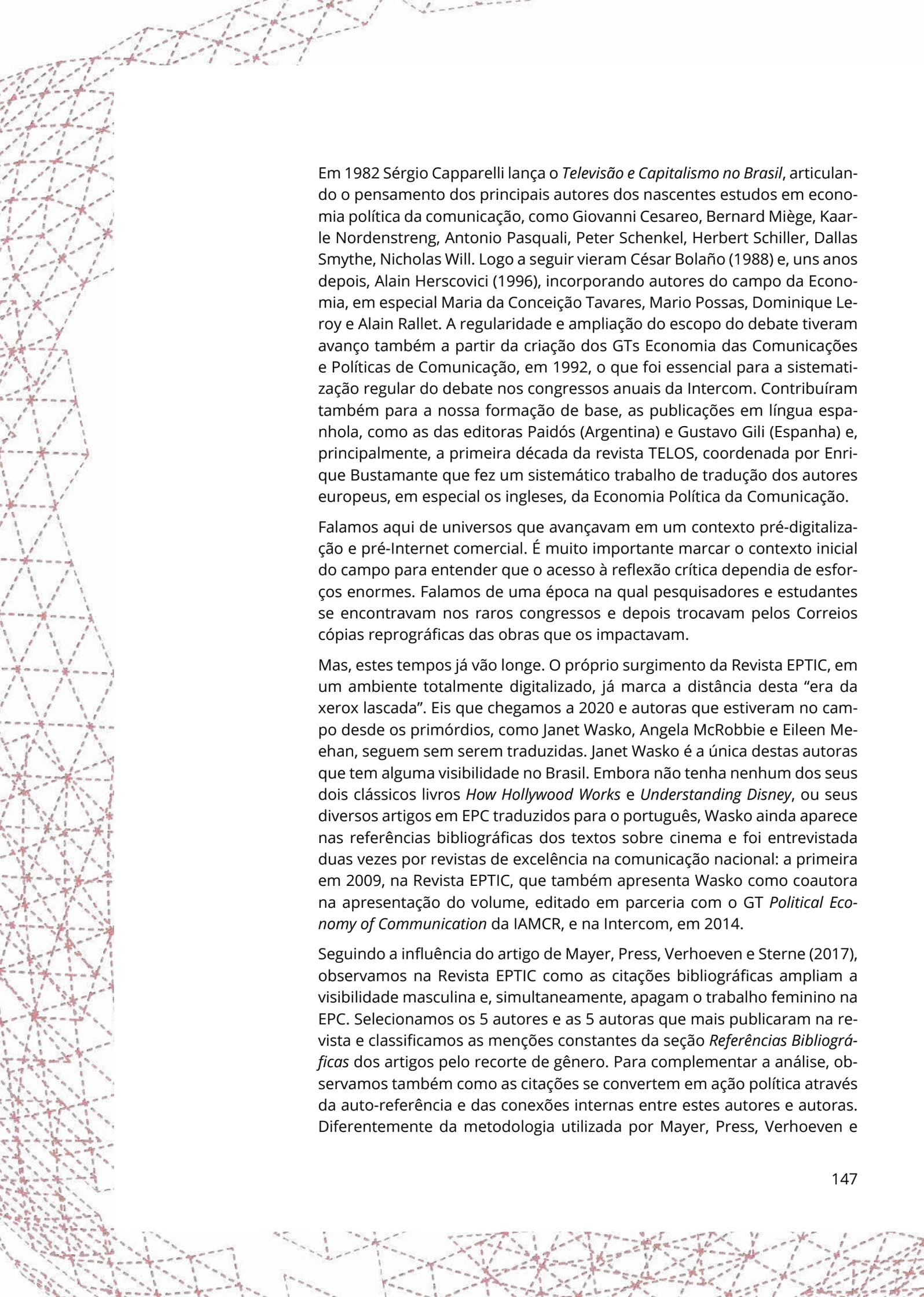


2. Embora não seja comum no Brasil a referência a Innis como autor da economia política da comunicação, ele é frequentemente associado ao campo na bibliografia referencial norte-americana, em particular, a canadense.

Dentre os ordenamentos hierárquicos, o mais visível é o ordenamento por titulação (orientador, doutores, doutorandos, mestres, mestrandos, graduados, graduandos), sendo 32% do total. No entanto, há uma parcela expressiva de autoras e autores que têm o mesmo nível de titulação e se apresentam em ordenamentos que parecem decorrer de critérios subjetivos (56%). Podemos aventar que parte destes artigos tiveram sua autoria ordenada de acordo com a distribuição do trabalho na equipe. Por exemplo, quando duas pessoas fazem a tabulação dos dados, outra escreve uma determinada parte e a outra apenas dá contribuições pontuais. Mas, podemos também supor a existência de uma premissa invisível da supremacia masculina, dado que 55 artigos (67,07% do total) tem um homem como primeiro autor. Este viés coincide com a análise específica dos 5 autores que mais publicaram na revista, juntos, eles publicaram 14 artigos com a participação de outras autoras. Em todos os artigos, seus nomes aparecem em primeiro lugar. O condicionamento das mulheres a um lugar secundário na hierarquia autoral pode traduzir o que Mayer, Press, Verhoeven e Sterne chamam de “insistente persistência” dos regimes de poder: “Estes regimes são organizados tanto verticalmente, em termos de quem escreve o conhecimento disciplinar, e horizontalmente, em termos de quem é citado nos sumários canônicos da disciplina” (2017, tradução nossa, grifo das autoras). Por esta perspectiva, a primazia masculina na ordem autoral funcionaria como uma espécie de política predatória no campo disciplinar.

O apagamento da presença feminina nas publicações da EPC latino-americana ocorre sistematicamente ao longo das décadas que percorrem a sua estruturação no cenário acadêmico nacional. A tradução e a citação sistemática e perene de autores internacionais pode ser entendida como um mecanismo de subordinação do escopo referencial.

Podemos mencionar alguns episódios que marcam como o referencial teórico foi, aos poucos, sendo construído em um contexto absolutamente analógico. Para isso, nos valem do contexto editorial do campo da comunicação no país. Em 1971 foi editada por Gabriel Cohn, da USP, uma das coletâneas mais importantes na história do referencial em comunicação em língua portuguesa no Brasil, *Comunicação e Indústria Cultural* (Editora Nacional). Ali estavam traduzidos os primeiros textos críticos da teoria da comunicação a serem adotados: *A Estrutura e a Função da Comunicação na Sociedade*, de Harold Innis<sup>2</sup>; *Comunicação, Opinião Pública e Poder*, de Jürgen Habermas; *Teses sobre a propaganda*, de Baran e Sweezy; dois textos de Theodore Adorno: o clássico *Indústria Cultural e Televisão, Consciência e Indústria Cultural*. Logo a seguir, ainda nos anos 1970, foram editadas traduções de Herbert Schiller (1976) e Armand Mattelart (1978). Othon Jambeiro nos trouxe as referências a Dallas Smythe, no seu *Canção de Massa: as condições de produção*, de 1975. Depois conhecemos Bernard Miège e Giuseppe Richeri, através das revistas *Intercom* e *Comunicação & Política*, ao longo dos anos 1980.



Em 1982 Sérgio Capparelli lança o *Televisão e Capitalismo no Brasil*, articulando o pensamento dos principais autores dos nascentes estudos em economia política da comunicação, como Giovanni Cesareo, Bernard Miège, Kaarle Nordenstreng, Antonio Pasquali, Peter Schenkel, Herbert Schiller, Dallas Smythe, Nicholas Will. Logo a seguir vieram César Bolaño (1988) e, uns anos depois, Alain Herscovici (1996), incorporando autores do campo da Economia, em especial Maria da Conceição Tavares, Mario Possas, Dominique Leroy e Alain Rallet. A regularidade e ampliação do escopo do debate tiveram avanço também a partir da criação dos GTs Economia das Comunicações e Políticas de Comunicação, em 1992, o que foi essencial para a sistematização regular do debate nos congressos anuais da Intercom. Contribuíram também para a nossa formação de base, as publicações em língua espanhola, como as das editoras Paidós (Argentina) e Gustavo Gili (Espanha) e, principalmente, a primeira década da revista TELOS, coordenada por Enrique Bustamante que fez um sistemático trabalho de tradução dos autores europeus, em especial os ingleses, da Economia Política da Comunicação.

Falamos aqui de universos que avançavam em um contexto pré-digitalização e pré-Internet comercial. É muito importante marcar o contexto inicial do campo para entender que o acesso à reflexão crítica dependia de esforços enormes. Falamos de uma época na qual pesquisadores e estudantes se encontravam nos raros congressos e depois trocavam pelos Correios cópias reprográficas das obras que os impactavam.

Mas, estes tempos já vão longe. O próprio surgimento da Revista EPTIC, em um ambiente totalmente digitalizado, já marca a distância desta “era da xerox lascada”. Eis que chegamos a 2020 e autoras que estiveram no campo desde os primórdios, como Janet Wasko, Angela McRobbie e Eileen Mehan, seguem sem serem traduzidas. Janet Wasko é a única destas autoras que tem alguma visibilidade no Brasil. Embora não tenha nenhum dos seus dois clássicos livros *How Hollywood Works* e *Understanding Disney*, ou seus diversos artigos em EPC traduzidos para o português, Wasko ainda aparece nas referências bibliográficas dos textos sobre cinema e foi entrevistada duas vezes por revistas de excelência na comunicação nacional: a primeira em 2009, na Revista EPTIC, que também apresenta Wasko como coautora na apresentação do volume, editado em parceria com o GT *Political Economy of Communication* da IAMCR, e na Intercom, em 2014.

Seguindo a influência do artigo de Mayer, Press, Verhoeven e Sterne (2017), observamos na Revista EPTIC como as citações bibliográficas ampliam a visibilidade masculina e, simultaneamente, apagam o trabalho feminino na EPC. Seleccionamos os 5 autores e as 5 autoras que mais publicaram na revista e classificamos as menções constantes da seção *Referências Bibliográficas* dos artigos pelo recorte de gênero. Para complementar a análise, observamos também como as citações se convertem em ação política através da auto-referência e das conexões internas entre estes autores e autoras. Diferentemente da metodologia utilizada por Mayer, Press, Verhoeven e

Sterne, consideramos a totalidade de vezes que todas as autoras e autores aparecem na seção *Referências Bibliográficas*, em detrimento de optar apenas pelo primeiro nome nas obras de autoria coletiva citadas.

Tabela 01 - Distribuição de autoria nas referências bibliográficas

Fonte: Elaboração das autoras.

	Mulheres citadas	Homens citados	Auto-citações	Citações dos 5 homens que mais publicaram na EPTIC	Citações das 5 mulheres que mais publicaram na EPTIC
5 autoras que mais publicaram na EPTIC	19,2%	64,9%	9,6%	6,2%	0,3%
5 autores que mais publicaram na EPTIC	8,3%	66,2%	15,8%	9,65%	1,08%

Embora os artigos publicados por mulheres tenham índices melhores em termos de distribuição das citações, a grande concentração de referências no campo da EPC brasileira é masculina. Podemos explicar porque mulheres e homens escolhem citar homens pela perspectiva da invisibilidade e do reconhecimento. Nem os homens nem as mulheres da EPC brasileira parecem conhecer o trabalho das economistas políticas da comunicação. Das 1940 referências que analisamos, 74% delas se referiam a um escopo de 35 autores. Considerando a imensa diversidade dos temas e dos objetos estudados, nosso leque de referências é ainda muito precário.

Pode-se argumentar, naturalmente, que mulheres reproduzem machismo. Mas, obviamente não se beneficiam dele. E, quando estamos tratando de uma corrente de pesquisa com a natureza da EPC, nos parece que a concentração de gênero não beneficia nem aos homens, dado que são igualmente opositores da natureza excludente do capitalismo liberal. E já temos estudo suficiente no campo, em especial neste contexto recente brasileiro, quando as obras de economistas críticas relevantes, como Silvia Federici, estão circulando com maior frequência entre nós.

### **Saindo das velhas caixinhas: a bibliografia essencial para uma perspectiva ampliada em EPC**

Buscamos nesta segunda parte deste trabalho mapear as contribuições de mulheres que podem servir ao campo como estratégia de diversificação e políticas afirmativas da igualdade. Escolhemos autoras que consideramos fundamentais para a compreensão dos objetos de pesquisa vinculados à Economia Política da Comunicação, no atual contexto de desdemocratização. Em vez do foco exclusivo em autoras da EPC de distintas gerações ou que se dedicaram ao recorte de gênero, incorporaremos autoras que foram fundamentais para a sedimentação deste campo, bem como estudos de gênero nos quais a dimensão crítica da EPC, e a sua tradição de luta epistemológica nas ciências sociais, pode se constituir em um referencial



3. Disponível em: < <https://www.marxists.org/portugues/zetkin/1920/mes/lenin.htm#r1>>.

imprescindível para evitarmos as armadilhas dos estudos da comunicação e da cultura identificados com o enfoque feminista liberal/pós-moderno.

O casamento entre marxismo e feminismo tem sido como o casamento entre homem e mulher descrito na legislação britânica: marxismo e feminismo são um, e esse um é marxismo. As tentativas recentes de integrar marxismo e feminismo são insatisfatórias para nós como feministas, porque elas substituem a luta feminista na luta “maior” contra o capital. Para avançar esta união ainda mais, ou precisamos de um casamento mais saudável ou precisamos de um divórcio (HARTMAN, 1981, p. 2, tradução nossa).

Uma das referências mais frequentes no debate entre marxismo e feminismo, o texto *The Unhappy Marriage of Marxism and Feminism* é amplamente citado nos debates do campo (ANG, 1991; GARNHAM, 1995; ACKER, 1999; MCLAUGHLIN, 2002; STEEVES, WASKO, 2002; RIORDAN, 2002) como uma síntese inicial do complexo debate que travaram entre marxismo e feminismo nas últimas décadas. Mas a discussão vem de muito antes. Começa com Rosa Luxemburgo (1985), cujo envolvimento intenso com os debates teóricos do socialismo alemão, em que discutia e polemizava em pé de igualdade com os homens do partido, foi a tônica da sua biografia.

A dedicação ao jornalismo é também razão essencial para começarmos por Luxemburgo, Zetkin e Kollontai este levantamento referencial para uma EPC feminista. Lembremos que Zetkin editou, entre 1891 e 1917, o jornal *Die Gleichheit* (A Igualdade), com presença constante de Rosa Luxemburgo e Alexandra Kollontai. Embora a questão da desigualdade de gênero não tenha sido tematizada explicitamente nas produções de Rosa Luxemburgo, a causa das mulheres trabalhadoras sempre teve importância em sua obra e militância. Sobre esse ponto, é interessante o diálogo de Zetkin com Lênin, em que ele questiona o fato de Rosa, Clara Zetkin e outras comunistas atuarem na organização das prostitutas alemãs, escreverem em sua defesa, além de discutir panfletos sobre moral sexual e casamento nos cursos de formação com as operárias<sup>3</sup>.

Sua concepção de “acumulação primitiva permanente” de capital teve ecos em autores contemporâneos como David Harvey, que retoma a discussão sobre a continuidade da acumulação primitiva ao propor o conceito de “acumulação por despossessão” (2011); e Silvia Federici (2017), que também empreende uma crítica a Marx – próxima à de Rosa, embora não a cite. Diferentemente do que pensava Marx acerca do arrefecimento da violência colonialista com a maturação das relações capitalistas, Federici defende que cada fase da globalização capitalista, incluindo a atual, vem acompanhada de um retorno aos aspectos mais violentos da acumulação primitiva, “o que mostra que a contínua expulsão dos camponeses da terra, a guerra e o saque em escala global e a degradação das mulheres são condições necessárias para a existência do capitalismo em qualquer época”.

4. Dentro do projeto guarda-chuva “Saindo das velhas caixinhas: perspectivas não hegemônicas em Economia Política da Comunicação”, coordenado por Suzy dos Santos e Chalini Torquato, pretendemos, em breve, publicar uma revisão sistemática dos estudos em EPC feitos por mulheres no Brasil e sua relação com os estudos feministas marxistas nacionais.

O painel referencial internacional que apresentamos a seguir é um quadro inicial, obras fundamentais que poderiam orientar uma formação continuada em EPC, ampla e inclusiva. Optamos por não nos dedicarmos neste momento ao cenário brasileiro, primeiramente, por se tratar de conteúdo mais acessível, como é o caso, por exemplo, de todo o conteúdo *online* da Revista Estudos Feministas, desde 1992. Outra razão para nos atermos às autoras estrangeiras é porque o foco central deste quadro referencial é o de apresentarmos um levantamento no intuito de dar visibilidade a olhares mais diversos<sup>4</sup>.

Desta forma, nossa escolha foi por artigos, capítulos de livros, livros ou coletâneas tanto das autoras mais tradicionais, com textos “clássicos”, aqueles que toda pessoa que se dedica à Economia Política da Comunicação deve conhecer. E, por outro lado, também ampliar o repertório de temas e objetos menos hegemônicos, mais raros, singulares. Buscamos, também priorizar trabalhos disponíveis nos portais das revistas científicas ou em sites como Libgen, embora tenhamos mantido algumas referências de difícil acesso, pelo seu valor histórico para o campo.

Categorizamos as obras em categorias contextuais: Feministas Marxista-FM, referindo-se às autoras marxistas que não se dedicaram especificamente ao campo da comunicação; Para-EPC, autoras e obras de campos complementares ao estudo da economia política da comunicação; EPC-Fem, autoras vinculadas à Economia Política Feminista da Comunicação; e, por fim, EPC, autoras da economia política da comunicação que não trabalham necessariamente com o recorte de gênero. Obviamente, esta categorização contextual dos trabalhos é limitada, dado que diversas autoras não se enquadram exclusivamente em outra categoria. Ela nos serve como uma aproximação preliminar, a ser verificada em uma revisão bibliográfica mais sistemática.

Com vocês, 50 mulheres que precisamos ler e citar:

#### 50 Autoras essenciais para a Economia Política da Comunicação<sup>5</sup>

Fonte: Elaboração Própria.

5. Apresentamos neste quadro apenas os títulos de livros e artigos. A referência completa está disponível na seção Referências Bibliográficas deste artigo.

	AUTORA	CATEGORIZAÇÃO	PAÍS	ANO	REFERÊNCIAS
1	Aimée Vega Montiel	EPC-FEM	México	2012	Intersections between Feminism and the Political Economy of Communication: Women's access to and participation in Mexico's media industries
				2019	Violencia contra mujeres periodistas
2	Alexandra Kollontai	FM	Alemanha	1913	Women's Day.
				1916	Working Woman and Mother.
				1920	Communism and the Family.
				1921	A nova mulher e a moral sexual.
3	Ana Bizberge	EPC	Argentina	2017	Los desafios de la convergencia digital para las politicas de comunicacion
4	Ana I. Segovia	EPC	Espanha	2005	Gigantes globales y grupos regionales en España: una estrategia conjunta.
				2018	La integración de los medios en la élite del poder

5	Ana Maria Rivadeo	EPC-FEM	México	2012	Palabra y violencia: sobre una epistemología del terror.
6	Angela McRobbie	Para-EPC	Inglaterra	1978 1993 2014	Working class girls and the culture of femininity Shut up and dance: Youth culture and changing modes of femininity. Be creative making a living in the new culture industries
7	Anita Gurumurthy	EPC	India	2018	Where is the 'struggle' in communications for social progress?
8	Audre Lorde	Para-EPC	EUA	1984	Sister outsider: essays and speeches.
9	Bell Hooks	Para-EPC	EUA	2013 2017 2019	A teoria como prática libertadora. O feminismo é para todo mundo: políticas arrebatadoras. E eu não sou uma mulher?
10	Bernadette Califano	EPC	Argentina	2015	Perspectivas conceptuales para el análisis del Estado y las políticas de comunicación
11	Cecilia Labate	EPC	Argentina	2012	Hacia la producción de contenidos audiovisuales para la TDT en Argentina (coautora)
12	Clara Zetkin	FM	Alemania	1920	Lenin on the Women's question.
13	Claudia Padovani	EPC/EPC-FEM	Italia	2005 2016 2019	Debating communication imbalances from the MacBride Report to the World Summit on the Information Society: an analysis of a changing discourse Global governance and ICTs: exploring online governance networks around gender and media (coautora) Advancing gender equality in media industries: an innovative European approach (coautora)
14	Cristine Delphy	FM	França	1970 1994	O inimigo principal: a economia política do patriarcado. Feminismo e recomposição da esquerda.
15	Daniela Inés Monje	EPC	Argentina	2018 2015	Convergencia periférica (coautora) El país que no cabe: políticas de acceso ciudadano a sistemas públicos audiovisuales en Sudamérica
16	Delia Covi Druetta	EPC	Argentina/ Mexico	1998 2001 2009	Ser joven a fin de siglo. Influencia de la televisión en las opiniones políticas de los jóvenes. Educar em la era de las redes. La Faena de lo incierto. Medios de comunicación y construcción social de la incertidumbre (coautora)
17	Eileen Meehan	EPC/EPC-FEM	EUA	1986 1991 2005	Ratings and the institutional approach: a third answer to the commodity question. "Holy commodity fetish, Batman!": The political economy of a commercial intertext Why TV is not our fault: television programming, viewers and who's really in control.

18	Elena Vartanova	EPC	Rússia	2011	The Russian media model in the context of post-soviet dynamics
19	Ellen Melksins Wood	FM	EUA	1981 2003	The Separation of the Economic and the Political in Capitalism". Democracia contra capitalismo: a renovação do materialismo histórico
20	Ellen Riordan	EPC-FEM	Inglaterra	2001 2001	Commodified Agents and Empowered Girls: consuming and producing feminism. Commodified Agents and Empowered Girls: consuming and producing feminism.
21	Hannah Pandian	EPC-FEM	Inglaterra	1999	Engendering communication policy: key issues in the International Women and Media arena and obstacles to forging and enforcing policy.
22	Heidi Hartmann	FM	EUA	1979	The Unhappy Marriage of Marxism and Feminism: Towards a More Progressive Union.
23	Helena Sousa	EPC	Portugal	2015	Economia política da comunicação e dos media: novos cruzamentos e triangulações
24	Ien Ang	EPC-FEM	China/ Austrália	1997 2001	Rewriting class, race and gender: Problems in feminist rethinking. On Not Speaking Chinese: Living between Asia and the West
25	Janet Kwami	EPC-FEM	Gana	2016 2015	Development From the Margins? Mobile Technologies, Transnational Mobilities, and Livelihood Practices Among Ghanaian Women Traders Gender, Entrepreneurship, and Informal Markets in Africa: Understanding How Ghanaian Women Traders Self-Organize with Digital Tools
26	Janet Wasko	EPC/EPC-FEM	EUA	1994 2001 2003	Hollywood in the Information Age. Understanding Disney How Hollywood Works
27	Jennifer A. Jhonson	EPC-FEM	EUA	2011	Mapping the feminist political economy of the online commercial pornography industry
28	Joan Acker	FM	EUA	1999	Rewriting Class, Race, and Gender: Problems in Feminist Rethinking.
29	Karen Hvidtfeldt Madsen	EPC-FEM	Dinamarca	2015	A Baby "Made in India": motherhood, consumerism and privilege in transnational surrogacy.
30	Karen Ross	EPC-FEM	Inglaterra	2002 2010	Women's Place in 'Male' Space: Gender and Effect in Parliamentary Contexts Gendered Media: Women, Men and Identity Politics
31	Karin Voltmer	EPC	Inglaterra	2013	The media in transitional democracies
32	Katharine Sarikakis	EPC/ EPC-FEM	Grécia/ Áustria	2004 2013	Powers in Media Policy: The Challenge of the European Parliament Making Public Policy in Digital Age: the sex industry as a political actor.

33	Lisa McLaughlin	EPC-FEM	EUA	2004	Feminism and the Political Economy of Transnational Public Space.
				2012	Curent Perspectives in Feminist Media Studies (coeditora)
34	Margaret Gallagher	EPC-FEM	Irlanda	1977	Patterns of ownership: questions of control. (coautora)
				2008	Feminist issues and the global media system
35	Margarita Graziano	EPC	Argentina	1974	Los dueños de la televisión Argentina.
36	Maria Trinidad Garcia Leiva	EPC	Espanha	2012	Radio y producción sonora: transformaciones en marcha y nuevas perspectivas
				2016	Política audiovisual europea y diversidad cultural en la era digital.
37	Marion Leonard	EPC-FEM	Inglaterra	2007	Gender in the Music Industry
38	Micky Lee	EPC-FEM	EUA	2011	A Feminist Political Economy of Communication
				2014	A Feminist Political Economic Critique of Women and Investment in the Popular Media
39	Nancy Fraser	FM	EUA	2009	O feminismo, o capitalismo e a astúcia da história.
40	Natalia Roudakova	EPC	Rússia	2016	Journalism as 'prostitution': understanding Russia's Reactions to Anna Politkovskaya's Murder.
				2017	Losing Pravda: ethics and the press in post-truth Russia.
41	Ornela Vanina Carboni	EPC	Argentina	2018	América Latina por uma rede neutral: o princípio da neutralidade em Chile e Brasil (coautora)
42	Patrícia Hill-Collins	Para-EPC	EUA	1986	Aprendendo com a outsider within: a significação sociológica do pensamento feminista negro.
43	Paula Chakravartty	EPC/EPC-FEM	EUA/Índia	2008	Labour In or As Civil Society? Workers and subaltern publics in India's Information Society
				2017	Mediatized Populisms: Inter-Asian lineages (coautora).
				2018	#CommunicationSoWhite. (coautora)
44	Rachel Kuo	EPC/EPC-FEM	EUA	2018	Racial Justice Activist Hashtags: Counterpublics and Discourse Circulation.
				2019	Animating Feminist Anger: Economies of Race and Gender in Reaction GIFs.
45	Rosa Luxemburgo	FM	Polónia/Almanha	1912	Direito de voto das mulheres e luta de classes
				1913	A acumulação do capital: estudo sobre a interpretação económica do imperialismo.
				1922	A Revolução Russa.
46	Safiya Umoja Noble	EPC-FEM	EUA	2013	Google Search: Hyper-visibility as a Means of Rendering black women and girls invisible
				2016	A future for intersectional black feminist technology studies.
				2018	Algorithms of Oppression.

6. Nos referimos aqui a *Sex & Money: Feminism and Political Economy or Media*, editado em 2002 por Eileen Meehan e Ellen Riordan; *Feminist Interventions in the International Communications: minding the gap*, editado em 2013 por Katharine Sarikakis e Leslie Regan; e *The Routledge Companion to Media and Gender*, editado em 2014 por Cynthia Carter, Linda Steiner e Lisa McLaughlin.

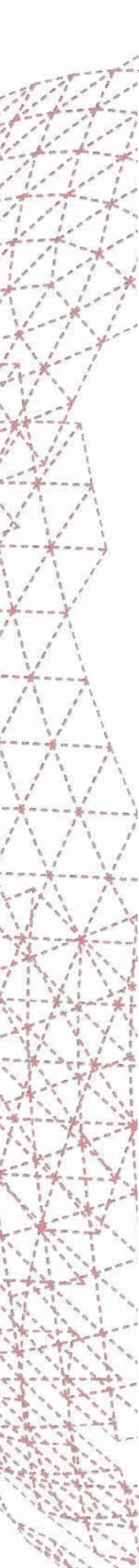
47	Silvia Federici	FM	Itália	2017	O Caliban e a Bruxa: Mulheres, corpo e acumulação primitiva.
				2019	O ponto zero da revolução: trabalho doméstico, reprodução e luta feminista.
48	Sonia Livingstone	EPC/EPC-FEM	Inglaterra	2009	Children and the Internet: great expectations, challenging realities.
49	Tamara Shepherd	EPC-FEM	Canadá	2013	Gendering the commodity audience in social media
				2019	Net neutrality regulation and the Participatory Condition
50	Vicki Mayer	EPC/EPC-FEM	EUA	2007	A televisão digital no Brasil: vista de Manaus.
				2017	Os lugares onde os estudos de audiência e os estudos produção se encontram

Este primeiro levantamento de autoras essenciais é, obviamente, falho e absolutamente subjetivo. Buscamos um olhar diverso, mas temos condicionantes linguísticos restritivos, que nos fazem escolhermos apenas obras publicadas em inglês ou em espanhol. Destaca-se que a maioria destes textos não foram traduzidos para o português, falamos de um mundo completamente externo às publicações nacionais. Diferentemente do contexto das publicações em língua inglesa, onde podemos nomear, por exemplo, três coletâneas de grande fôlego editadas nas últimas duas décadas abordando e nomeando uma Economia Política Feminista da Comunicação<sup>6</sup>, no contexto latino-americano ainda é bastante difícil afirmar nossa especificidade em relação ao feminismo marxista mais amplo.

Maior esforço ainda é necessário para avançarmos além dos recortes de classe e gênero. A perspectiva de raça mostra-se um desafio central no nosso processo de construção inclusiva do campo. A própria inexistência de metadados relativos à raça denota o apagamento racial na EPC. Não podemos medir a participação de autoras e autores negros no campo. E se nós brasileiras e brasileiros não fizermos este movimento de avanço para a construção de uma Economia Política Racial da Comunicação, certamente não serão os europeus que o farão.

### **O apagamento operado pela sororidade: a emergência do recorte racial para a pesquisa em EPC**

Diante da realidade em que ser branco é um valor em si, como é possível pensar sororidade entre mulheres de diferentes origens raciais quando entre elas há um grupo que por séculos se percebem e fizeram ser percebidos como superiores? Em que sentido o privilégio de ser branco tem relação com a perspectiva de pensar universalmente a condição de “mulher” e quais consequências desta perspectiva? Para Audre Lorde (1984), enquanto mulheres brancas negligenciam a existência de privilégios inerentes à sua condição racial, definindo a categoria mulher baseando-se exclusivamente em sua experiência, têm-se como consequência primária que “mulhe-



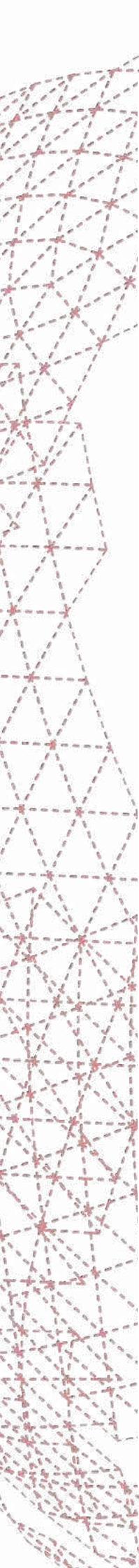
res negras se convertem nas 'outras', cuja experiência e tradição são tão compreensíveis quanto alienígenas". Assim, ao aderirem a percepções que universalizam o significado de ser mulher, feministas brancas acabam também por negligenciar a importância daquilo que Collins (2016) classificou como autodefinição e autoavaliação. Para esta autora, estes conceitos são significativos uma vez que:

[...] definir e valorizar a consciência do próprio ponto de vista autodefinido frente a imagens que promovem uma autodefinição sob a forma de "outro" objetificado é uma forma importante de se resistir à desumanização essencial aos sistemas de dominação (COLLINS, 2016, p.112)

Portanto, feministas que reconhecem apenas a diferença entre sexos como condições hierarquizadas da sociedade acabam por colaborar com os ideais de supremacia branca, uma vez que, diante da realidade do racismo, faz sentido que homens brancos estão mais dispostos a levar em consideração os direitos das mulheres, quando estes direitos puderem servir à manutenção desta suposta supremacia (HOOKS, 2019). Por estas razões, "a palavra sororidade leva a uma suposta homogeneidade de experiências que não existe realmente" (LORDE, 1984), e assim podemos compreender que:

A sororidade não seria poderosa enquanto mulheres estivessem em guerra, competindo umas com as outras. Visões utópicas de sororidade baseadas apenas na consciência da realidade de que mulheres eram de alguma maneira vitimizadas pela dominação masculina foram quebradas por discussões de raça e classe. [...] Essas discussões não banalizaram a insistência feminina de que a sororidade é poderosa, apenas enfatizaram que podemos nos tornar irmãs na luta somente confrontando as maneiras pelas quais mulheres - por meio de sexo, classe e raça - dominaram e exploraram outras mulheres e criaram uma plataforma política que abordaria estas diferenças (HOOKS, 2019, pp.19-20).

Os argumentos acima evidenciam como, a partir de crenças em sua superioridade, mulheres brancas acabavam por submeter mulheres negras à opressão racial. Refletir sobre o mundo em que vivemos passa também por entender os processos sociais de exclusão marcadamente tecnológicos. Um dos apagamentos liberais mais frequentes nos estudos de comunicação centra-se justamente na questão das Tecnologias da Informação e da Comunicação. A forma de lidar com as tecnologias é embasada por uma noção de que quando pensamos esse universo tecnológico, as questões sociais não estão contidas nessas aplicações, ou seja, não fazem e/ou não deveriam fazer parte desse campo. Como se fossem coisas distintas. Marcadores sociais como raça, gênero e classe social não são facilmente ligados a quem desenvolve e os usos que fazemos desses aparatos (CHACRAVARTTY; SILVA, 2013).



Uma das obras mais relevantes da EPC nos últimos anos é justamente o *Algorithms of Oppression: how search engines reinforce racism*. Safiya Umoja Noble (2018) se dedicou ao estudo de como os algoritmos de busca do *Google* se tornam racistas porque refletem os preconceitos e valores das pessoas que os criam. Demonstram-se como os algoritmos reproduzem padrões negativos contra mulheres, em especial mulheres negras, e outras populações marginalizadas, enquanto, simultaneamente podem perfilar usuários para orientações políticas e econômicas reacionárias.

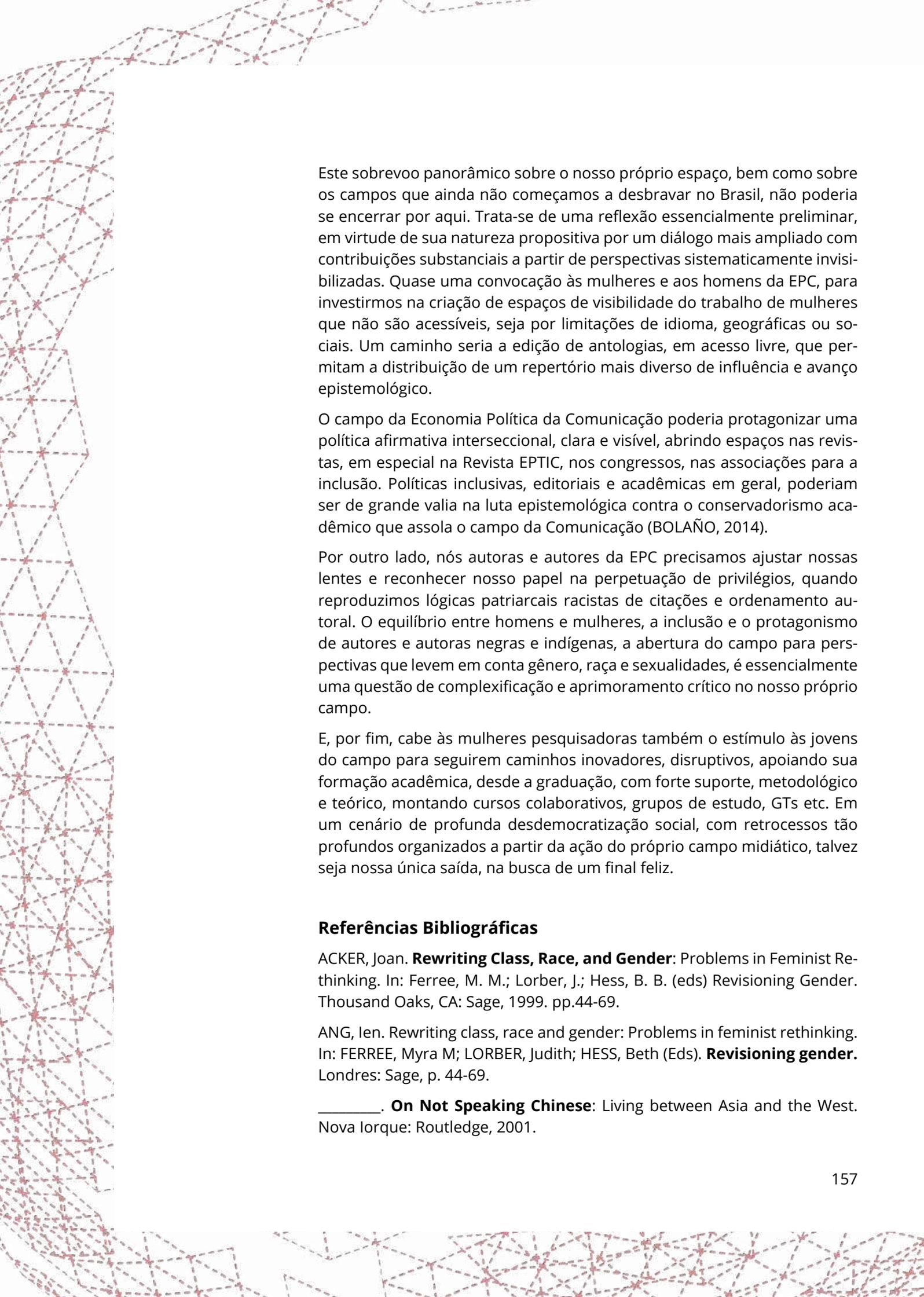
Um trabalho de Safiya Umoja Noble, em parceria com Sarah T. Roberts, foi recentemente traduzido para o Português sob o título *Elites tecnológicas, meritocracia e mitos pós-raciais no Vale do Silício*. As autoras pontuam logo no início do texto, a partir do conceito de pós-racialismo, como essas questões são reforçadas no centro das produções de tecnologia do mundo.

O pós-racialismo se encaixa em uma postura neoliberal antirregulatória e em um sistema de crenças tecnolibertárias de que as soluções tecnológicas podem remediar os males sociais. Desta maneira, opera em um circuito paradoxal de reconhecimento e negação do racismo como uma força organizacional ou operacional problemática. Quando essas posições tecnolibertárias fracassam, as raízes ideológicas são desnudadas e seus promulgadores são revelados como mantendo posições racistas (e sexistas) à moda antiga. Neste caso, a manutenção do poder e do controle é feita sob o disfarce da neutralidade mediada tecnologicamente (NOBLE; ROBERTS, 2020).

Embora, no Brasil, as análises da EPC interseccionando raça e gênero ainda estejam dando os primeiros passos, buscar a tradução de autoras como Safiya Noble, Janet Kwami, Jen Ang, Paula Chakravarty, Rachel Kuo, entre outras, seria uma contribuição efetiva para a democratização do acesso referencial. Ao olharmos para quem produz as tecnologias que mais usamos atualmente como as redes sociais, plataformas de diferentes tipos de entretenimento, aplicativos que auxiliam em variados campos, que vão desde exercício físico a controle de ciclo menstrual, é possível perceber que todas elas são criadas por um tipo padrão de pessoas: homens, brancos e do hemisfério norte. Como sempre.

### **Buscando finais felizes: propostas de avanço interseccional na EPC**

Quando apagamos oportunidades tão ricas de avanço nos estudos, enfraquecemos a própria Economia Política da Comunicação, que parece um tanto estagnada, envolta nos mesmos marcos referenciais de sempre. Como se tudo o que pudesse ser pensado sobre um determinado universo de estudos se resumisse aos trabalhos já há muito publicados pelo conjunto dos 35 autores mais referenciados nas edições da Revista EPTIC.



Este sobrevoo panorâmico sobre o nosso próprio espaço, bem como sobre os campos que ainda não começamos a desbravar no Brasil, não poderia se encerrar por aqui. Trata-se de uma reflexão essencialmente preliminar, em virtude de sua natureza propositiva por um diálogo mais ampliado com contribuições substanciais a partir de perspectivas sistematicamente invisibilizadas. Quase uma convocação às mulheres e aos homens da EPC, para investirmos na criação de espaços de visibilidade do trabalho de mulheres que não são acessíveis, seja por limitações de idioma, geográficas ou sociais. Um caminho seria a edição de antologias, em acesso livre, que permitam a distribuição de um repertório mais diverso de influência e avanço epistemológico.

O campo da Economia Política da Comunicação poderia protagonizar uma política afirmativa interseccional, clara e visível, abrindo espaços nas revistas, em especial na Revista EPTIC, nos congressos, nas associações para a inclusão. Políticas inclusivas, editoriais e acadêmicas em geral, poderiam ser de grande valia na luta epistemológica contra o conservadorismo acadêmico que assola o campo da Comunicação (BOLAÑO, 2014).

Por outro lado, nós autoras e autores da EPC precisamos ajustar nossas lentes e reconhecer nosso papel na perpetuação de privilégios, quando reproduzimos lógicas patriarcais racistas de citações e ordenamento autorial. O equilíbrio entre homens e mulheres, a inclusão e o protagonismo de autores e autoras negras e indígenas, a abertura do campo para perspectivas que levem em conta gênero, raça e sexualidades, é essencialmente uma questão de complexificação e aprimoramento crítico no nosso próprio campo.

E, por fim, cabe às mulheres pesquisadoras também o estímulo às jovens do campo para seguirem caminhos inovadores, disruptivos, apoiando sua formação acadêmica, desde a graduação, com forte suporte, metodológico e teórico, montando cursos colaborativos, grupos de estudo, GTs etc. Em um cenário de profunda desdemocratização social, com retrocessos tão profundos organizados a partir da ação do próprio campo midiático, talvez seja nossa única saída, na busca de um final feliz.

### Referências Bibliográficas

ACKER, Joan. **Rewriting Class, Race, and Gender: Problems in Feminist Rethinking**. In: Ferree, M. M.; Lorber, J.; Hess, B. B. (eds) *Revisioning Gender*. Thousand Oaks, CA: Sage, 1999. pp.44-69.

ANG, Ien. *Rewriting class, race and gender: Problems in feminist rethinking*. In: FERREE, Myra M; LORBER, Judith; HESS, Beth (Eds). **Revisioning gender**. Londres: Sage, p. 44-69.

\_\_\_\_\_. **On Not Speaking Chinese: Living between Asia and the West**. Nova Iorque: Routledge, 2001.

ANG, Ien; HERMES, Joke. Gender and/in Media Consumption. In: Curran, J.; Gurevitch, M. (eds). **Mass Media and Society**. London: Edward Arnold, 1991. pp.307-328.

ASSIS, Carolina de. **Os caminhos de mulheres e homens na ciência brasileira**. Gênero e número, 26 de junho de 2018, on-line. Disponível em: <<http://www.generonumero.media/infografico-os-caminhos-de-mulheres-e-homens-na-ciencia-brasileira/>> Acesso em 05 jun 2020.

BIZBERGE, Ana. Los desafíos de la convergência digital para las políticas de comunicación. IN: LABATE, Cecília; ARRUETA, C. (comps.). **La comunicación digital: Redes sociales, nuevas audiencias y convergência: desafíos, y oportunidades para la indústria, el Estado y los usuarios**. San Salvador de Jujuy- AR: EDIUNJU, 2017, pp. 19-38.

BOLAÑO, César. **Politizar la lucha epistemológica, repensar la mediación**. In: CHECA, F. Economía política da información, hegemonias y resistências. Quito: Ciespal, 2014.

CALIFANO, Bernadette. Perspectivas conceptuales para el análisis del Estado y las Políticas de comunicación. **Austral Comunicación**. v.4, n. 2, 2015. Disponível em < <https://ojs.austral.edu.ar/index.php/australcomunicacion/article/view/135>>. Acesso em: fev. 2020

Carboni, Ornella V.; Labate, Cecília. (2018). América Latina por uma rede neutral: o princípio da neutralidade em Chile e Brasil. **Revista FAMECOS**, 25(2), ID28507. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2018.2.28507>.

CHAKRAVARTTY, Paula. Labour In or As Civil Society? Workers and subaltern publics in India's Information Society. IN: CHAKRAVARTTY, Paula; ZHAO, Yuezhi. **Global Communications: Toward a transcultural political economy**. EUA: Rowman & Littlefield, 2008. pp.285-306

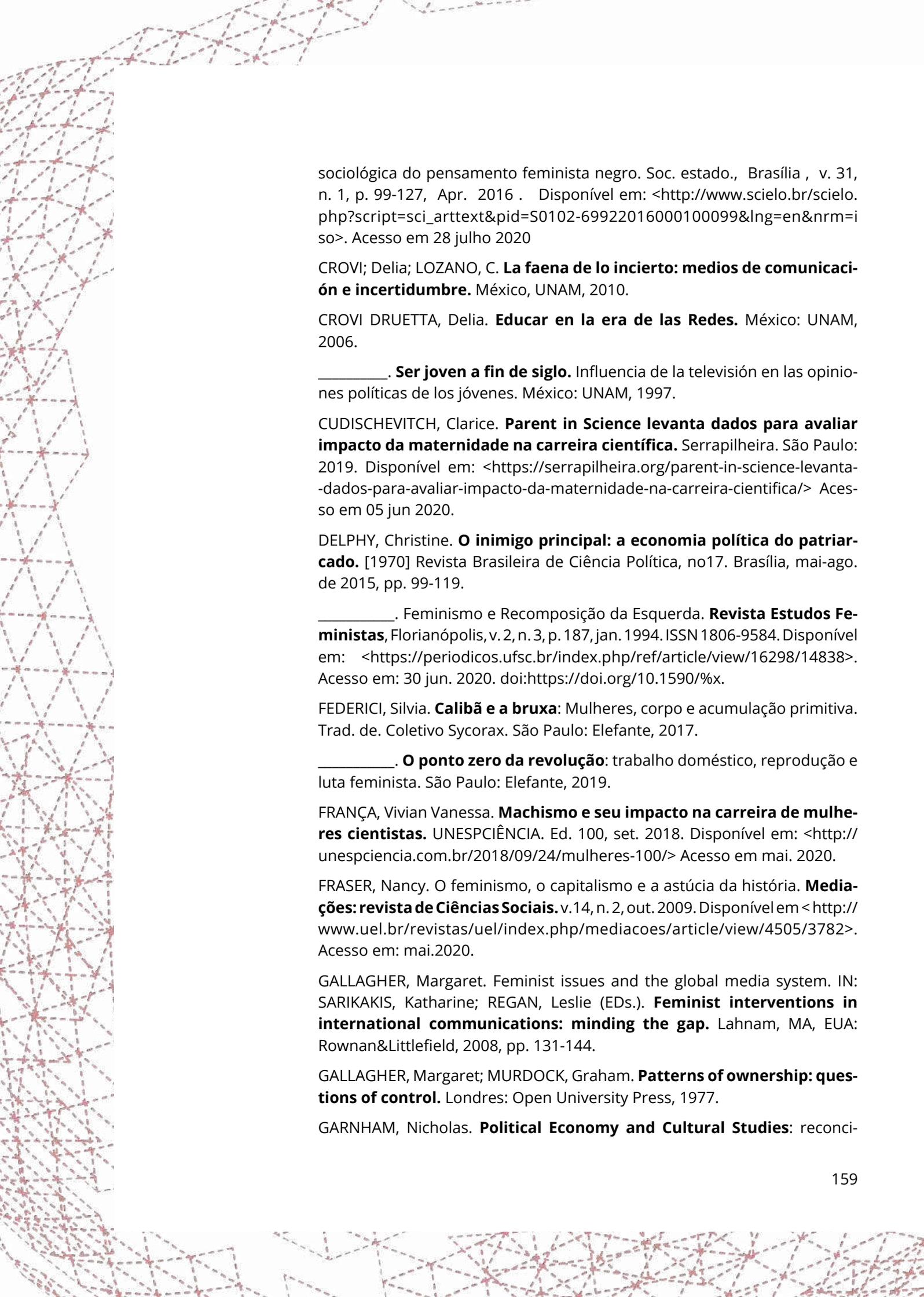
CHAKRAVARTTY, Paula; KUO, Rachel; GRUBBS, Victoria; MCLLWAIN, Charlton. #CommunicationSoWhite. **Journal of Communication**, Volume 68, Issue 2, April 2018, Pages 254–266 Disponível em:<<https://academic.oup.com/joc/article/68/2/254/4958972>> Acesso em 15 jun.2020.

CHAKRAVARTTY, Paula; SILVA, Denise Ferreira (eds). **Race, Empire and the crisis of the subprime**. Nova Iorque: Johns Hopkins University Press, 2013.

CHAKRAVARTTY, Paula; ROY, Srirupa. Mediatized Populisms: Inter-Asian lineages. **International Journal of Communication**. v.11, 2017. pp. 4073-4092.

CNPq. **Bolsas de Produtividade em Pesquisa – PQ**. Bolsas em curso. Brasília: 2020. Disponível em: <[http://plsql1.cnpq.br/divulg/RESULTADO\\_PQ\\_102003.prc\\_comp\\_cmt\\_links?V\\_COD\\_DEMANDA=200310&V\\_TPO\\_RESULT=CURSO&V\\_COD\\_AREA\\_CONHEC=60900008&V\\_COD\\_CMT\\_ASSESSOR=AC](http://plsql1.cnpq.br/divulg/RESULTADO_PQ_102003.prc_comp_cmt_links?V_COD_DEMANDA=200310&V_TPO_RESULT=CURSO&V_COD_AREA_CONHEC=60900008&V_COD_CMT_ASSESSOR=AC)>. Acesso em 15 jun.2020.

COLLINS, Patricia Hill. **Aprendendo com a outsider within: a significação**



sociológica do pensamento feminista negro. *Soc. estado.*, Brasília, v. 31, n. 1, p. 99-127, Apr. 2016. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-69922016000100099&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69922016000100099&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em 28 julho 2020

CROVI; Delia; LOZANO, C. **La faena de lo incierto: medios de comunicación e incertidumbre.** México, UNAM, 2010.

CROVI DRUETTA, Delia. **Educar en la era de las Redes.** México: UNAM, 2006.

\_\_\_\_\_. **Ser joven a fin de siglo.** Influencia de la televisión en las opiniones políticas de los jóvenes. México: UNAM, 1997.

CUDISCHEVITCH, Clarice. **Parent in Science levanta dados para avaliar impacto da maternidade na carreira científica.** Serrapilheira. São Paulo: 2019. Disponível em: <<https://serrapilheira.org/parent-in-science-levanta-dados-para-avaliar-impacto-da-maternidade-na-carreira-cientifica/>> Acesso em 05 jun 2020.

DELPHY, Christine. **O inimigo principal: a economia política do patriarcado.** [1970] *Revista Brasileira de Ciência Política*, no17. Brasília, mai-ago. de 2015, pp. 99-119.

\_\_\_\_\_. Feminismo e Recomposição da Esquerda. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v.2, n.3, p. 187, jan. 1994. ISSN 1806-9584. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/16298/14838>>. Acesso em: 30 jun. 2020. doi:<https://doi.org/10.1590/%x>.

FEDERICI, Silvia. **Calibã e a bruxa: Mulheres, corpo e acumulação primitiva.** Trad. de. Coletivo Sycorax. São Paulo: Elefante, 2017.

\_\_\_\_\_. **O ponto zero da revolução: trabalho doméstico, reprodução e luta feminista.** São Paulo: Elefante, 2019.

FRANÇA, Vivian Vanessa. **Machismo e seu impacto na carreira de mulheres cientistas.** UNESPCIÊNCIA. Ed. 100, set. 2018. Disponível em: <<http://unespencia.com.br/2018/09/24/mulheres-100/>> Acesso em mai. 2020.

FRASER, Nancy. O feminismo, o capitalismo e a astúcia da história. **Mediações: revista de Ciências Sociais.** v.14, n.2, out. 2009. Disponível em <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/mediacoes/article/view/4505/3782>>. Acesso em: mai.2020.

GALLAGHER, Margaret. Feminist issues and the global media system. IN: SARIKAKIS, Katharine; REGAN, Leslie (EDs.). **Feminist interventions in international communications: minding the gap.** Lahnam, MA, EUA: Rowman&Littlefield, 2008, pp. 131-144.

GALLAGHER, Margaret; MURDOCK, Graham. **Patterns of ownership: questions of control.** Londres: Open University Press, 1977.

GARNHAM, Nicholas. **Political Economy and Cultural Studies: reconci-**

liation or divorce? In: Critical studies in mass communication. Volume 12, 1995, pp. 62-71. Disponível em: <[https://is.muni.cz/el/1421/podzim2008/MVKK\\_07/um/6\\_C3\\_Garnham\\_1995\\_\\_Political\\_economy\\_and\\_cultural\\_studies.pdf](https://is.muni.cz/el/1421/podzim2008/MVKK_07/um/6_C3_Garnham_1995__Political_economy_and_cultural_studies.pdf)> Acesso em 05 jun 2020.

GRAZIANO, Margarita. Los dueños de la televisión Argentina. **Comunicación y cultura**. n.3, 1974, p. 175-212.

GURUMURTHY, Anita. Where is the 'struggle' in communications for social progress? **Global media and communication**, v. 14, n. 2, 2018. pp. 192-200. Disponível em: < <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1742766518776686>>. Acesso em abr. 2020.

HARTMANN, Heidi. **The Unhappy Marriage of Marxism and Feminism: Towards a More Progressive Union**. In: Capital & Class 3, no. 2, July, 1979. pp. 1-33. Disponível em: <[https://web.ics.purdue.edu/~hoganr/SOC%20602/Hartmann\\_1979.pdf](https://web.ics.purdue.edu/~hoganr/SOC%20602/Hartmann_1979.pdf)> Acesso em 05 jun 2020.

HARVEY, David. **O enigma do capital: e as crises do capitalismo**. Trad. João Alexandre Peschanski. São Paulo: Boitempo, 2011.

HOOKS, Bell. **O feminismo é para todo mundo: políticas arrebatadoras**. Trad. Ana Luíza Libânio. 4.ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2019.

\_\_\_\_\_. A teoria como prática libertadora. In: \_\_\_\_ **Ensinando a transgredir: a educação como prática da liberdade**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2013. Cap.5, p.83-104

\_\_\_\_\_. **E eu não sou uma mulher?** São Paulo: Rosa dos Tempos, 2019.

JOHNSON, Jennifer A. Mapping the feminist political economy of the on-line commercial pornography industry: A network approach. **International Journal of Media & Cultural Politics**. v.7, n.2, 2011. DOI: [https://doi.org/10.1386/macp.7.2.189\\_1](https://doi.org/10.1386/macp.7.2.189_1)

KOLLONTAI, Alexandra. **A nova mulher e a moral sexual**. São Paulo: Expressão popular, 2010.

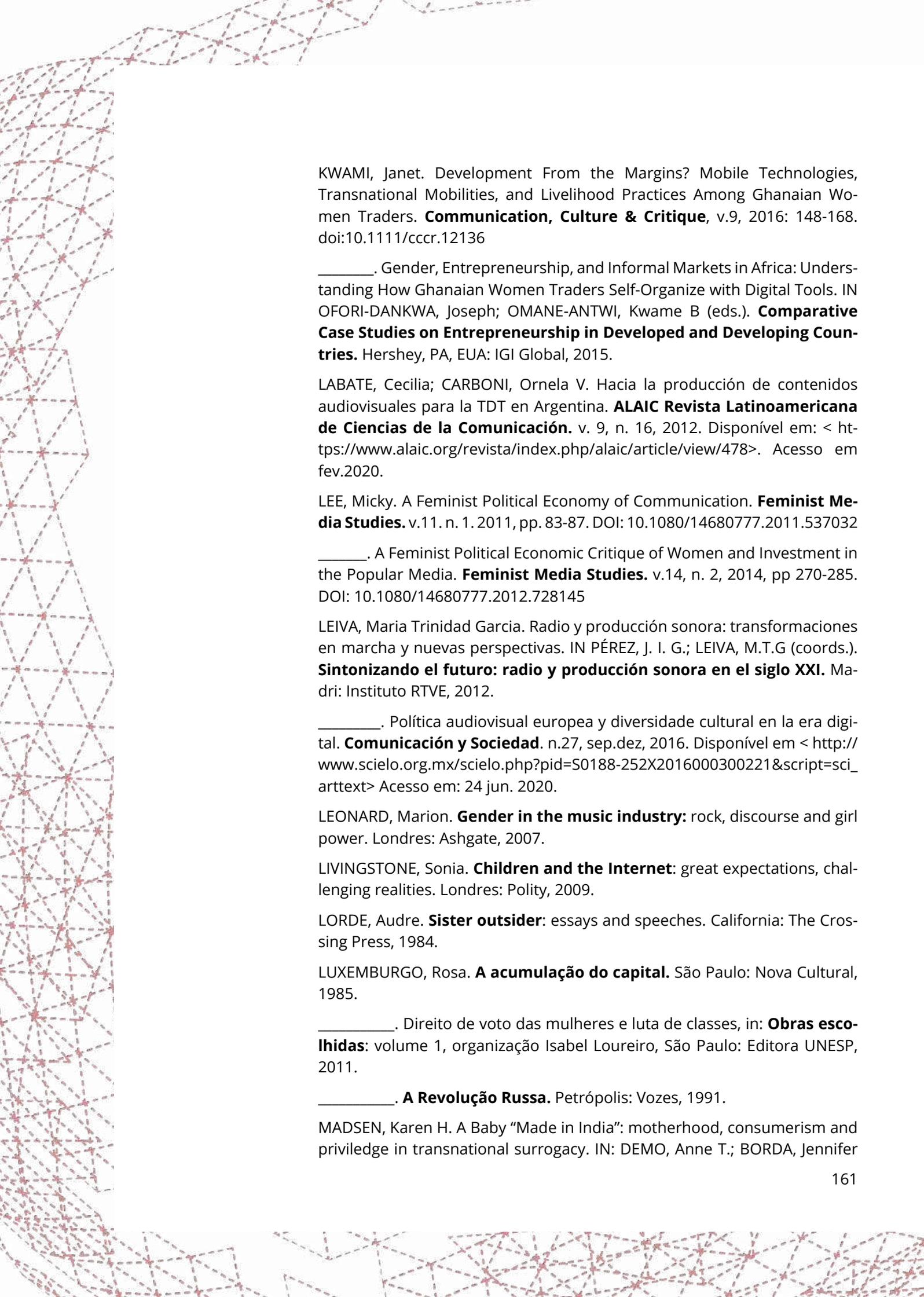
\_\_\_\_\_. **Women's Day** (1913) (disponível em: <https://www.marxists.org/archive/kollonta/1913/womens-day.htm>)

\_\_\_\_\_. **Working Woman and Mother** (1916) (disponível em: <https://www.marxists.org/archive/kollonta/1916/working-mother.htm>)

\_\_\_\_\_. **Comunism and the Family** (1920) (disponível em: <https://www.marxists.org/archive/kollonta/1920/communism-family.htm>)

KUO, Rachel. Animating Feminist Anger: Economies of Race and Gender in Reaction GIFs. In: Ging D., Siapera E. (eds) **Gender Hate Online**. Palgrave Macmillan, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-96226-9\\_9](https://doi.org/10.1007/978-3-319-96226-9_9)

\_\_\_\_\_. Racial justice activist hashtags: counterpublics and discourse circulation. **New Media & Society**. v. 20, n. 2, pp. 495-514. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444816663485>>



KWAMI, Janet. Development From the Margins? Mobile Technologies, Transnational Mobilities, and Livelihood Practices Among Ghanaian Women Traders. **Communication, Culture & Critique**, v.9, 2016: 148-168. doi:10.1111/cccr.12136

\_\_\_\_\_. Gender, Entrepreneurship, and Informal Markets in Africa: Understanding How Ghanaian Women Traders Self-Organize with Digital Tools. IN OFORI-DANKWA, Joseph; OMANE-ANTWI, Kwame B (eds.). **Comparative Case Studies on Entrepreneurship in Developed and Developing Countries**. Hershey, PA, EUA: IGI Global, 2015.

LABATE, Cecilia; CARBONI, Ornela V. Hacia la producción de contenidos audiovisuales para la TDT en Argentina. **ALAIC Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**. v. 9, n. 16, 2012. Disponível em: < <https://www.alaic.org/revista/index.php/alaic/article/view/478>>. Acesso em fev.2020.

LEE, Micky. A Feminist Political Economy of Communication. **Feminist Media Studies**. v.11. n. 1. 2011, pp. 83-87. DOI: 10.1080/14680777.2011.537032

\_\_\_\_\_. A Feminist Political Economic Critique of Women and Investment in the Popular Media. **Feminist Media Studies**. v.14, n. 2, 2014, pp 270-285. DOI: 10.1080/14680777.2012.728145

LEIVA, Maria Trinidad Garcia. Radio y producción sonora: transformaciones en marcha y nuevas perspectivas. IN PÉREZ, J. I. G.; LEIVA, M.T.G (coords.). **Sintonizando el futuro: radio y producción sonora en el siglo XXI**. Madrid: Instituto RTVE, 2012.

\_\_\_\_\_. Política audiovisual europea y diversidad cultural en la era digital. **Comunicación y Sociedad**. n.27, sep.dez, 2016. Disponível em < [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-252X2016000300221&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-252X2016000300221&script=sci_arttext)> Acesso em: 24 jun. 2020.

LEONARD, Marion. **Gender in the music industry: rock, discourse and girl power**. Londres: Ashgate, 2007.

LIVINGSTONE, Sonia. **Children and the Internet: great expectations, challenging realities**. Londres: Polity, 2009.

LORDE, Audre. **Sister outsider: essays and speeches**. California: The Crossing Press, 1984.

LUXEMBURGO, Rosa. **A acumulação do capital**. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

\_\_\_\_\_. Direito de voto das mulheres e luta de classes, in: **Obras escolhidas: volume 1**, organização Isabel Loureiro, São Paulo: Editora UNESP, 2011.

\_\_\_\_\_. **A Revolução Russa**. Petrópolis: Vozes, 1991.

MADSEN, Karen H. A Baby "Made in India": motherhood, consumerism and privilege in transnational surrogacy. IN: DEMO, Anne T.; BORDA, Jennifer

L.; KROLOKE, Charlotte. **The motherhood business: consumption, communication and privilege**. Tuscaloosa, AL, EUA: University of Alabama Press, 2015, pp. 76-94.

MAYER, Vicki. A televisão digital no Brasil: vista de Manaus. **Liinc em revista**. v. n. 2, 2007. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/liinc/article/view/3123>>. Acesso em: mai. 2007.

\_\_\_\_\_. Os lugares onde os estudos de audiência e os estudos de produção se encontram. **Matrizes**. v. 11, n. 3 (2017). Pp 39-55.

MAYER, Vicki; PRESS, Andrea; VERHOEVEN, Deb; STERNE, Jonathan. **How do we intervene in the stubborn persistence of patriarchy in communication scholarship?** In: SHAW, Adrienne; SCOTT, D. Travers. *Interventions: Communication Research and Practice*. Series: ICA International Communication Association Annual Conference Theme Book Series. Nova Iorque: Peter Lang, 2017.

MCLAUGHLIN, Lisa. Feminism and the Political Economy of Transnational Public Space. **The Sociological Review**, Volume 52, 2004, pp. 156-175.

MCLAUGHLIN, Lisa; CARTER, Cynthia. **Current perspectives in Feminist Media Studies**. Nova Iorque: Routledge, 2012.

McROBBIE, Angela. Shut up and Dance: youth culture and changing modes of femininity. **Young**. v.1, n.2, mai. 1993: 13-31. DOI: 10.1177/110330889300100202.

\_\_\_\_\_. Working class girls and the culture of femininity". IN: **Women take issue: aspects of women's subordination**. Londres: Taylor and Francis, 1978, p. 96-108.

\_\_\_\_\_. **Be creative making a living in the new culture industries**. Londres: Polity Press, 2014.

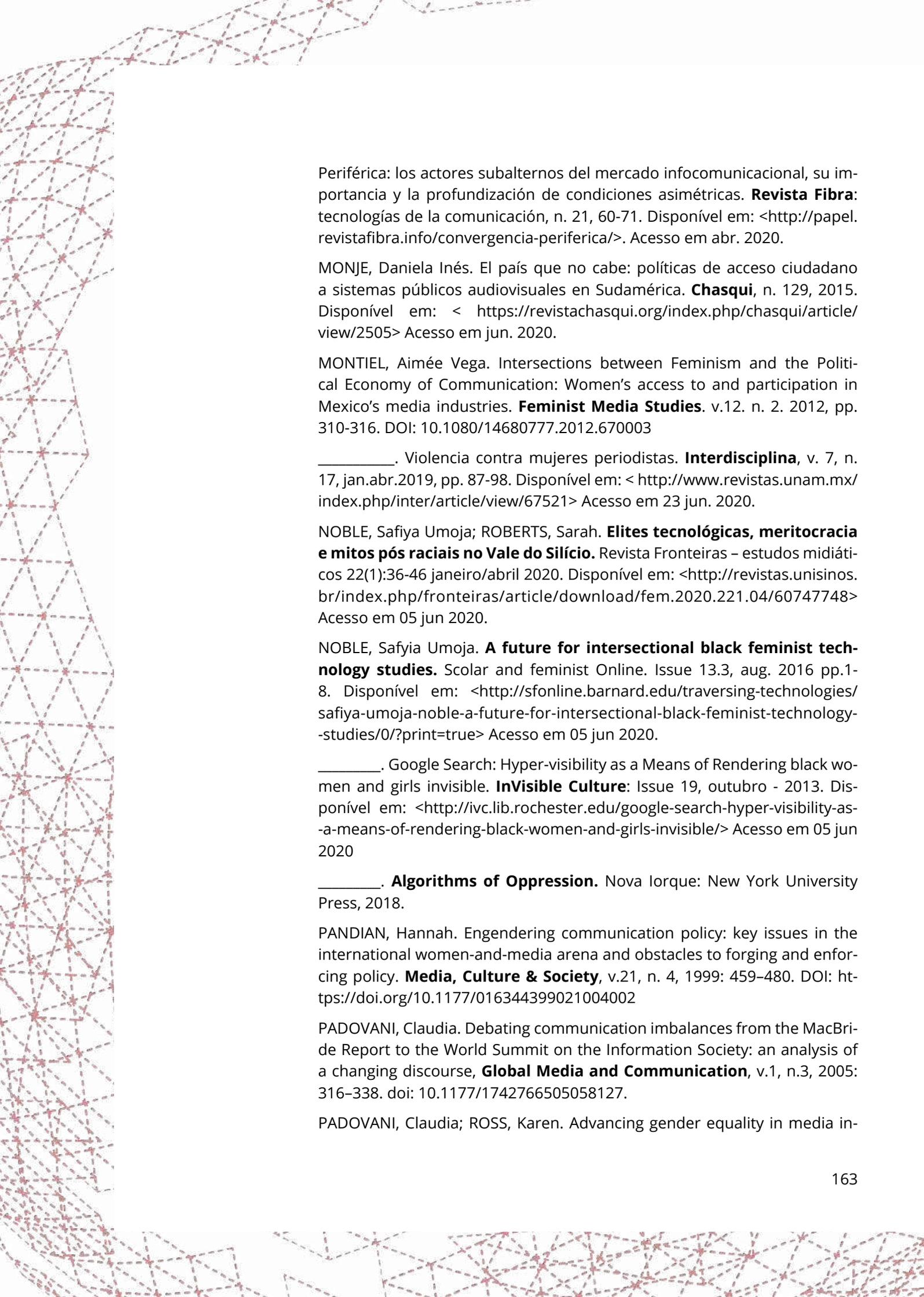
MEEHAN, Eileen R. **Why TV Is Not Our Fault**: Television Programming, Viewers, and Who's Really in Control. Chicago: Rowman&Littlefield, 2005.

\_\_\_\_\_. Ratings and the institutional approach: A third answer to the commodity question. **Critical Studies in Mass Communication**, v1, n.2, 1984, pp. 216-225, DOI: 10.1080/15295038409360032

\_\_\_\_\_. "Holy commodity fetish, Batman!": The political economy of a commercial intertext. IN PEARSON, Roberta E.; URICCHIO, William. **The many lives of Batman**: critical approaches to a superhero and his media. Londres: Routledge, 1991.

MEEHAN, R. Eileen; RIORDAN, Ellen (eds.). **Sex & Money**: Feminism and Political Economy or Media. Minneapolis-MN: University of Minnesota Press, 2002.

MONJE, Daniela Inés; RIVERO, Ezequiel; ZANOTTI, Juan M. *Convergencia*



Periférica: los actores subalternos del mercado infocomunicacional, su importancia y la profundización de condiciones asimétricas. **Revista Fibra: tecnologías de la comunicación**, n. 21, 60-71. Disponível em: <<http://papel.revistafibra.info/convergencia-periferica/>>. Acesso em abr. 2020.

MONJE, Daniela Inés. El país que no cabe: políticas de acceso ciudadano a sistemas públicos audiovisuales en Sudamérica. **Chasqui**, n. 129, 2015. Disponível em: < <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2505>> Acesso em jun. 2020.

MONTIEL, Aimée Vega. Intersections between Feminism and the Political Economy of Communication: Women's access to and participation in Mexico's media industries. **Feminist Media Studies**. v.12. n. 2. 2012, pp. 310-316. DOI: 10.1080/14680777.2012.670003

\_\_\_\_\_. Violencia contra mujeres periodistas. **Interdisciplina**, v. 7, n. 17, jan.abr.2019, pp. 87-98. Disponível em: < <http://www.revistas.unam.mx/index.php/inter/article/view/67521>> Acesso em 23 jun. 2020.

NOBLE, Safiya Umoja; ROBERTS, Sarah. **Elites tecnológicas, meritocracia e mitos pós raciais no Vale do Silício**. Revista Fronteiras – estudos midiáticos 22(1):36-46 janeiro/abril 2020. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/download/fem.2020.221.04/60747748>> Acesso em 05 jun 2020.

NOBLE, Safiya Umoja. **A future for intersectional black feminist technology studies**. *Solar and feminist Online*. Issue 13.3, aug. 2016 pp.1-8. Disponível em: <<http://sfonline.barnard.edu/traversing-technologies/safiya-umoja-noble-a-future-for-intersectional-black-feminist-technology-studies/0/?print=true>> Acesso em 05 jun 2020.

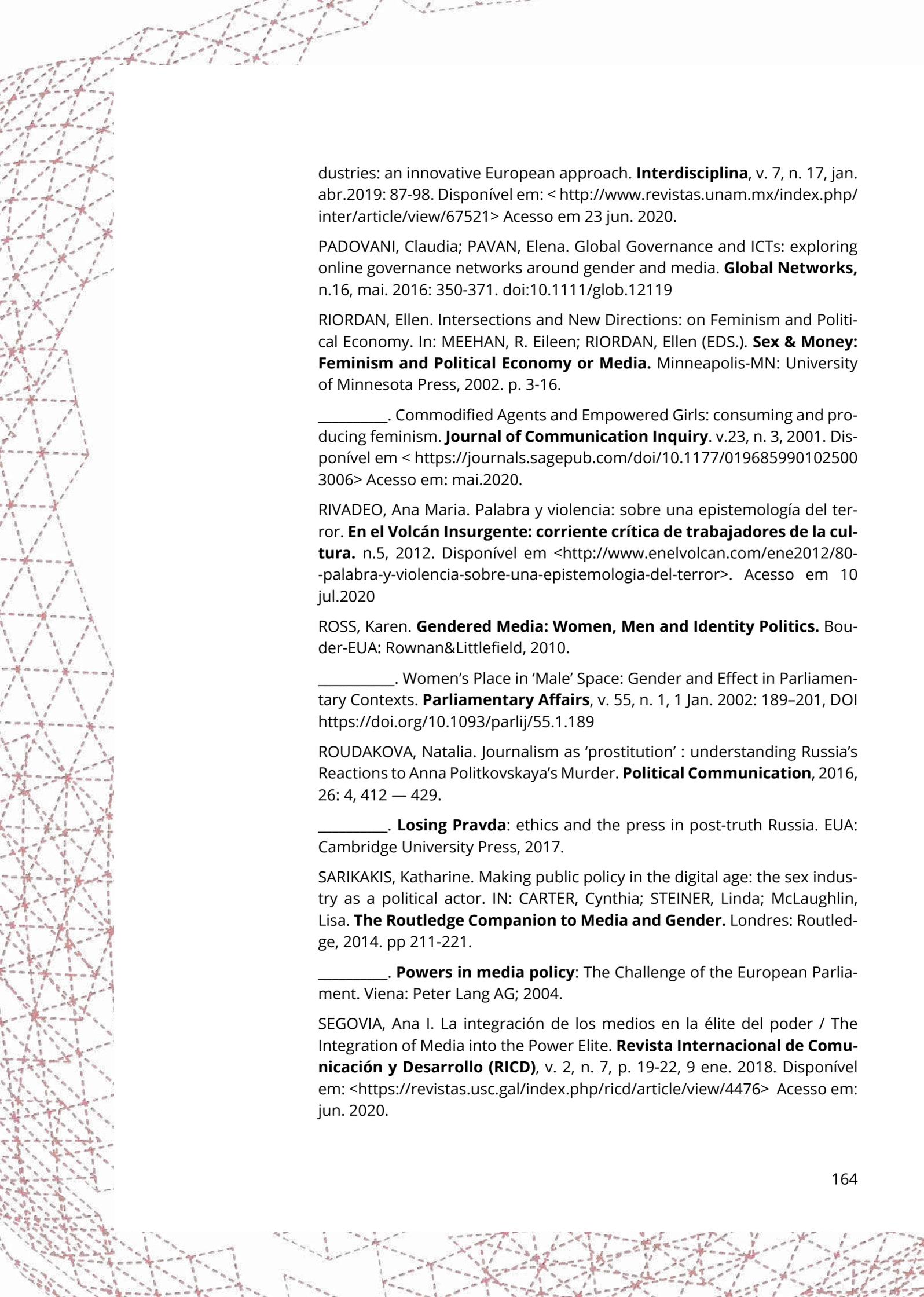
\_\_\_\_\_. Google Search: Hyper-visibility as a Means of Rendering black women and girls invisible. **InVisible Culture**: Issue 19, outubro - 2013. Disponível em: <<http://ivc.lib.rochester.edu/google-search-hyper-visibility-as-a-means-of-rendering-black-women-and-girls-invisible/>> Acesso em 05 jun 2020

\_\_\_\_\_. **Algorithms of Oppression**. Nova Iorque: New York University Press, 2018.

PANDIAN, Hannah. Engendering communication policy: key issues in the international women-and-media arena and obstacles to forging and enforcing policy. **Media, Culture & Society**, v.21, n. 4, 1999: 459-480. DOI: <https://doi.org/10.1177/016344399021004002>

PADOVANI, Claudia. Debating communication imbalances from the MacBride Report to the World Summit on the Information Society: an analysis of a changing discourse, **Global Media and Communication**, v.1, n.3, 2005: 316-338. doi: 10.1177/1742766505058127.

PADOVANI, Claudia; ROSS, Karen. Advancing gender equality in media in-



dustries: an innovative European approach. **Interdisciplina**, v. 7, n. 17, jan. abr.2019: 87-98. Disponível em: < <http://www.revistas.unam.mx/index.php/inter/article/view/67521>> Acesso em 23 jun. 2020.

PADOVANI, Claudia; PAVAN, Elena. Global Governance and ICTs: exploring online governance networks around gender and media. **Global Networks**, n.16, mai. 2016: 350-371. doi:10.1111/glob.12119

RIORDAN, Ellen. Intersections and New Directions: on Feminism and Political Economy. In: MEEHAN, R. Eileen; RIORDAN, Ellen (EDS.). **Sex & Money: Feminism and Political Economy or Media**. Minneapolis-MN: University of Minnesota Press, 2002. p. 3-16.

\_\_\_\_\_. Commodified Agents and Empowered Girls: consuming and producing feminism. **Journal of Communication Inquiry**. v.23, n. 3, 2001. Disponível em < <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0196859901025003006>> Acesso em: mai.2020.

RIVADEO, Ana Maria. Palabra y violencia: sobre una epistemología del terror. **En el Volcán Insurgente: corriente crítica de trabajadores de la cultura**. n.5, 2012. Disponível em <<http://www.enelvolcan.com/ene2012/80-palabra-y-violencia-sobre-una-epistemologia-del-terror>>. Acesso em 10 jul.2020

ROSS, Karen. **Gendered Media: Women, Men and Identity Politics**. Boulder-EUA: Rowman&Littlefield, 2010.

\_\_\_\_\_. Women's Place in 'Male' Space: Gender and Effect in Parliamentary Contexts. **Parliamentary Affairs**, v. 55, n. 1, 1 Jan. 2002: 189–201, DOI <https://doi.org/10.1093/parlij/55.1.189>

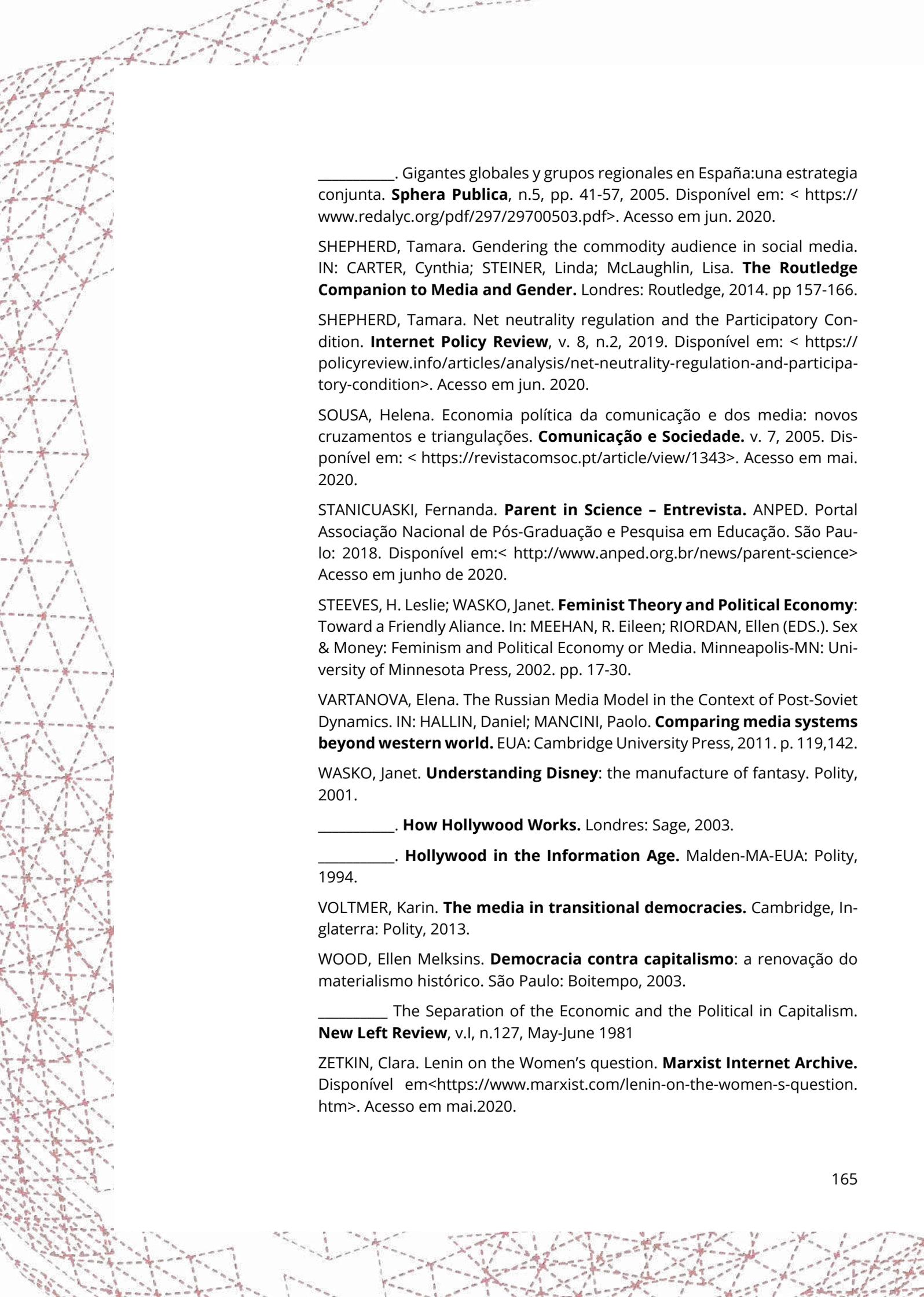
ROUDAKOVA, Natalia. Journalism as 'prostitution' : understanding Russia's Reactions to Anna Politkovskaya's Murder. **Political Communication**, 2016, 26: 4, 412 — 429.

\_\_\_\_\_. **Losing Pravda: ethics and the press in post-truth Russia**. EUA: Cambridge University Press, 2017.

SARIKAKIS, Katharine. Making public policy in the digital age: the sex industry as a political actor. IN: CARTER, Cynthia; STEINER, Linda; McLaughlin, Lisa. **The Routledge Companion to Media and Gender**. Londres: Routledge, 2014. pp 211-221.

\_\_\_\_\_. **Powers in media policy: The Challenge of the European Parliament**. Viena: Peter Lang AG; 2004.

SEGOVIA, Ana I. La integración de los medios en la élite del poder / The Integration of Media into the Power Elite. **Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo (RICD)**, v. 2, n. 7, p. 19-22, 9 ene. 2018. Disponível em: <<https://revistas.usc.gal/index.php/ricd/article/view/4476>> Acesso em: jun. 2020.



\_\_\_\_\_. Gigantes globales y grupos regionales en España: una estrategia conjunta. **Sphera Publica**, n.5, pp. 41-57, 2005. Disponível em: < <https://www.redalyc.org/pdf/297/29700503.pdf>>. Acesso em jun. 2020.

SHEPHERD, Tamara. Gendering the commodity audience in social media. IN: CARTER, Cynthia; STEINER, Linda; McLaughlin, Lisa. **The Routledge Companion to Media and Gender**. Londres: Routledge, 2014. pp 157-166.

SHEPHERD, Tamara. Net neutrality regulation and the Participatory Condition. **Internet Policy Review**, v. 8, n.2, 2019. Disponível em: < <https://policyreview.info/articles/analysis/net-neutrality-regulation-and-participatory-condition>>. Acesso em jun. 2020.

SOUSA, Helena. Economia política da comunicação e dos media: novos cruzamentos e triangulações. **Comunicação e Sociedade**. v. 7, 2005. Disponível em: < <https://revistacomsoc.pt/article/view/1343>>. Acesso em mai. 2020.

STANICUASKI, Fernanda. **Parent in Science - Entrevista**. ANPED. Portal Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação. São Paulo: 2018. Disponível em:< <http://www.anped.org.br/news/parent-science>> Acesso em junho de 2020.

STEEVES, H. Leslie; WASKO, Janet. **Feminist Theory and Political Economy: Toward a Friendly Alliance**. In: MEEHAN, R. Eileen; RIORDAN, Ellen (EDS.). *Sex & Money: Feminism and Political Economy or Media*. Minneapolis-MN: University of Minnesota Press, 2002. pp. 17-30.

VARTANOVA, Elena. The Russian Media Model in the Context of Post-Soviet Dynamics. IN: HALLIN, Daniel; MANCINI, Paolo. **Comparing media systems beyond western world**. EUA: Cambridge University Press, 2011. p. 119,142.

WASKO, Janet. **Understanding Disney: the manufacture of fantasy**. Polity, 2001.

\_\_\_\_\_. **How Hollywood Works**. Londres: Sage, 2003.

\_\_\_\_\_. **Hollywood in the Information Age**. Malden-MA-EUA: Polity, 1994.

VOLTMER, Karin. **The media in transitional democracies**. Cambridge, Inglaterra: Polity, 2013.

WOOD, Ellen Melksins. **Democracia contra capitalismo: a renovação do materialismo histórico**. São Paulo: Boitempo, 2003.

\_\_\_\_\_. The Separation of the Economic and the Political in Capitalism. **New Left Review**, v.I, n.127, May-June 1981

ZETKIN, Clara. Lenin on the Women's question. **Marxist Internet Archive**. Disponível em<<https://www.marxist.com/lenin-on-the-women-s-question.htm>>. Acesso em mai.2020.

**Modelos teóricos em Economia Política da Informação:  
uma análise da produção científica em Ciência da  
Informação no Brasil**

**Modelos teóricos en Economía Política de la Información:  
un análisis de la producción científica en ciencias de la  
información en Brasil**

**Theoretical models in Political Economy of Information: an  
analysis of scientific production in Information Science in  
Brazil**

**Rafael Silva da Câmara**

Doutor em Ciência da Informação pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Membro do grupo de pesquisa Educação, Pesquisa e Produção Científica, pela Universidade Federal do Paraná (UFPR) e do GEPSI - Grupo de Estudo e Pesquisa em Sociologia e Informação, pela UFPB.  
Contato: rafaelufrnbib@gmail.com

**Edvaldo Carvalho Alves**

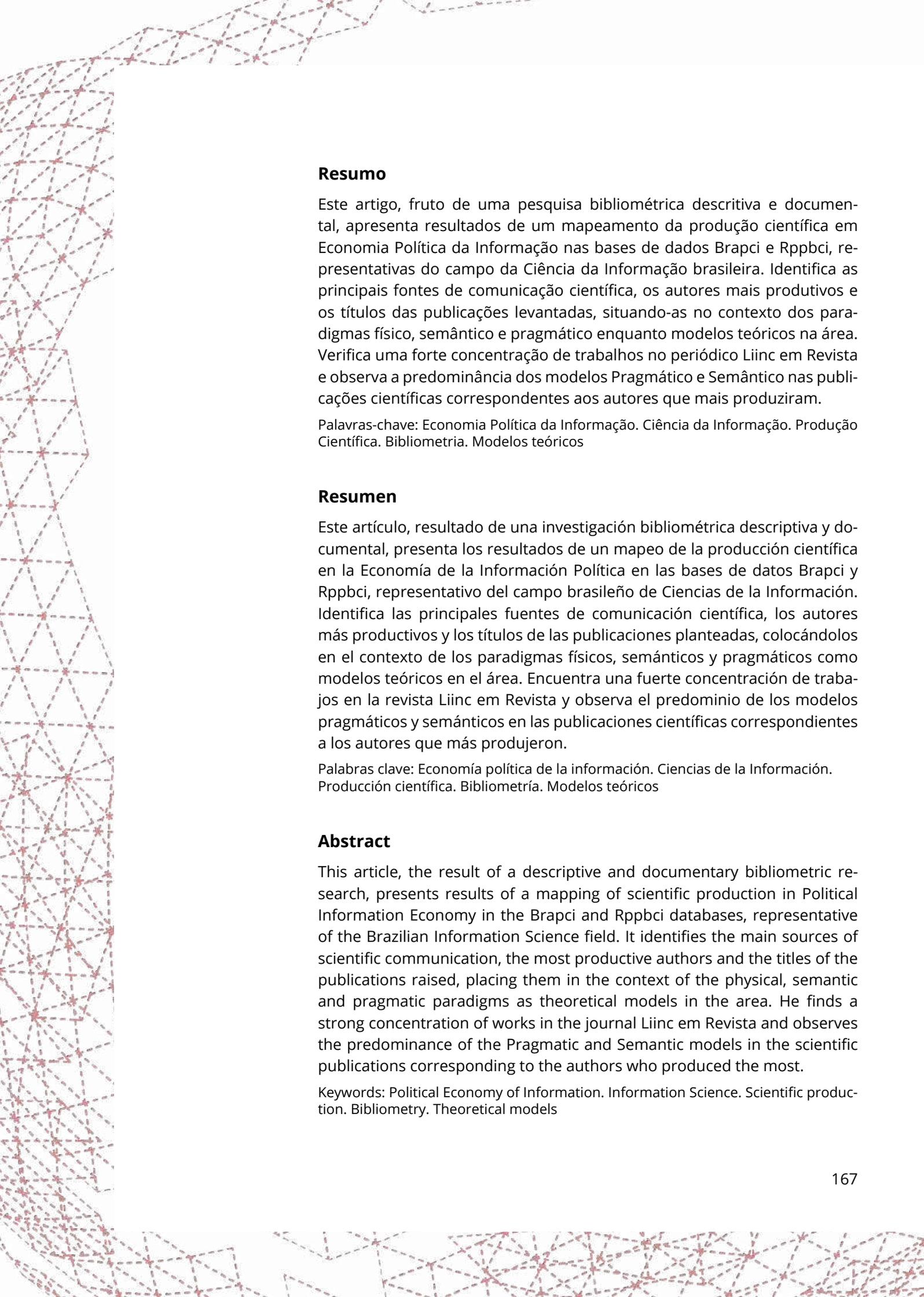
Doutor em Ciências Sociais pela Universidade Federal de São Carlos (UFSC). Professor Associado do Departamento de Ciência da Informação - DCI/ UFPB e do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação - PPGCI/UFPB.  
Contato: edvaldocalves@gmail.com

**Leilah Santiago Bufrem**

Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Professora Visitante A no Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação (PPGCI) na Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Professora Permanente na qualidade de Professora Visitante Sênior no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e permanente no Programa de Pós-Graduação em Educação (PPGE) da Universidade Federal do Paraná (UFPR).  
Contato: santiagobufrem@gmail.com

Submetido em: 31 de maio de 2020

Aceito em: 15 de agosto de 2020



## Resumo

Este artigo, fruto de uma pesquisa bibliométrica descritiva e documental, apresenta resultados de um mapeamento da produção científica em Economia Política da Informação nas bases de dados Brapci e Rppbci, representativas do campo da Ciência da Informação brasileira. Identifica as principais fontes de comunicação científica, os autores mais produtivos e os títulos das publicações levantadas, situando-as no contexto dos paradigmas físico, semântico e pragmático enquanto modelos teóricos na área. Verifica uma forte concentração de trabalhos no periódico Liinc em Revista e observa a predominância dos modelos Pragmático e Semântico nas publicações científicas correspondentes aos autores que mais produziram.

Palavras-chave: Economia Política da Informação. Ciência da Informação. Produção Científica. Bibliometria. Modelos teóricos

## Resumen

Este artículo, resultado de una investigación bibliométrica descriptiva y documental, presenta los resultados de un mapeo de la producción científica en la Economía de la Información Política en las bases de datos Brapci y Rppbci, representativo del campo brasileño de Ciencias de la Información. Identifica las principales fuentes de comunicación científica, los autores más productivos y los títulos de las publicaciones planteadas, colocándolos en el contexto de los paradigmas físicos, semánticos y pragmáticos como modelos teóricos en el área. Encuentra una fuerte concentración de trabajos en la revista Liinc em Revista y observa el predominio de los modelos pragmáticos y semánticos en las publicaciones científicas correspondientes a los autores que más produjeron.

Palabras clave: Economía política de la información. Ciencias de la Información. Producción científica. Bibliometría. Modelos teóricos

## Abstract

This article, the result of a descriptive and documentary bibliometric research, presents results of a mapping of scientific production in Political Information Economy in the Brapci and Rppbci databases, representative of the Brazilian Information Science field. It identifies the main sources of scientific communication, the most productive authors and the titles of the publications raised, placing them in the context of the physical, semantic and pragmatic paradigms as theoretical models in the area. He finds a strong concentration of works in the journal Liinc em Revista and observes the predominance of the Pragmatic and Semantic models in the scientific publications corresponding to the authors who produced the most.

Keywords: Political Economy of Information. Information Science. Scientific production. Bibliometry. Theoretical models

## INTRODUÇÃO

Voltada inicialmente às questões inerentes aos processos de coletar, organizar, armazenar e recuperar as informações, a Ciência da Informação (CI), hoje, amplia seu espectro de ação, visando transformar suas práticas de modo a propiciar formas de interpretação e significado de alcance social, impulsionar o fluxo de informações por meio da complexidade das redes e plataformas, em prol da acessibilidade e utilização de seu objeto. Ao se destacar esse alcance social e as práticas compatíveis, ampliam-se também as relações da CI com outros domínios científicos.

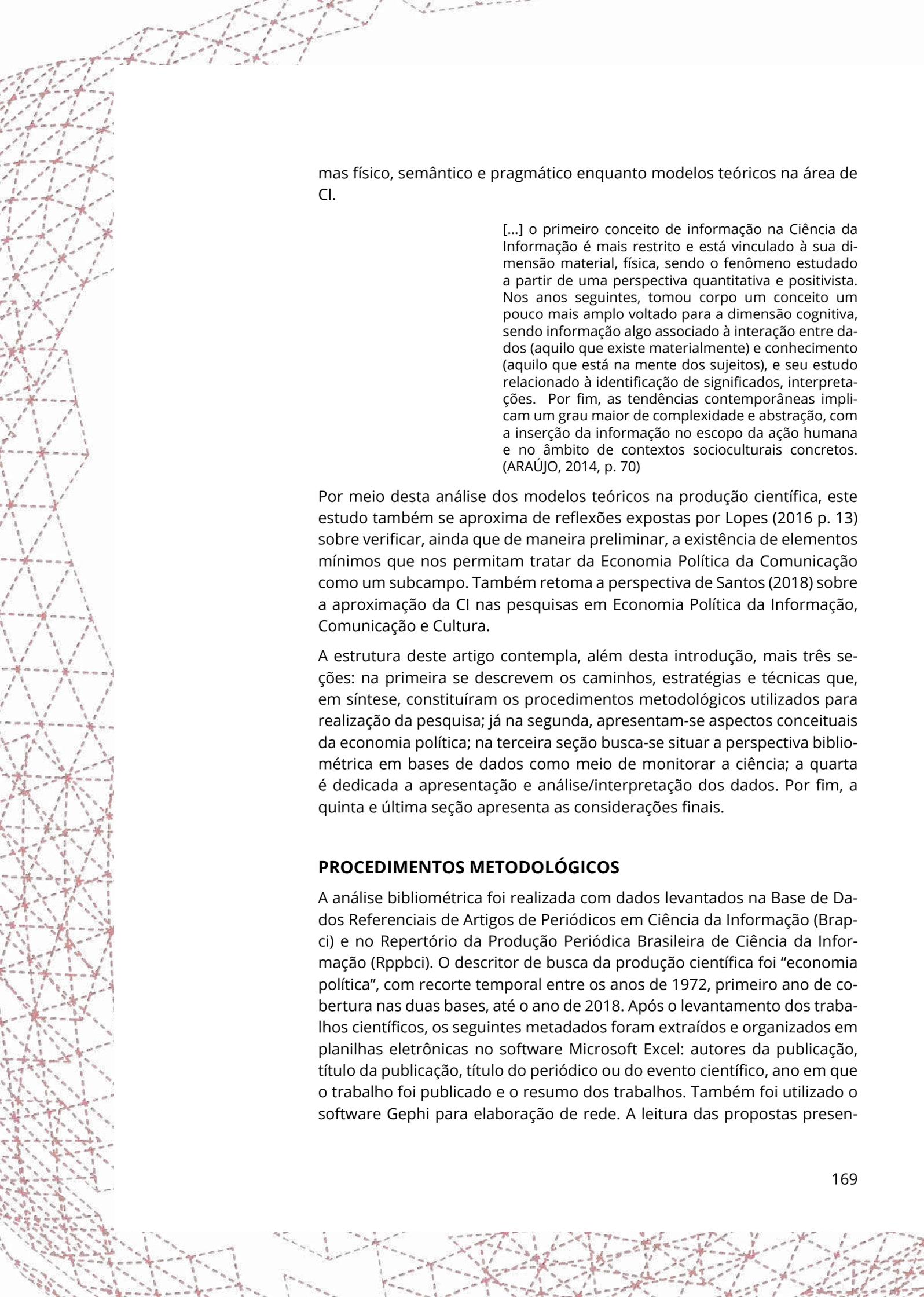
Embora já identificada como uma das correntes teóricas deste campo (ARAÚJO, 2014, p. 58) e como seu objeto de investigação (BOLAÑO; MATOS, 2004), graças ao referencial crítico e às condições teóricas e analíticas passíveis de serem a ele incorporadas, a Economia Política da Informação (EPI) tem uma representação ainda incipiente no ensino e na pesquisa em CI. Para García Gutiérrez (2011, p. 289, tradução nossa), a EPI é praticamente ausente no campo de estudos da organização do conhecimento, informação e documentação.

### A Economia Política da Informação

É um campo de estudo que busca entender a informação como fonte de valor, de rendas e como possível mercadoria, em diálogo com as teorias econômicas e sociais de extração marxista ou marxiana. Evolui em estreita relação com as teorias de Comunicação Social, da Ciência da Informação, da Cibernética, de outras teorias sociais, buscando problematizar criticamente o desenvolvimento capitalista, mas considerando o papel fundamental que a indústria cultural, de entretenimento e de marcas, ou consumo, exercem nesse desenvolvimento, articuladas ao sistema financeiro e industrial mais geral. (DANTAS, 2010, p. 436)

A relação da economia política entre diversos domínios científicos, por ser ainda tênue e pouco explícita, é motivação para este estudo, desde que se reconheça, como o faz González de Gómez, que a CI se apresenta ora como ciência empírico-analítica, ora como metaciência, ainda que nos últimos anos tenha explorado, segundo a autora, “com maiores perspectivas, um pluralismo metodológico próprio das ciências sociais e de um campo interdisciplinar” (GONZÁLEZ DE GÓMEZ, 2001, p. 13). Há que se considerar, para este estudo, a posição da autora como decorrente de vertentes que privilegiam os aspectos social, histórico e político da CI.

Uma leitura sobre a convergência desses campos estimulou este trabalho, que tem como objetivo principal realizar um mapeamento temático dos modelos teóricos em EPI na produção científica brasileira da Ciência da Informação, a partir de um estudo bibliométrico que descreve as principais fontes e canais de comunicação científica, os autores mais produtivos e os títulos das publicações levantadas, situando-os no contexto dos paradig-



mas físico, semântico e pragmático enquanto modelos teóricos na área de CI.

[...] o primeiro conceito de informação na Ciência da Informação é mais restrito e está vinculado à sua dimensão material, física, sendo o fenômeno estudado a partir de uma perspectiva quantitativa e positivista. Nos anos seguintes, tomou corpo um conceito um pouco mais amplo voltado para a dimensão cognitiva, sendo informação algo associado à interação entre dados (aquilo que existe materialmente) e conhecimento (aquilo que está na mente dos sujeitos), e seu estudo relacionado à identificação de significados, interpretações. Por fim, as tendências contemporâneas implicam um grau maior de complexidade e abstração, com a inserção da informação no escopo da ação humana e no âmbito de contextos socioculturais concretos. (ARAÚJO, 2014, p. 70)

Por meio desta análise dos modelos teóricos na produção científica, este estudo também se aproxima de reflexões expostas por Lopes (2016 p. 13) sobre verificar, ainda que de maneira preliminar, a existência de elementos mínimos que nos permitam tratar da Economia Política da Comunicação como um subcampo. Também retoma a perspectiva de Santos (2018) sobre a aproximação da CI nas pesquisas em Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura.

A estrutura deste artigo contempla, além desta introdução, mais três seções: na primeira se descrevem os caminhos, estratégias e técnicas que, em síntese, constituíram os procedimentos metodológicos utilizados para realização da pesquisa; já na segunda, apresentam-se aspectos conceituais da economia política; na terceira seção busca-se situar a perspectiva bibliométrica em bases de dados como meio de monitorar a ciência; a quarta é dedicada a apresentação e análise/interpretação dos dados. Por fim, a quinta e última seção apresenta as considerações finais.

## **PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

A análise bibliométrica foi realizada com dados levantados na Base de Dados Referenciais de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação (Brapci) e no Repertório da Produção Periódica Brasileira de Ciência da Informação (Rppbci). O descritor de busca da produção científica foi “economia política”, com recorte temporal entre os anos de 1972, primeiro ano de cobertura nas duas bases, até o ano de 2018. Após o levantamento dos trabalhos científicos, os seguintes metadados foram extraídos e organizados em planilhas eletrônicas no software Microsoft Excel: autores da publicação, título da publicação, título do periódico ou do evento científico, ano em que o trabalho foi publicado e o resumo dos trabalhos. Também foi utilizado o software Gephi para elaboração de rede. A leitura das propostas presen-



tes nos resumos nos possibilitou a categorização das produções científicas conforme os modelos teóricos (ARAÚJO, 2018) anteriormente sugeridos para o campo.

## **ASPECTOS CONCEITUAIS DA ECONOMIA POLÍTICA**

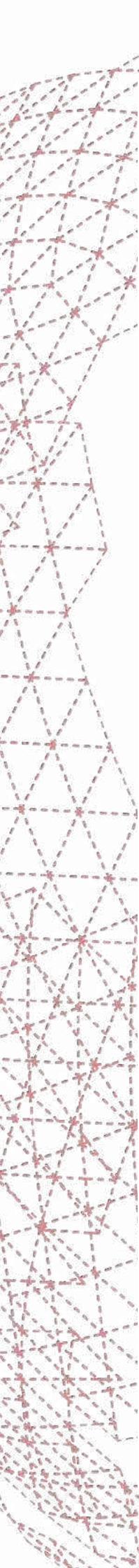
Segundo Netto e Braz (2012, p. 41), a Economia Política (EP) estuda as leis sociais que regulam a produção e a distribuição dos meios que satisfazem as necessidades dos homens, historicamente determinadas, para a manutenção e reprodução da sociedade, atendendo então aos desejos individuais ou coletivos dos membros.

A expressão “economia política” aparece pela primeira vez em 1615, atribuída então ao mercantilista francês Antoine de Montchrétien pela sua publicação intitulada *Traicté d`économie Politique* (NETTO; BRAZ, 2012; ROSSETTI, 2016). Para Netto e Braz (2012, p. 28), foi nos primeiros anos do século XIX que passou a ser reconhecida como corpo teórico.

Braga e Vasconcellos (2011, p. 16) afirmam que é difícil estabelecer uma relação de causa e efeito entre a Economia e a Política, mas que ambas são áreas bastante interligadas uma com a outra, pois a Política determina as instituições sobre as quais se desenvolverão as atividades econômicas. Com isso, atualmente a inserção do adjetivo “política” ao substantivo “economia” enfatiza em sua vertente teórica as questões morais e éticas na ordem política dos fenômenos econômicos. Conforme Sandroni (2004, p. 189), o termo “economia política” ficou restrito ao pensamento marxista, enquanto o termo “economia” é a denominação dominante nos meios acadêmicos. Para este autor, o estudo da economia abrange variadas escolas e proposições metodológicas comumente conflitantes entre si, de modo que a economia acaba por não apresentar unidade nem mesmo quanto a seu objeto de trabalho, pois este depende da visão que o investigador adquire a respeito do processo produtivo.

Para Nunes (2014, p. 16-17), a economia política se liga a uma perspectiva metodológica mais específica para a análise dos problemas econômicos e talvez se deva admitir que não há uma economia política homogênea, mas várias economias políticas que, inseridas em uma perspectiva interdisciplinar, abrem caminhos para diferentes ponderações acerca da importância dos elementos não econômicos e as diferentes combinações entre estes elementos.

Em meio às diferentes correntes e compartimentos do pensamento econômico na contemporaneidade, Rossetti (2016, p. 38) afirma que a mais importante diferenciação é entre as expressões economia positiva e economia normativa, em que a primeira trata a realidade como ela é, enquanto a segunda considera mudanças nessa mesma realidade, propondo então como ela deve ser.



Rossetti (2016) ainda destaca as concepções de economia descritiva, teoria econômica e política econômica. Para o autor, a economia descritiva observa e sistematiza o mundo real, descrevendo e mensurando os fatos econômicos. Já a teoria econômica trata de expor os princípios, teorias, leis e modelos da economia. Por fim, a política econômica atua sobre a realidade com objetivos de estabilizar a economia, contribuir para o crescimento de forma sustentável e distribuir melhor a renda e a riqueza.

A economia descritiva e a teoria econômica situam-se, preponderantemente, no campo da economia positiva. A política econômica é, preponderantemente, normativa. [...] Não obstante os diferentes troncos da teoria econômica estejam impregnados pelas ideologias subjacentes à sua aparição e desenvolvimento, eles buscam estabelecer verdades comprováveis pelas metodologias convencionais da dedução e da indução. Já as proposições de política econômica são, quanto à sua própria significação, normativas. Necessariamente, envolvem escolhas fundamentadas em juízos de valor. (ROSSETTI, 2016, p. 39)

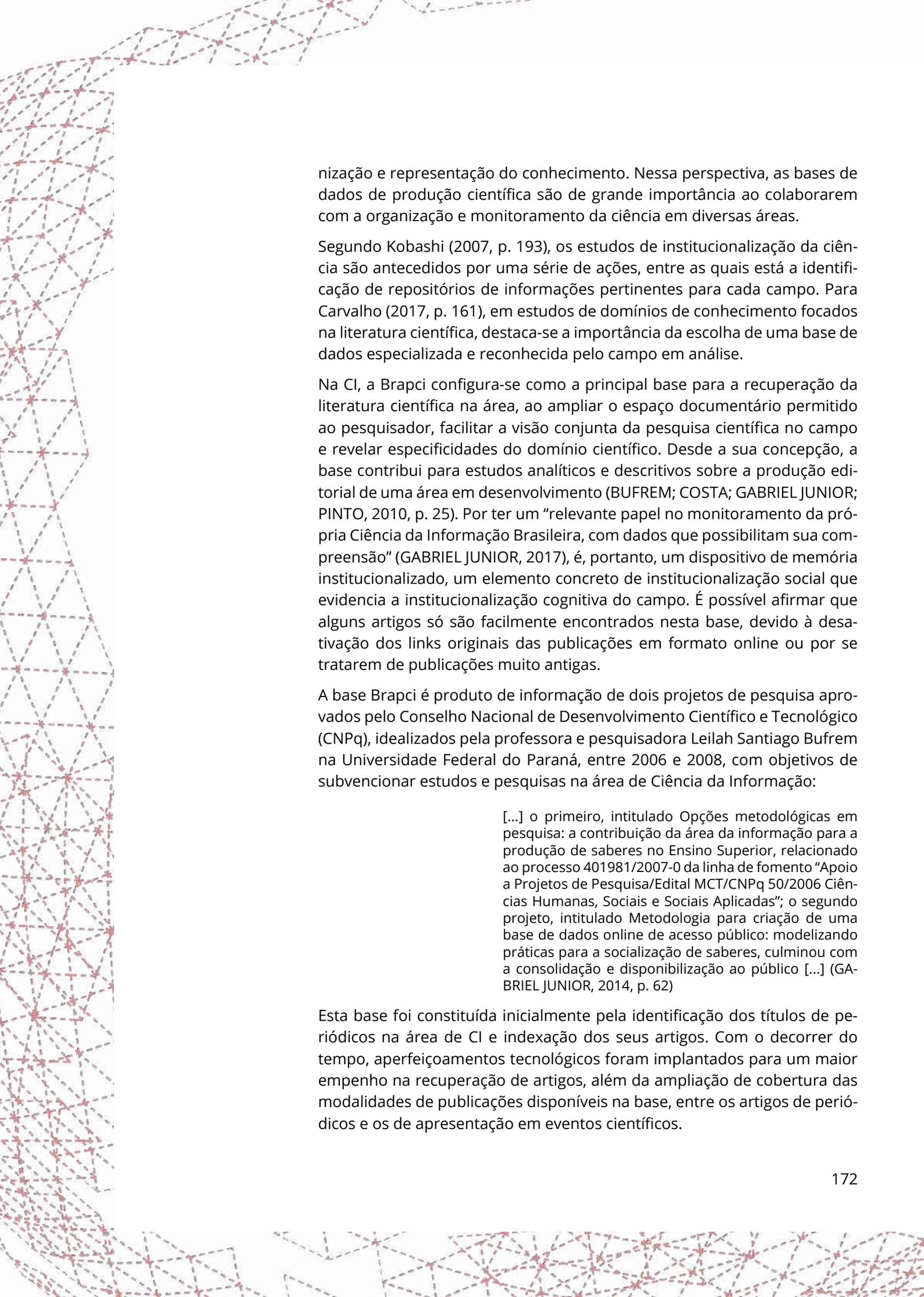
Assim, as análises econômicas são situadas historicamente e são fortemente influenciadas por posturas ideológicas, conforme Rossetti (2016). Para este autor, a economia e a política estão sempre interligadas.

A economia política, para Mosco (1998), poderia ser definida, em sentido estrito e com certo valor prático, como o estudo das relações sociais, particularmente as relações de poder, que mutuamente constituem a produção, distribuição e consumo de recursos, incluindo os recursos informacionais. Uma definição mais genérica e ambiciosa, segundo ele (1998), seria o estudo do controle e da sobrevivência na vida social. O controle (processo político) refere-se à organização interna da sociedade e aos processos de adaptação a mudanças. A sobrevivência (processo econômico) significa o modo como as pessoas produzem aquilo que é necessário para a reprodução e a continuidade sociais. No entanto, Mosco (1998, p. 97) ressaltou a necessidade de se refletir, repensar e renovar a EPI, considerando útil situar a economia política da informação (MOSCO, 1998, p.111).

Paralelo a EPI, Bolaño (2010, p. 434-435) afirma que a Economia Política da Comunicação se apresenta mundialmente como uma tendência crítica incontornável no campo da Comunicação, como espaço de diálogo do pensamento marxista em matéria de comunicação, informação e cultura.

## **A PERSPECTIVA BIBLIOMÉTRICA EM BASES DE DADOS PARA O MONITORAMENTO DA CIÊNCIA**

Na pesquisa de Almeida e Dias, sobre o estado da arte em análise de domínio no campo da CI brasileira, os autores (2019, p. 42) constataram uma forte tendência para os estudos bibliométricos e para as técnicas de orga-



nização e representação do conhecimento. Nessa perspectiva, as bases de dados de produção científica são de grande importância ao colaborarem com a organização e monitoramento da ciência em diversas áreas.

Segundo Kobashi (2007, p. 193), os estudos de institucionalização da ciência são antecedidos por uma série de ações, entre as quais está a identificação de repositórios de informações pertinentes para cada campo. Para Carvalho (2017, p. 161), em estudos de domínios de conhecimento focados na literatura científica, destaca-se a importância da escolha de uma base de dados especializada e reconhecida pelo campo em análise.

Na CI, a Brapci configura-se como a principal base para a recuperação da literatura científica na área, ao ampliar o espaço documentário permitido ao pesquisador, facilitar a visão conjunta da pesquisa científica no campo e revelar especificidades do domínio científico. Desde a sua concepção, a base contribui para estudos analíticos e descritivos sobre a produção editorial de uma área em desenvolvimento (BUFREM; COSTA; GABRIEL JUNIOR; PINTO, 2010, p. 25). Por ter um “relevante papel no monitoramento da própria Ciência da Informação Brasileira, com dados que possibilitam sua compreensão” (GABRIEL JUNIOR, 2017), é, portanto, um dispositivo de memória institucionalizado, um elemento concreto de institucionalização social que evidencia a institucionalização cognitiva do campo. É possível afirmar que alguns artigos só são facilmente encontrados nesta base, devido à desativação dos links originais das publicações em formato online ou por se tratarem de publicações muito antigas.

A base Brapci é produto de informação de dois projetos de pesquisa aprovados pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), idealizados pela professora e pesquisadora Leilah Santiago Bufrem na Universidade Federal do Paraná, entre 2006 e 2008, com objetivos de subvencionar estudos e pesquisas na área de Ciência da Informação:

[...] o primeiro, intitulado Opções metodológicas em pesquisa: a contribuição da área da informação para a produção de saberes no Ensino Superior, relacionado ao processo 401981/2007-0 da linha de fomento “Apoio a Projetos de Pesquisa/Edital MCT/CNPq 50/2006 Ciências Humanas, Sociais e Sociais Aplicadas”; o segundo projeto, intitulado Metodologia para criação de uma base de dados online de acesso público: modelizando práticas para a socialização de saberes, culminou com a consolidação e disponibilização ao público [...] (GABRIEL JUNIOR, 2014, p. 62)

Esta base foi constituída inicialmente pela identificação dos títulos de periódicos na área de CI e indexação dos seus artigos. Com o decorrer do tempo, aperfeiçoamentos tecnológicos foram implantados para um maior empenho na recuperação de artigos, além da ampliação de cobertura das modalidades de publicações disponíveis na base, entre os artigos de periódicos e os de apresentação em eventos científicos.

Mais recentemente, outra base de dados que ainda se encontra em desenvolvimento na recuperação da produção científica periódica na área é o Repertório da Produção Periódica Brasileira de Ciência da Informação (Rppbci). Segundo Araújo, Murakami e Vasconcelos (2016, p. 45), a base é fruto de um projeto desenvolvido pelo Laboratório de Estudos Métricos da Informação na Web (Lab-iMetrics), do Curso de Biblioteconomia da Universidade Federal de Alagoas (UFAL). O Lab-iMetrics é constituído por um grupo de pesquisa liderado pelo professor doutor Ronaldo Ferreira de Araújo e cadastrado no Diretório dos Grupos de Pesquisa, do CNPq.

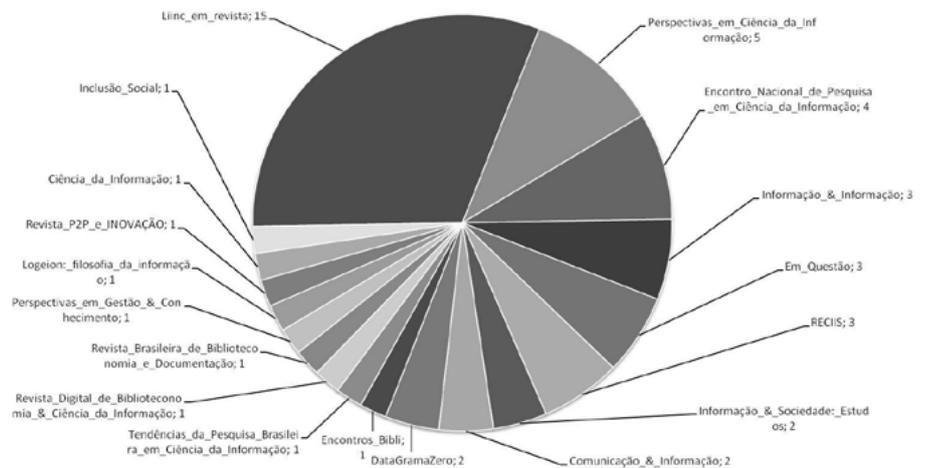
Vale destacar o papel das bases de dados para a realização de análises conjugadas com os estudos métricos, por permitirem, de modo explícito, a produção de mapas bibliométricos ou visualizações de áreas científicas baseadas em características ou variáveis em suas relações entre si ou com a sociedade, incluindo-se entre essas possibilidades os estudos históricos, epistemológicos e críticos.

## APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Na base Brapci, a expressão “Economia Política” entre aspas foi utilizada como estratégia de busca nos campos Título, Resumo e Palavras-chave, tendo sido recuperados 45 publicações. A mesma expressão entre aspas foi utilizada como estratégia de busca na base Rppbci, onde foram recuperadas 37 publicações. Com a comparação dos resultados nas duas bases, foram eliminados os registros de publicações duplicadas e os textos não enquadrados em publicações periódicas, resultando assim em 48 publicações constituintes do corpus de análise: 44 publicações em 17 periódicos científicos e quatro publicações em um evento científico. Nas publicações resultantes analisadas foram identificadas as seguintes fontes de comunicação científica, apresentadas no Gráfico 1.

Gráfico 1 – Fontes de comunicação científica em economia política da informação levantadas nas bases Brapci e Rppbci (1972-2018)

Fonte: Dados da pesquisa (2019)



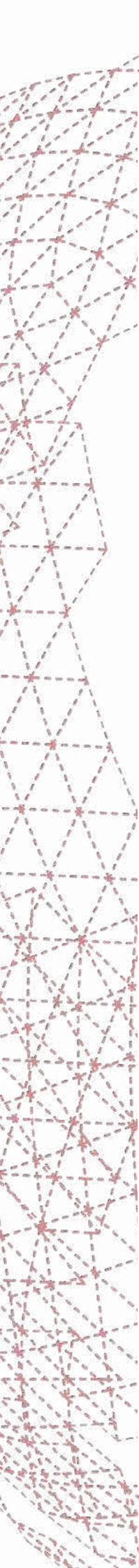
Quadro 1 – Títulos das publicações levantadas em economia política da informação nas bases Brapci e Rppbci (1972-2018)

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Marques (2017) já havia destacado o periódico científico Liinc em Revista como uma fonte de informação científica no campo da CI, que regularmente discute e dialoga com a economia política e suas categorias. Este periódico apresenta a expectativa de refletir sobre os processos de produção, circulação e apropriação da informação e do conhecimento em uma perspectiva crítica. Das 15 publicações recuperadas neste periódico, a presente análise mostra que 10 são referentes aos últimos anos, a partir de 2014, colaborando com o crescimento do tema pesquisado na produção científica da área.

Os títulos das publicações resultantes na pesquisa foram organizados numericamente, conforme Quadro 1.

Nº	Título da publicação
1	Repensando e renovando a economia política da informação
2	Economia política aristotélica: cuidando da casa, cuidando do comum.
3	Por uma economia política da organização do conhecimento (Tradução)
4	Uma economia política da biblioteconomia?
5	Análise Crítica Semiótica e Economia Política Cultural
6	Informação não é conhecimento: teorizando a economia política da virtualidade
7	Economia política da informação e comunicação em tempos de internet: revisitando a teoria do valor nas redes e no espetáculo
8	A economia política da informação na Ciência da Informação: indícios e necessidades de um estudo de domínio no campo
9	Organização em rede, capital e a regulação mercantil do elo social
10	Dialética da informação: uma leitura epistemológica no pensamento de Vieira Pinto e Anthony Wilden (II)
11	Dialética da informação: Uma leitura epistemológica no pensamento de Vieira Pinto e Anthony Wilden
12	Reconhecimento e superação da exploração capitalista em redes criativas de colaboração e produção
13	O Brasil e o movimento social global: uma análise dos eventos de junho de 2013 em perspectiva histórica
14	As patentes e o regime de informação global emergente
15	A proposta de um novo marco regulatório para a comunicação no Brasil e as políticas para o setor
16	Revista EPTIC Online: produção em EPC e interdisciplinaridade no campo comunicacional (2009-2014)
17	Inclusão digital: sistema de engrenagens
18	Conhecimento e informação na atual reestruturação produtiva: para uma crítica das teorias da Gestão do Conhecimento
19	Ciência da Informação, marxismo e população em situação de rua
20	Produção de valor nas redes sociais: Marx e o debate contemporâneo
21	Blogs como instrumento de legitimação de lutas sociais em Cuba

- 
- 22 A influência das crises econômicas das décadas de 80 e 90, no Brasil, no mercado de trabalho dos profissionais ligados às tecnologias da informação
  - 23 Parabolicamará: redundância e inovação na infomare televisiva da Tropicália
  - 24 Mídia, mediação e sociedade: o (des) caminho do debate público
  - 25 Comunicação e informação como fatores críticos de sucesso na gestão do conhecimento
  - 26 Informação e software livre no capitalismo contemporâneo
  - 27 Políticas de comunicação, governo Lula e TV digital
  - 28 The (a)political economy of bitcoin
  - 29 Cidadania e Trabalho na Sociedade da Informação:
  - 30 As novas tecnologias de comunicação e informação: novos mecanismos de exclusão social?
  - 31 Políticas públicas para o livro e a leitura e sua influência na indústria editorial de Salvador
  - 32 Distribuição de conteúdo audiovisual: configurações de fronteiras em escala mundial
  - 33 Fundamentos da Ciência da Informação: correntes teóricas e o conceito de informação
  - 34 A lógica econômica da edição científica certificada
  - 35 O documento e o movimento zapatista: notas para uma teoria crítica
  - 36 O discurso comunitário: ideologia e interpretação
  - 37 A insustentável neutralidade da tecnologia: o dilema do Movimento Maker e dos Fab Labs
  - 38 Indústrias Culturais e Capitalismo no Brasil
  - 39 Trabalho gratuito nas redes: de como o ativismo de 99% pode gerar ainda mais lucros para 1%
  - 40 A Coleção Memória da Biblioteconomia e a epistemologia histórica dos estudos biblioteconômico-informacionais no Brasil: sobre coleções bibliográficas como fatos epistêmicos
  - 41 Teoria barroca da organização do conhecimento: Emanuele tesauro e o espelho turvo das tensões entre epistemologia, metodologia e sociedade
  - 42 A pesquisa da política e da economia da informação na Ciência da Informação: atualidade e perspectivas
  - 43 Ambientalismo e desenvolvimento sustentado: ideologia e utopia no final do século XX
  - 44 A questão regional brasileira no século XXI: um olhar sobre o dissenso
  - 45 Produção colaborativa de softwares livres: trabalho e tecnologia na Sociedade da Informação
  - 46 Tomando posição: uma análise política da I Conferência Nacional de Comunicação (Confecom)
  - 47 Sistema mundial, América do Sul, África e “potências emergentes”
  - 48 Relatório sobre o Programa de Pesquisa “Biomedicina na África”

Os dados de autoria destas publicações foram extraídos e organizados para o ranqueamento de produtividade dos autores. Foram ranqueados o total de 59 autores correspondentes às 48 publicações apresentadas no Quatro 1. Na Tabela 1 visualiza-se os autores, o quantitativo de trabalhos recuperados e o percentual no corpus de análise.

Tabela 1 – Autores das publicações levantadas em economia política da informação nas bases Brapci e Rppbcj (1972-2018)

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

AUTORES	QNT.	%		
BOLAÑO,_CRS	5	6,67%	KOBASHI,_NY	1 1,33%
DANTAS,_M	4	5,33%	PRATA,_NV	1 1,33%
BRITTOS,_VC	4	5,33%	SANTINI,_RM	1 1,33%
SALDANHA,_GS	3	4,00%	LOPES,_RS	1 1,33%
SCHNEIDER,_MAF	2	2,67%	MOTA,_JS	1 1,33%
MARQUES,_RM	2	2,67%	BIRDSALL,_WF	1 1,33%
LIMA,_CRM	2	2,67%	CANAVARRO,_M	1 1,33%
MATTOS,_FAM	2	2,67%	CARVALHO,_H	1 1,33%
FONSECA,_VPS	1	1,33%	ELIAS,_PC	1 1,33%
BARROS,_CTG	1	1,33%	KOSTAKIS,_V	1 1,33%
SANTOS,_RNM	1	1,33%	FIGUEIRA,_M	1 1,33%
CAMPOS,_PEF	1	1,33%	JAMBEIRO,_O	1 1,33%
SANTOS,_ADG	1	1,33%	SALOMÃO,_A	1 1,33%
VARGAS,_DAC	1	1,33%	FONSECA,_F	1 1,33%
SILVA,_ASC	1	1,33%	ZINCONE,_R	1 1,33%
ARAÚJO,_CAÀ	1	1,33%	BARROS,_M	1 1,33%
KARAM,_RAS	1	1,33%	RIHAN,_B	1 1,33%
DIAS,_HJS	1	1,33%	BREEN,_M	1 1,33%
EVANGELISTA,_RA	1	1,33%	MOSCO,_V	1 1,33%
SANTOS,_EM	1	1,33%	GUEDES,_O	1 1,33%
KERBAUY,_MTM	1	1,33%	JESSOP,_B	1 1,33%
PINHEIRO,_MMK	1	1,33%	<b>TOTAL</b>	<b>75 100,00%</b>
SOUZA,_RF	1	1,33%		
GUTIÉRREZ,_AG	1	1,33%		
DUARTE,_EA	1	1,33%		
DEMARCHI,_CH	1	1,33%		
CABRAL_FILHO,_AV	1	1,33%		
TARGINO,_MG	1	1,33%		
LIMA,_JB	1	1,33%		
LISBOA,_AM	1	1,33%		
BUFREM,_LS	1	1,33%		
CÂMARA,_RS	1	1,33%		
ALVES,_EC	1	1,33%		
YAMAMOTO,_EY	1	1,33%		
BARROS,_SS	1	1,33%		
RIBEIRO,_GL	1	1,33%		
MATA,_DX	1	1,33%		
SOULÉ,_JO	1	1,33%		



1. Disponível em: <https://ulepicc.org.br/associados/>. Acesso em: 7 jan. 2020.

Para consideração dos autores mais produtivos, foram analisados os que apresentam o quantitativo mínimo de dois trabalhos publicados no período de análise, a saber: César Ricardo Siqueira Bolaño, com cinco publicações; Marcos Dantas, com quatro publicações; Valério Cruz Brittos, com quatro publicações; Gustavo Silva Saldanha, com três publicações; Marco André Feldman Schneider, com duas publicações; Rodrigo Moreno Marques, com duas publicações; Clóvis Ricardo Montenegro de Lima, com duas publicações; e Fernando Augusto Mansor de Mattos, com duas publicações.

Considerando o corpus de análise, estes oito autores se aproximam do que é argumentado na teoria da Lei do Elitismo na Ciência, de Price (1963, 1971, 1976). Nesta teoria, Price afirma que o número de membros que constitui a elite científica corresponde à raiz quadrada do número total de autores levantados. Em outras palavras, dado um total  $N$  de autores em um tema, uma área, uma disciplina ou um campo científico, há uma elite produtiva que corresponde a  $\sqrt{N}$ . Sendo assim, nesta pesquisa temos  $\sqrt{59} = 7,68$ . Este resultado se aproxima dos que é visualizado na Tabela 1 ao se observar os autores com mais de uma publicação.

Ao ter o pesquisador César Bolaño como o pesquisador mais produtivo na análise, este resultado se aproxima da afirmação de Melo (2010, p. 66) sobre Bolaño ultrapassar o terreno cognitivo ao se projetar no espaço corporativo e agregar outros pesquisadores na área temática da economia política da comunicação. Assim, é consensual entre os estudiosos da EPC o reconhecimento de Bolaño como animador contemporâneo desse segmento das ciências da comunicação no país. (MELO, 2013, p. 13)

A presença de Brittos entre os mais produtivos e em segundo lugar ao lado do autor Marcos Dantas também demonstra que, do ano do seu falecimento em 2012 até o ano presente, poucos pesquisadores em CI voltaram-se diretamente ao tema da economia política na área, pois do contrário, o seu nome não estaria mais entre os autores mais produtivos nesta análise. No ano do seu prematuro falecimento, o pesquisador foi lembrado pelo Grupo de Pesquisa Comunicação, Economia Política e Sociedade (2012, p. 342) como uma relevante figura lutadora pela construção de um campo comunicacional democrático e inclusivo no cenário acadêmico nacional e internacional, nos debates e embates epistemológicos e políticos na Economia Política da Comunicação.

Dos autores analisados, três atualmente são associados na entidade brasileira da União Latina de Economia Política da Informação, Comunicação e da Cultura (Ulepicc-Br), conforme lista apresentada no portal eletrônico<sup>1</sup>: César Ricardo Siqueira Bolaño, Marcos Dantas Loureiro e Marco André Feldman Schneider. Atualmente esta entidade apresenta, por meio dos seus encontros bianuais, o GT "Estudos Críticos em Ciência da Informação", coordenado pelo pesquisador Marco Schneider em 2020 e em 2018. Nas edições anteriores, Schneider também coordenou o GT "Ética, política e episte-

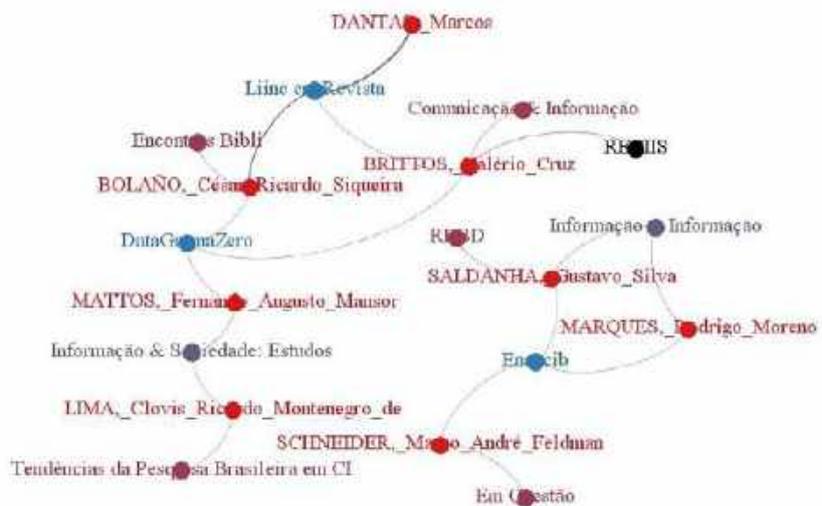
mologia da informação”. Estes dois GTs foram os espaços mais apropriados na entidade para o recebimento de trabalhos na área de CI nos anos de 2014 e 2016. Outro GT pertinente foi “Epistemologia da Informação, da comunicação e da cultura”, em 2018, na época coordenado por César Bolaño.

Esta observação é pertinente para identificar os agentes mais produtivos e, portanto, os que concentram suas pesquisas no tema ou afins com o tema, visto que, na perspectiva bibliométrica de pesquisadores atuantes, “a dispersão corresponde à grande diversidade de autores que publicam muito pouco dentro da área de especialidade estudada” (SANTOS, KOBASHI, 2009, p. 165).

No corpus de análise também foram observados os periódicos ou eventos científicos em que estes pesquisadores mais produtivos publicaram os trabalhos. Foram identificados 22 artigos em 11 fontes de comunicação científica, sendo 10 periódicos científicos e um evento científico. Os nomes destes oito pesquisadores e os títulos das fontes de comunicação científica foram organizados e submetidos ao software *Gephi* para a elaboração de um grafo de relações entre pesquisadores e fontes. Esta relação é apresentada na Figura 1.

Figura 1 – Grafo de relação entre os autores mais produtivos e as fontes de comunicação científica levantadas nas bases Brapci e Rppbci

Fonte: Dados da pesquisa (2019)



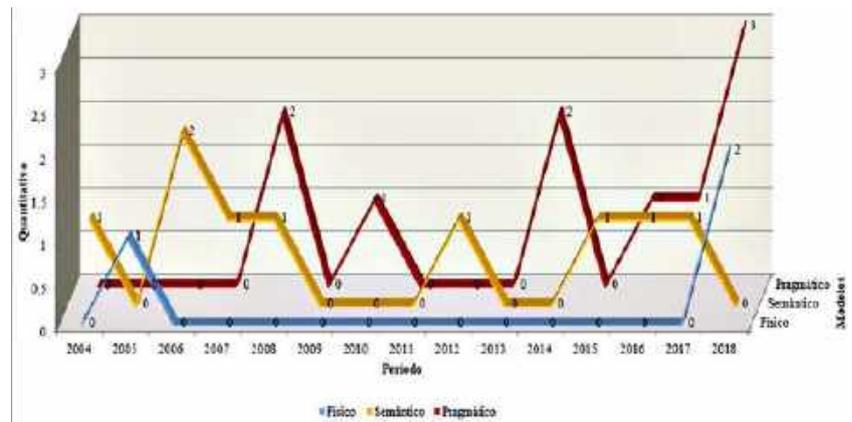
Bolaño, Dantas e Brittos apresentam proximidade ao terem em comum neste levantamento trabalho publicado no periódico Liinc em Revista, enquanto Schneider, Saldanha e Marques também apresentam proximidade ao terem em comum trabalho publicado no Enancib. Das 48 publicações apresentadas no corpus total de análise, 22 correspondem aos trabalhos dos oito autores mencionados entre os que mais produziram. Esta observação também se aproxima da Lei do Elitismo na Ciência, de Price (1963), quando este pesquisador afirma que os membros que constituem a elite mais produtiva também são responsáveis pela metade da produção científica do levantamento total. Na presente pesquisa, observa-se que Bolaño

apresenta uma publicação com Brittos e outra com Mattos, ficando assim o quantitativo de 22 publicações.

Os resumos destas 22 publicações foram analisados e, após a leitura, foram categorizados quanto aos três modelos de paradigmas mencionados por Araújo (2018), conforme as propostas apresentadas, buscando compreender as investigações realizadas na subárea de economia política da informação e dentro dos três modelos mencionados: físico, semântico e pragmático.

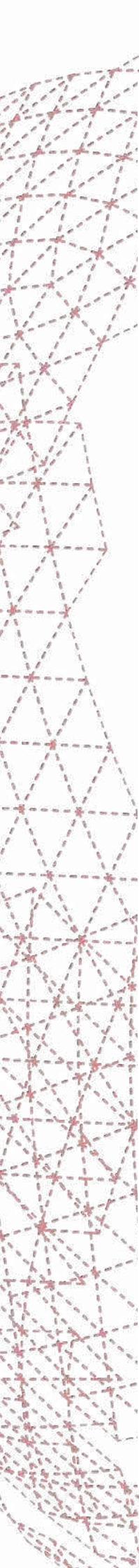
Gráfico 2 – Modelos de paradigmas na produção científica dos autores mais produtivos em economia política da informação levantados nas bases Brapci e Rppbci (1972-2018)

Fonte: Dados da pesquisa (2019)



Nos 22 trabalhos dos autores que mais produziram, os modelos Pragmático e Semântico das pesquisas em economia política da informação são predominantes no corpus, com dez e nove publicações, respectivamente. Embora o modelo Semântico tenha sido o segundo mais trabalhado em quantidade de publicações, apresenta mais ocorrências na divisão do recorte temporal de análise ao ser identificado em oito anos diferentes entre 2004 e 2017. Já o modelo Pragmático foi identificado a partir de duas publicações em 2008 e segue em crescimento em 2018, último ano do recorte temporal.

Para Araújo (2018, p. 86), no modelo pragmático as questões informacionais devem ser contextualizadas socialmente. Assim, conforme o modelo, a economia política da informação insere a produção, circulação e uso da informação em dimensões econômicas, políticas e éticas, com destaque para análises críticas das estruturas de poder e dos regimes de informação. Considerando as numerações atribuídas para as publicações e as possibilidades de investigação conforme Araújo (2018, p. 86), o modelo pragmático encontra-se em dez trabalhos (9, 13, 14, 19, 20, 22, 23, 39, 45 e 46). Predomina o elo social entre, de um lado, organizações, instituições e construções sociais e de outro os eventos, produção cultural e de valor social e econômico, trabalho e produção colaborativa, com destaque para análises políticas e de redes sociais no debate contemporâneo, fundamentadas nos métodos histórico e dialético materialista.



No modelo semântico (ARAÚJO, 2018, p. 86), a informação deve ser analisada em relação ao conhecimento que se encontra na mente dos sujeitos, bem como o conhecimento que é produzido por eles. Logo, neste modelo a economia política da informação poderá estudar os fenômenos infoculturais, as políticas de informação e as capacidades cognitivas de determinados grupos produzirem informação e conhecimento. Considerando as numerações atribuídas para as publicações e as possibilidades de investigação conforme Araújo (2018, p. 86), o modelo semântico caracteriza nove trabalhos (7, 10, 11, 18, 25, 27, 34, 41 e 42). O grupo abrange questões relacionando a informação e o conhecimento, enquanto processo e como produto, com a política e a economia da informação, com a economia política da informação em ambientes diversos e com práticas editoriais, ou tecnologias digitais na atualidade e em perspectivas,

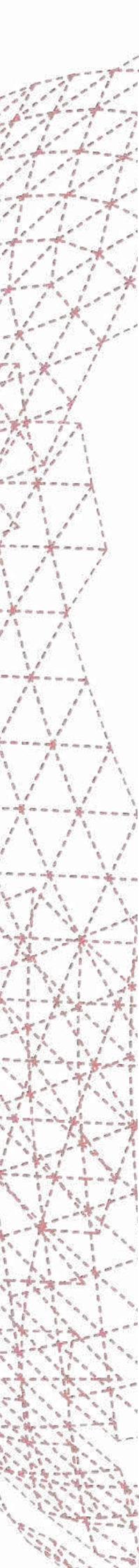
Para Araújo (2018, p. 86), no modelo físico a informação é valorizada em sua propriedade material, ou seja, os documentos e outros tipos de itens informacionais observáveis. Na perspectiva deste modelo, a economia política da informação tratará da disseminação e promoção do acesso físico à informação, em especial para as classes socialmente excluídas. Representando esse paradigma físico, apenas três dos trabalhos são encontrados no corpus (24, 35 e 40). Esses trabalhos tratam de documentos e coleções bibliográficas como materialização de suas condições em seus elementos de mediação e suas propriedades comunicacionais.

As perspectivas contemporâneas em ciência da informação têm buscado consolidar o avanço conceitual [...], sem deixar que as contribuições do modelo físico sejam abandonadas pela vigência do modelo cognitivo, nem ignorar as contribuições deste em prol do entendimento pragmático recente. (ARAÚJO, 2018. p. 80)

No presente estudo, optou-se por atribuir apenas uma categorização quanto aos modelos teóricos nos trabalhos analisados. No entanto, é possível que alguns trabalhos possam se enquadrar em mais de uma categoria conforme a ciência permite outras categorias, visões, possibilidades e perspectivas de análise deste mesmo corpus. Deste modo, aproveita-se a oportunidade para reforçar o esclarecimento de Araújo (2018, p. 87), de que os três modelos são mais complementares do que excludentes, pois os problemas informacionais perpassam variadas dimensões.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Apesar de o recorte temporal ter início em 1972, os primeiros trabalhos foram recuperados a partir da década de 1990, mais precisamente a partir do ano de 1992. Constata-se ausência de artigos em considerável espaço do recorte analisado, pois entre 1972 e 1991, entre 1993 e 1997, entre 1999 e 2000 e entre 2002 e 2011 não foram recuperados trabalhos sobre o tema



nas bases. O crescimento se segue com instabilidade até o ano de 2013, sendo que a tendência de crescimento ganha nova força especialmente a partir do ano de 2014, com o total de três artigos, para chegar ao ano de 2018 com o total de oito artigos, quantitativo também já alcançado anteriormente no ano de 2008.

Nos 22 trabalhos dos autores que mais produziram, os modelos Pragmático e Semântico das pesquisas em economia política da informação são predominantes no corpus, com dez e nove publicações, respectivamente. Mesmo com a forte concentração de trabalhos no periódico Liinc em Revista, além de outras fontes identificadas, considera-se que os problemas abordados nas pesquisas ainda são incipientes na área da CI. No entanto, iniciativas como a criação dos Grupos de Trabalho especialmente voltados aos pesquisadores da área de CI em eventos científicos específicos, como os encontros brasileiros da Ulepicc e o Grupo de Trabalho “Política e Economia da Informação” do Enancib, têm se destacado como elementos de institucionalização social dos domínios componentes do objeto deste estudo.

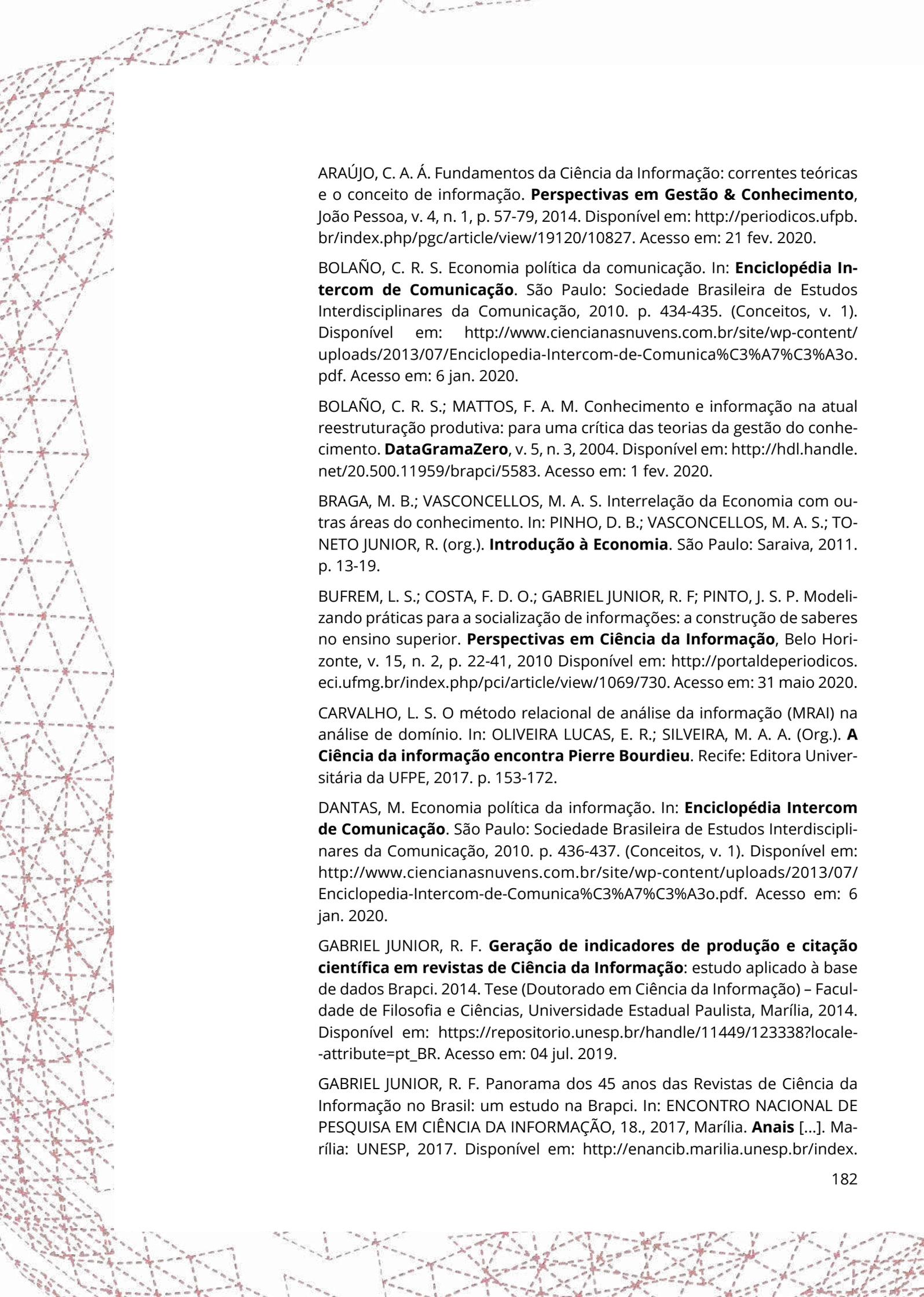
A base Brapci recuperou mais trabalhos do que a base Rppbci. Este resultado é um efeito da maior cobertura dos periódicos e eventos da área indexados na Brapci, até o momento de realização do presente levantamento. Assim, os trabalhos recuperados na base Rppbci também foram recuperados na base Brapci, com exceção dos três publicados na Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde – RECIIS, atualmente não indexada na Brapci. Ainda sobre as revistas indexadas, é possível também pensar na possibilidade de futuramente a Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (Revista Eptic) ser indexada nestas duas bases, como uma importante ação que estimulará uma maior interação dos pesquisadores da CI com este periódico científico, no desenvolvimento de suas pesquisas.

Como tentativa, ainda de caráter exploratório, para analisar essa produção, percebe-se a amplitude temática dos debates e interpretações sobre as questões relacionadas à economia política da informação, como a revelar o elo nem sempre visível na produção científica sobre o tema, entre o que se denomina EPI e as práticas da CI, a partir do pensamento crítico.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, J. F. V. R.; DIAS, G. A. Estado da arte sobre análise de domínio no campo da Ciência da Informação brasileira. **Brazilian Journal of Information Science**: research trends, Marília, v. 13, n. 3, p. 26-45, 2019. Disponível em: <http://www2.marilia.unesp.br/revistas/index.php/bjis/article/view/8610/5890>. Acesso em: 21 fev. 2020.

ARAÚJO, C. A. Á. A Ciência da Informação no século XXI. In: ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. **O que é Ciência da Informação**. Belo Horizonte: KMA, 2018. p. 48-100.



ARAÚJO, C. A. Á. Fundamentos da Ciência da Informação: correntes teóricas e o conceito de informação. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, João Pessoa, v. 4, n. 1, p. 57-79, 2014. Disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/index.php/pgc/article/view/19120/10827>. Acesso em: 21 fev. 2020.

BOLAÑO, C. R. S. Economia política da comunicação. In: **Enciclopédia Intercom de Comunicação**. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. p. 434-435. (Conceitos, v. 1). Disponível em: <http://www.cienciasnuvens.com.br/site/wp-content/uploads/2013/07/Enciclopedia-Intercom-de-Comunica%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 6 jan. 2020.

BOLAÑO, C. R. S.; MATTOS, F. A. M. Conhecimento e informação na atual reestruturação produtiva: para uma crítica das teorias da gestão do conhecimento. **DataGramZero**, v. 5, n. 3, 2004. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/5583>. Acesso em: 1 fev. 2020.

BRAGA, M. B.; VASCONCELLOS, M. A. S. Interrelação da Economia com outras áreas do conhecimento. In: PINHO, D. B.; VASCONCELLOS, M. A. S.; TONETO JUNIOR, R. (org.). **Introdução à Economia**. São Paulo: Saraiva, 2011. p. 13-19.

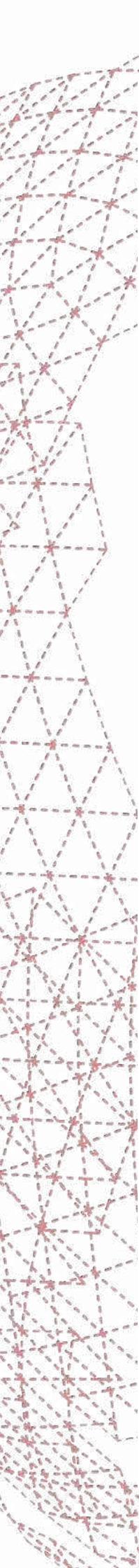
BUFREM, L. S.; COSTA, F. D. O.; GABRIEL JUNIOR, R. F.; PINTO, J. S. P. Modelizando práticas para a socialização de informações: a construção de saberes no ensino superior. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 15, n. 2, p. 22-41, 2010. Disponível em: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/1069/730>. Acesso em: 31 maio 2020.

CARVALHO, L. S. O método relacional de análise da informação (MRAI) na análise de domínio. In: OLIVEIRA LUCAS, E. R.; SILVEIRA, M. A. A. (Org.). **A Ciência da informação encontra Pierre Bourdieu**. Recife: Editora Universitária da UFPE, 2017. p. 153-172.

DANTAS, M. Economia política da informação. In: **Enciclopédia Intercom de Comunicação**. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. p. 436-437. (Conceitos, v. 1). Disponível em: <http://www.cienciasnuvens.com.br/site/wp-content/uploads/2013/07/Enciclopedia-Intercom-de-Comunica%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 6 jan. 2020.

GABRIEL JUNIOR, R. F. **Geração de indicadores de produção e citação científica em revistas de Ciência da Informação**: estudo aplicado à base de dados Brapci. 2014. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília, 2014. Disponível em: [https://repositorio.unesp.br/handle/11449/123338?locale-attribute=pt\\_BR](https://repositorio.unesp.br/handle/11449/123338?locale-attribute=pt_BR). Acesso em: 04 jul. 2019.

GABRIEL JUNIOR, R. F. Panorama dos 45 anos das Revistas de Ciência da Informação no Brasil: um estudo na Brapci. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 18., 2017, Marília. **Anais [...]**. Marília: UNESP, 2017. Disponível em: <http://enancib.marilia.unesp.br/index>.



php/XVIII\_ENANCIB/ENANCIB/paper/viewFile/626/581. Acesso em: 31 maio 2020.

GARCÍA GUTIÉRREZ, A. Aplicación de la desclasificación a la organización de la exomemoria digital. In.: GARCÍA GUTIÉRREZ, A. **Epistemología de la documentación**. Barcelona: Stonberg Editorial, 2011. p. 288-306. Disponível em: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/47239/Epistemolog%C3%ADa%20de%20la%20documentaci%C3%B3n.pdf?sequence=1>. Acesso em: 21 fev. 2020.

GONZÁLEZ DE GÓMEZ, M. N. Para uma reflexão epistemológica acerca da Ciência da Informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 6, n. 1, p. 5-18, 2001. Disponível em: <https://www.brapci.inf.br/index.php/res/download/48314>. Acesso em: 29 maio 2020.

GRUPO DE PESQUISA COMUNICAÇÃO, ECONOMIA POLÍTICA E SOCIEDADE. In memorian: Valério Cruz Brittos. **Quórum acadêmico**, Maracaibo, v. 9, n. 2, p. 341-342, jul./dez. 2012. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/1990/199025105011.pdf>. Acesso em: 7 jan. 2020.

KOBASHI, N. Y. Estudos de institucionalização social e cognitiva da pesquisa científica no Brasil: reflexões sobre um programa de pesquisa. In: GINEZ DE LARA, M. L.; FUJINO, A.; NORONHA, D. P. **Informação e Contemporaneidade: Perspectivas**. Recife: NÉCTAR, 2007. p. 185-197.

LOPES, R. S. Economia política da comunicação e cultura: aportes para a formação de um campo disciplinar. **PragMATIZES: Revista Latino Americana de Estudos em Cultura**, Rio de Janeiro, ano 6, n. 10, p. 10-19, out. 2015/mar. 2016. Disponível em: <http://periodicos.uff.br/pragmatizes/article/view/10421/7260>. Acesso em: 21 fev. 2020.

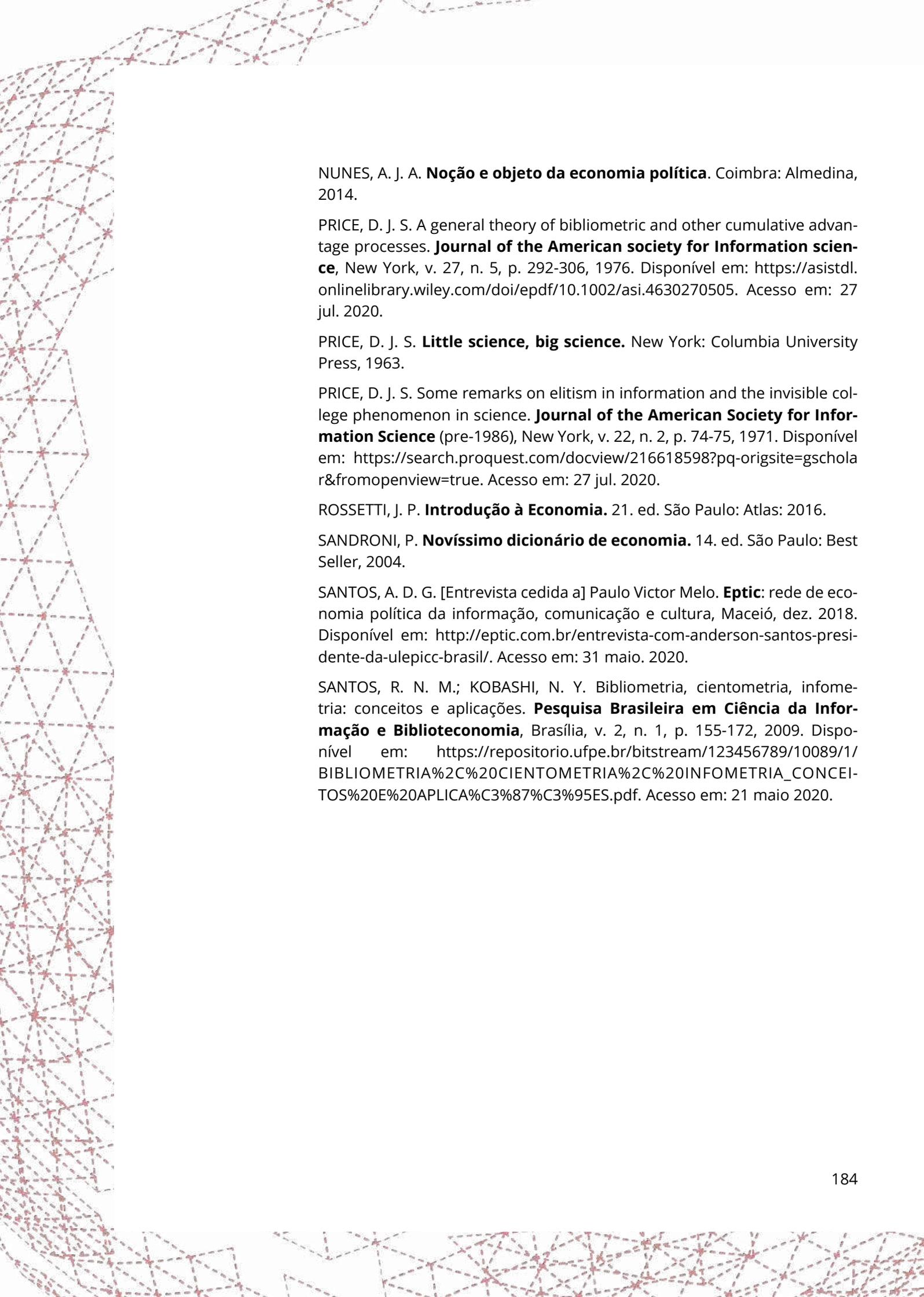
MARQUES, R. M. Produção de valor nas redes sociais: Marx e o debate contemporâneo. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 18., 2017, Marília. **Anais [...]**. Marília: UNESP, 2017. Disponível em: [http://enancib.marilia.unesp.br/index.php/XVIII\\_ENANCIB/ENANCIB/paper/viewFile/627/528](http://enancib.marilia.unesp.br/index.php/XVIII_ENANCIB/ENANCIB/paper/viewFile/627/528). Acesso em: 02 fev. 2020.

MELO, J. M. **Os caminhos cruzados da comunicação: política, economia e cultura**. São Paulo: Paulus, 2010. (Coleção Comunicação)

MELO, J. M. Vanguardismo nordestino na configuração brasileira dos estudos de Economia Política da Comunicação. In: MELO, J. M.; MELO, P. B. (org.). **Economia política da comunicação: vanguardismo nordestino**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco: Editora Massangana, 2013. p. 13-24.

MOSCO, V. Repensando e renovando a economia política da informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 3, n. 2, p. 97-114, jul./dez. 1998. Disponível em: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/599/368>. Acesso em: 29 jul. 2020.

NETTO, J. P.; BRAZ, M. **Economia política: uma introdução crítica**. 8. ed. São Paulo: Cortez, 2012.



NUNES, A. J. A. **Noção e objeto da economia política**. Coimbra: Almedina, 2014.

PRICE, D. J. S. A general theory of bibliometric and other cumulative advantage processes. **Journal of the American society for Information science**, New York, v. 27, n. 5, p. 292-306, 1976. Disponível em: <https://asistdl.onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/asi.4630270505>. Acesso em: 27 jul. 2020.

PRICE, D. J. S. **Little science, big science**. New York: Columbia University Press, 1963.

PRICE, D. J. S. Some remarks on elitism in information and the invisible college phenomenon in science. **Journal of the American Society for Information Science** (pre-1986), New York, v. 22, n. 2, p. 74-75, 1971. Disponível em: <https://search.proquest.com/docview/216618598?pq-origsite=gscholar&fromopenview=true>. Acesso em: 27 jul. 2020.

ROSSETTI, J. P. **Introdução à Economia**. 21. ed. São Paulo: Atlas: 2016.

SANDRONI, P. **Novíssimo dicionário de economia**. 14. ed. São Paulo: Best Seller, 2004.

SANTOS, A. D. G. [Entrevista cedida a] Paulo Victor Melo. **Eptic**: rede de economia política da informação, comunicação e cultura, Maceió, dez. 2018. Disponível em: <http://eptic.com.br/entrevista-com-anderson-santos-presidente-da-ulepicc-brasil/>. Acesso em: 31 maio. 2020.

SANTOS, R. N. M.; KOBASHI, N. Y. Bibliometria, cientometria, infometria: conceitos e aplicações. **Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia**, Brasília, v. 2, n. 1, p. 155-172, 2009. Disponível em: [https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/10089/1/BIBLIOMETRIA%2C%20CIENTOMETRIA%2C%20INFOMETRIA\\_CONCEITOS%20E%20APLICA%C3%87%C3%95ES.pdf](https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/10089/1/BIBLIOMETRIA%2C%20CIENTOMETRIA%2C%20INFOMETRIA_CONCEITOS%20E%20APLICA%C3%87%C3%95ES.pdf). Acesso em: 21 maio 2020.

**Por uma economia política do audiovisual no capitalismo global**

**Por una economía política audiovisual en el capitalismo global**

**For an audiovisual political economy in global capitalism**

**Kátia Morais**

Professora da Universidade do Estado da Bahia (UNEB). Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia.

Contato: [katiamorais01@gmail.com](mailto:katiamorais01@gmail.com)

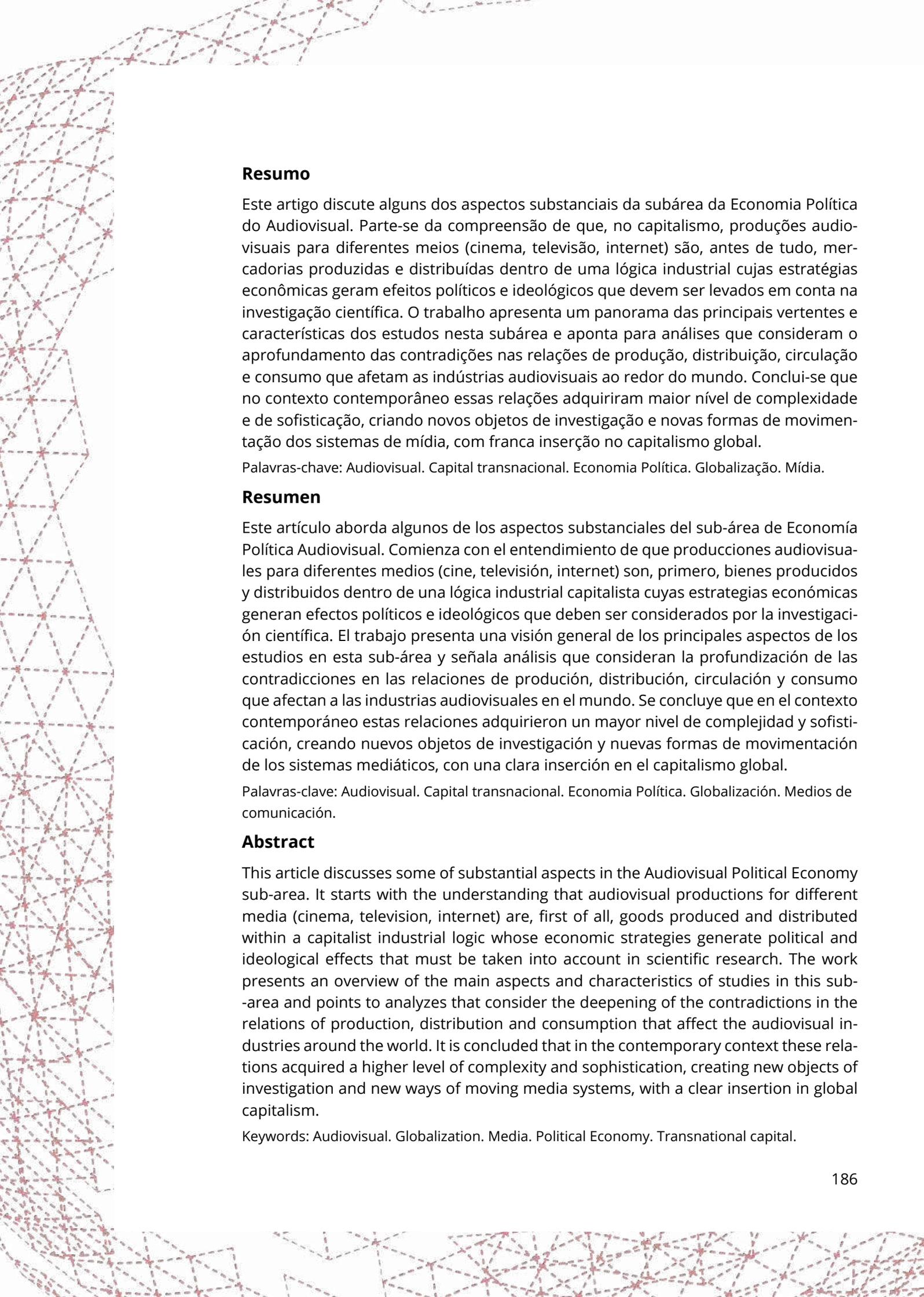
**Othon Jambeiro**

PhD em Comunicação pela Universidade Politécnica de Londres (atual Universidade de Westminster). Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (UFBA)

Contato: [othonfernando@gmail.com.br](mailto:othonfernando@gmail.com.br)

Submetido em: 21 de junho de 2020

Aprovado em: 08 de agosto de 2020



## Resumo

Este artigo discute alguns dos aspectos substanciais da subárea da Economia Política do Audiovisual. Parte-se da compreensão de que, no capitalismo, produções audiovisuais para diferentes meios (cinema, televisão, internet) são, antes de tudo, mercadorias produzidas e distribuídas dentro de uma lógica industrial cujas estratégias econômicas geram efeitos políticos e ideológicos que devem ser levados em conta na investigação científica. O trabalho apresenta um panorama das principais vertentes e características dos estudos nesta subárea e aponta para análises que consideram o aprofundamento das contradições nas relações de produção, distribuição, circulação e consumo que afetam as indústrias audiovisuais ao redor do mundo. Conclui-se que no contexto contemporâneo essas relações adquiriram maior nível de complexidade e de sofisticação, criando novos objetos de investigação e novas formas de movimentação dos sistemas de mídia, com franca inserção no capitalismo global.

Palavras-chave: Audiovisual. Capital transnacional. Economia Política. Globalização. Mídia.

## Resumen

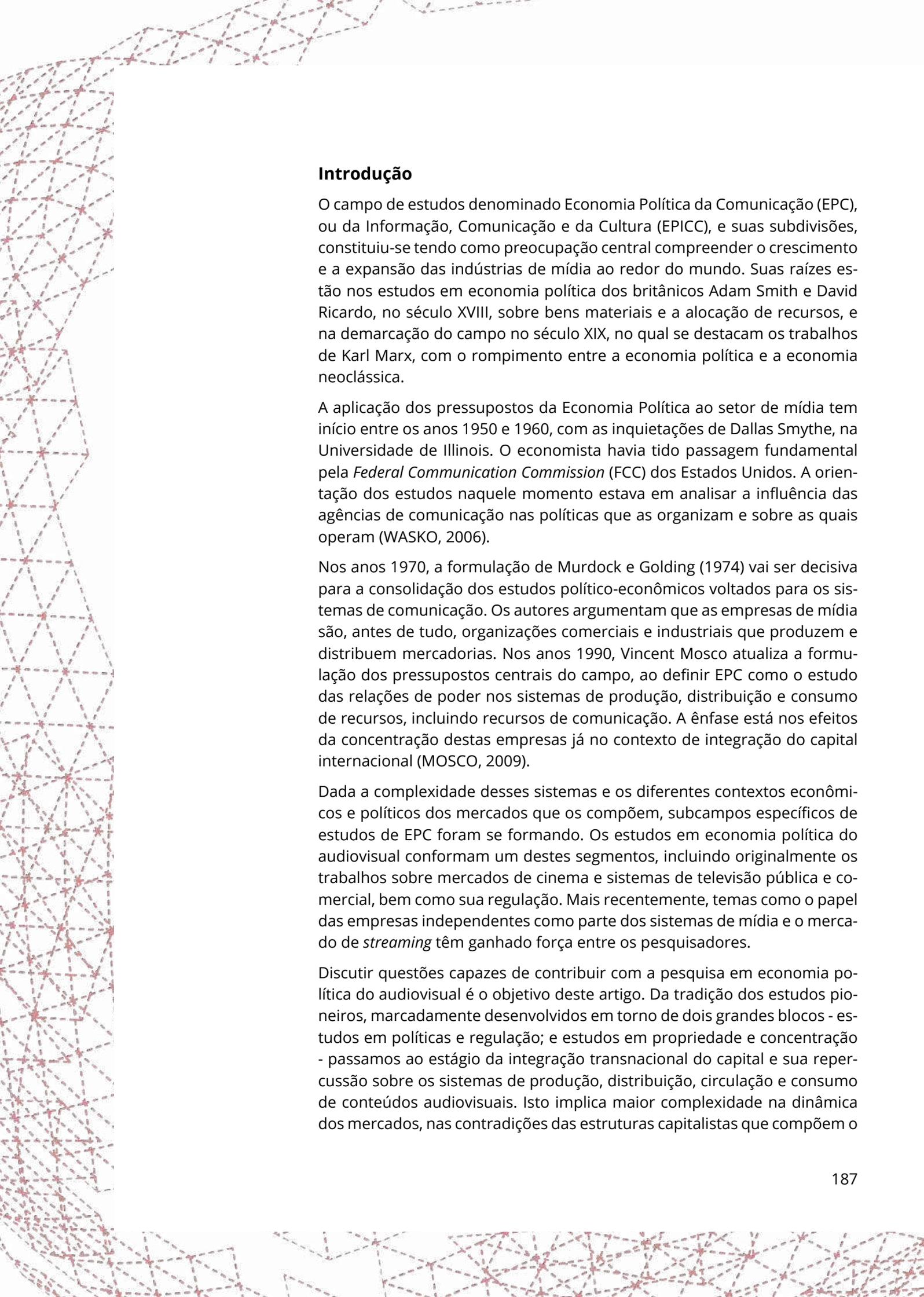
Este artículo aborda algunos de los aspectos substanciales del sub-área de Economía Política Audiovisual. Comienza con el entendimiento de que producciones audiovisuales para diferentes medios (cine, televisión, internet) son, primero, bienes producidos y distribuidos dentro de una lógica industrial capitalista cuyas estrategias económicas generan efectos políticos e ideológicos que deben ser considerados por la investigación científica. El trabajo presenta una visión general de los principales aspectos de los estudios en esta sub-área y señala análisis que consideran la profundización de las contradicciones en las relaciones de producción, distribución, circulación y consumo que afectan a las industrias audiovisuales en el mundo. Se concluye que en el contexto contemporáneo estas relaciones adquirieron un mayor nivel de complejidad y sofisticación, creando nuevos objetos de investigación y nuevas formas de movimentación de los sistemas mediáticos, con una clara inserción en el capitalismo global.

Palabras-clave: Audiovisual. Capital transnacional. Economía Política. Globalización. Medios de comunicación.

## Abstract

This article discusses some of substantial aspects in the Audiovisual Political Economy sub-area. It starts with the understanding that audiovisual productions for different media (cinema, television, internet) are, first of all, goods produced and distributed within a capitalist industrial logic whose economic strategies generate political and ideological effects that must be taken into account in scientific research. The work presents an overview of the main aspects and characteristics of studies in this sub-area and points to analyzes that consider the deepening of the contradictions in the relations of production, distribution and consumption that affect the audiovisual industries around the world. It is concluded that in the contemporary context these relations acquired a higher level of complexity and sophistication, creating new objects of investigation and new ways of moving media systems, with a clear insertion in global capitalism.

Keywords: Audiovisual. Globalization. Media. Political Economy. Transnational capital.



## Introdução

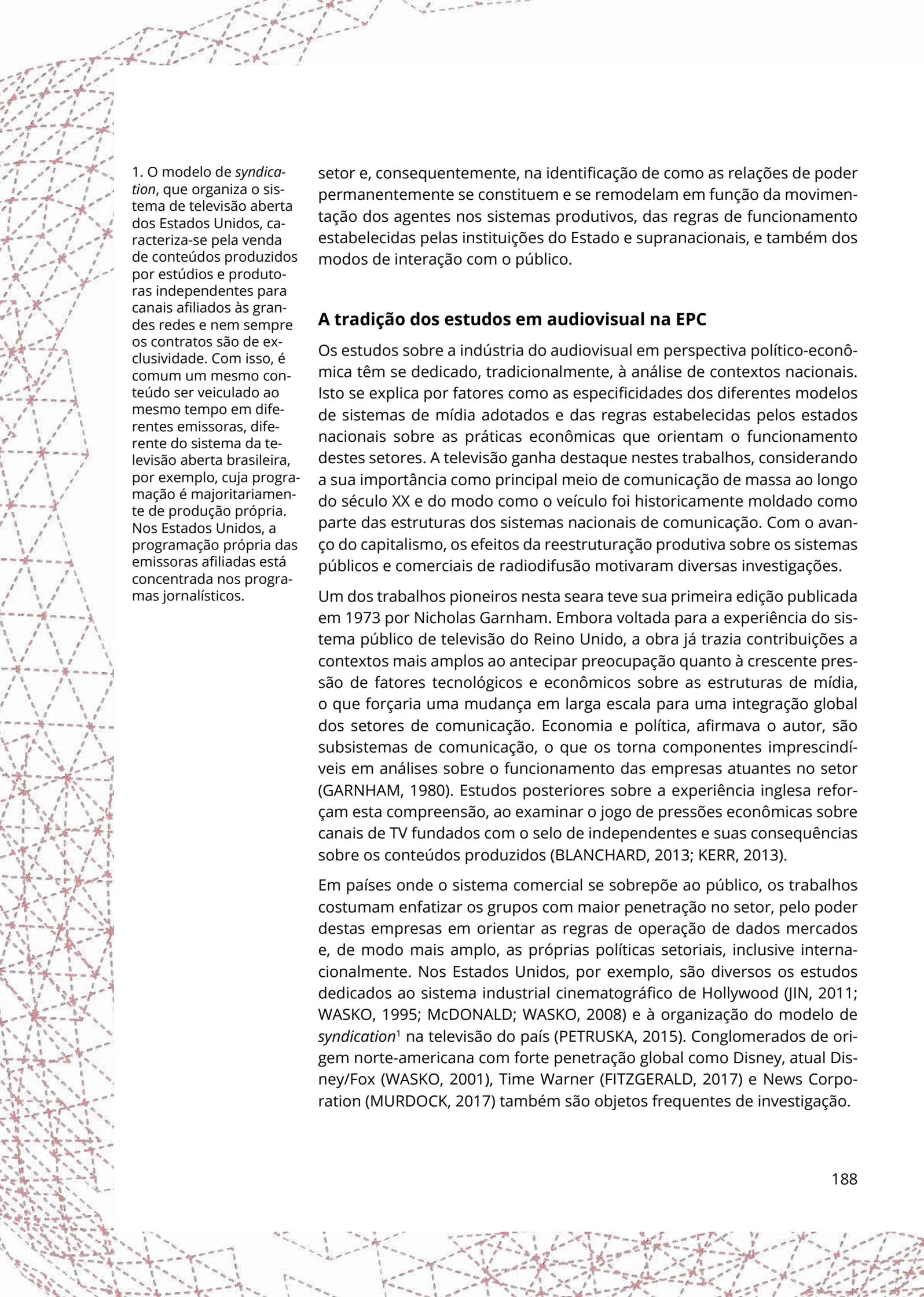
O campo de estudos denominado Economia Política da Comunicação (EPC), ou da Informação, Comunicação e da Cultura (EPICC), e suas subdivisões, constituiu-se tendo como preocupação central compreender o crescimento e a expansão das indústrias de mídia ao redor do mundo. Suas raízes estão nos estudos em economia política dos britânicos Adam Smith e David Ricardo, no século XVIII, sobre bens materiais e a alocação de recursos, e na demarcação do campo no século XIX, no qual se destacam os trabalhos de Karl Marx, com o rompimento entre a economia política e a economia neoclássica.

A aplicação dos pressupostos da Economia Política ao setor de mídia tem início entre os anos 1950 e 1960, com as inquietações de Dallas Smythe, na Universidade de Illinois. O economista havia tido passagem fundamental pela *Federal Communication Commission* (FCC) dos Estados Unidos. A orientação dos estudos naquele momento estava em analisar a influência das agências de comunicação nas políticas que as organizam e sobre as quais operam (WASKO, 2006).

Nos anos 1970, a formulação de Murdock e Golding (1974) vai ser decisiva para a consolidação dos estudos político-econômicos voltados para os sistemas de comunicação. Os autores argumentam que as empresas de mídia são, antes de tudo, organizações comerciais e industriais que produzem e distribuem mercadorias. Nos anos 1990, Vincent Mosco atualiza a formulação dos pressupostos centrais do campo, ao definir EPC como o estudo das relações de poder nos sistemas de produção, distribuição e consumo de recursos, incluindo recursos de comunicação. A ênfase está nos efeitos da concentração destas empresas já no contexto de integração do capital internacional (MOSCO, 2009).

Dada a complexidade desses sistemas e os diferentes contextos econômicos e políticos dos mercados que os compõem, subcampos específicos de estudos de EPC foram se formando. Os estudos em economia política do audiovisual conformam um destes segmentos, incluindo originalmente os trabalhos sobre mercados de cinema e sistemas de televisão pública e comercial, bem como sua regulação. Mais recentemente, temas como o papel das empresas independentes como parte dos sistemas de mídia e o mercado de *streaming* têm ganhado força entre os pesquisadores.

Discutir questões capazes de contribuir com a pesquisa em economia política do audiovisual é o objetivo deste artigo. Da tradição dos estudos pioneiros, marcadamente desenvolvidos em torno de dois grandes blocos - estudos em políticas e regulação; e estudos em propriedade e concentração - passamos ao estágio da integração transnacional do capital e sua repercussão sobre os sistemas de produção, distribuição, circulação e consumo de conteúdos audiovisuais. Isto implica maior complexidade na dinâmica dos mercados, nas contradições das estruturas capitalistas que compõem o



1. O modelo de *syndication*, que organiza o sistema de televisão aberta dos Estados Unidos, caracteriza-se pela venda de conteúdos produzidos por estúdios e produtoras independentes para canais afiliados às grandes redes e nem sempre os contratos são de exclusividade. Com isso, é comum um mesmo conteúdo ser veiculado ao mesmo tempo em diferentes emissoras, diferente do sistema da televisão aberta brasileira, por exemplo, cuja programação é majoritariamente de produção própria. Nos Estados Unidos, a programação própria das emissoras afiliadas está concentrada nos programas jornalísticos.

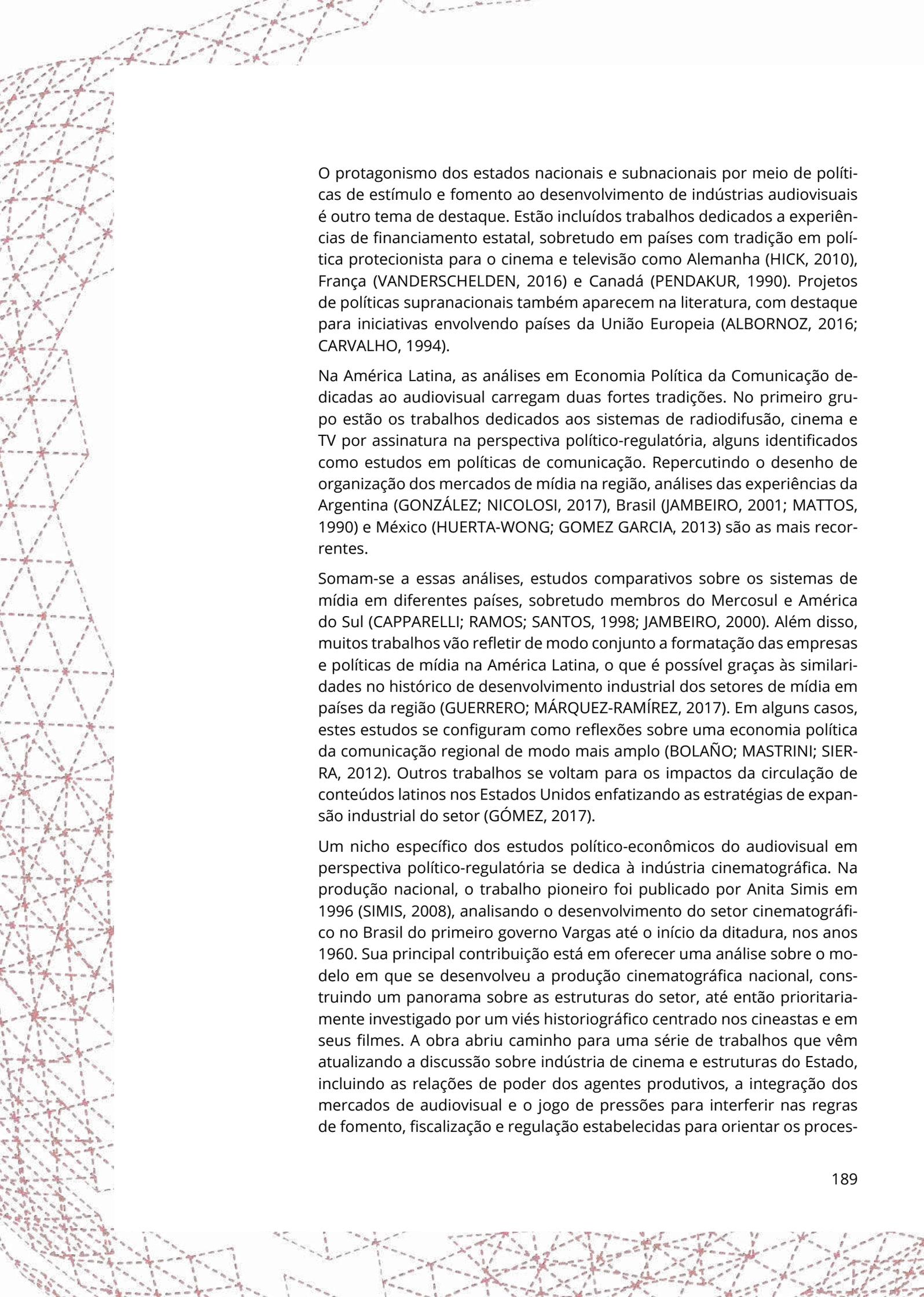
setor e, conseqüentemente, na identificação de como as relações de poder permanentemente se constituem e se remodelam em função da movimentação dos agentes nos sistemas produtivos, das regras de funcionamento estabelecidas pelas instituições do Estado e supranacionais, e também dos modos de interação com o público.

### **A tradição dos estudos em audiovisual na EPC**

Os estudos sobre a indústria do audiovisual em perspectiva político-econômica têm se dedicado, tradicionalmente, à análise de contextos nacionais. Isto se explica por fatores como as especificidades dos diferentes modelos de sistemas de mídia adotados e das regras estabelecidas pelos estados nacionais sobre as práticas econômicas que orientam o funcionamento destes setores. A televisão ganha destaque nestes trabalhos, considerando a sua importância como principal meio de comunicação de massa ao longo do século XX e do modo como o veículo foi historicamente moldado como parte das estruturas dos sistemas nacionais de comunicação. Com o avanço do capitalismo, os efeitos da reestruturação produtiva sobre os sistemas públicos e comerciais de radiodifusão motivaram diversas investigações.

Um dos trabalhos pioneiros nesta seara teve sua primeira edição publicada em 1973 por Nicholas Garnham. Embora voltada para a experiência do sistema público de televisão do Reino Unido, a obra já trazia contribuições a contextos mais amplos ao antecipar preocupação quanto à crescente pressão de fatores tecnológicos e econômicos sobre as estruturas de mídia, o que forçaria uma mudança em larga escala para uma integração global dos setores de comunicação. Economia e política, afirmava o autor, são subsistemas de comunicação, o que os torna componentes imprescindíveis em análises sobre o funcionamento das empresas atuantes no setor (GARNHAM, 1980). Estudos posteriores sobre a experiência inglesa reforçam esta compreensão, ao examinar o jogo de pressões econômicas sobre canais de TV fundados com o selo de independentes e suas conseqüências sobre os conteúdos produzidos (BLANCHARD, 2013; KERR, 2013).

Em países onde o sistema comercial se sobrepõe ao público, os trabalhos costumam enfatizar os grupos com maior penetração no setor, pelo poder destas empresas em orientar as regras de operação de dados mercados e, de modo mais amplo, as próprias políticas setoriais, inclusive internacionalmente. Nos Estados Unidos, por exemplo, são diversos os estudos dedicados ao sistema industrial cinematográfico de Hollywood (JIN, 2011; WASKO, 1995; McDONALD; WASKO, 2008) e à organização do modelo de *syndication*<sup>1</sup> na televisão do país (PETRUSKA, 2015). Conglomerados de origem norte-americana com forte penetração global como Disney, atual Disney/Fox (WASKO, 2001), Time Warner (FITZGERALD, 2017) e News Corporation (MURDOCK, 2017) também são objetos frequentes de investigação.

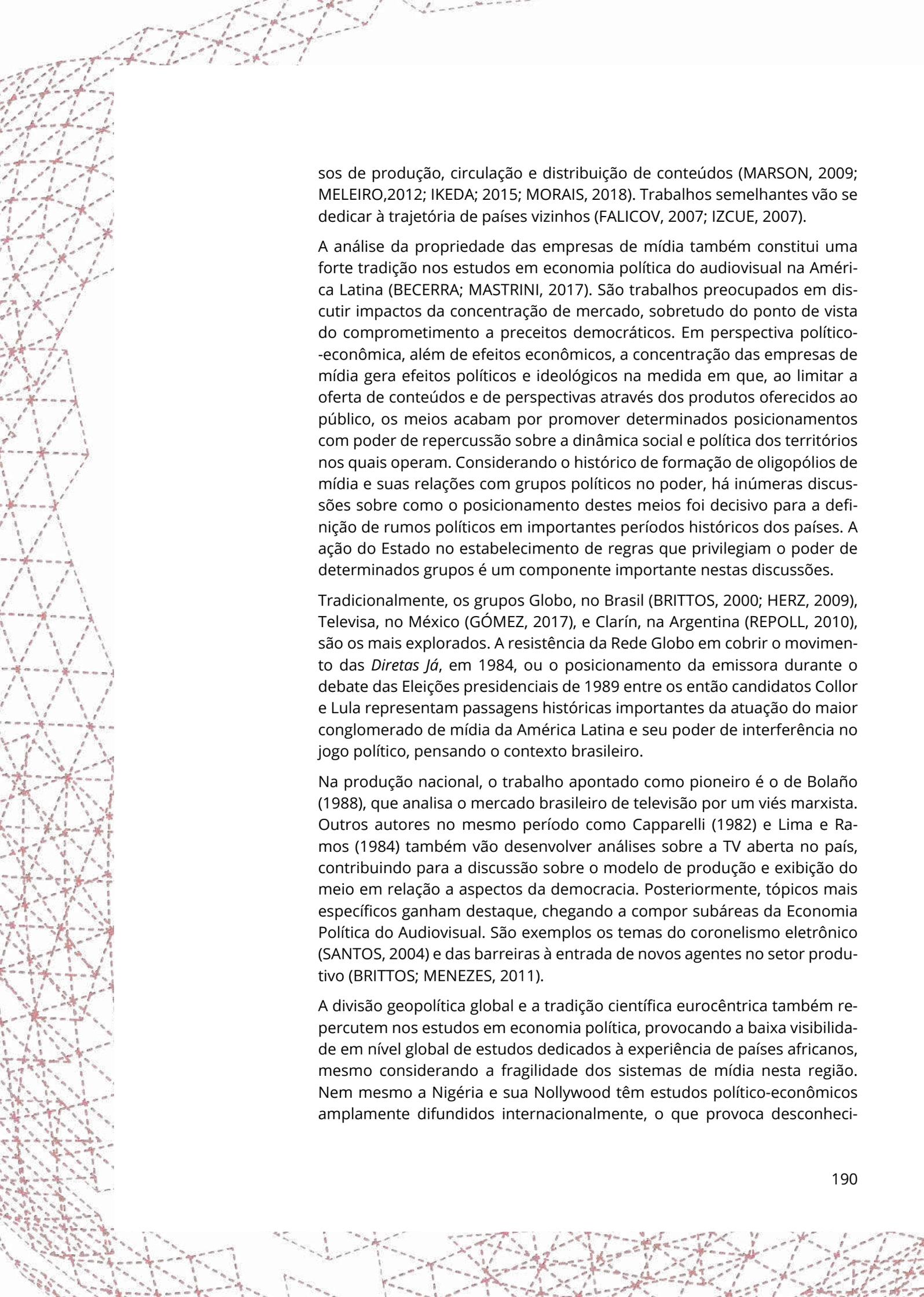


O protagonismo dos estados nacionais e subnacionais por meio de políticas de estímulo e fomento ao desenvolvimento de indústrias audiovisuais é outro tema de destaque. Estão incluídos trabalhos dedicados a experiências de financiamento estatal, sobretudo em países com tradição em política protecionista para o cinema e televisão como Alemanha (HICK, 2010), França (VANDERSCHULDEN, 2016) e Canadá (PENDAKUR, 1990). Projetos de políticas supranacionais também aparecem na literatura, com destaque para iniciativas envolvendo países da União Europeia (ALBORNOZ, 2016; CARVALHO, 1994).

Na América Latina, as análises em Economia Política da Comunicação dedicadas ao audiovisual carregam duas fortes tradições. No primeiro grupo estão os trabalhos dedicados aos sistemas de radiodifusão, cinema e TV por assinatura na perspectiva político-regulatória, alguns identificados como estudos em políticas de comunicação. Repercutindo o desenho de organização dos mercados de mídia na região, análises das experiências da Argentina (GONZÁLEZ; NICOLSI, 2017), Brasil (JAMBEIRO, 2001; MATTOS, 1990) e México (HUERTA-WONG; GOMEZ GARCIA, 2013) são as mais recorrentes.

Somam-se a essas análises, estudos comparativos sobre os sistemas de mídia em diferentes países, sobretudo membros do Mercosul e América do Sul (CAPPARELLI; RAMOS; SANTOS, 1998; JAMBEIRO, 2000). Além disso, muitos trabalhos vão refletir de modo conjunto a formatação das empresas e políticas de mídia na América Latina, o que é possível graças às similaridades no histórico de desenvolvimento industrial dos setores de mídia em países da região (GUERRERO; MÁRQUEZ-RAMÍREZ, 2017). Em alguns casos, estes estudos se configuram como reflexões sobre uma economia política da comunicação regional de modo mais amplo (BOLAÑO; MASTRINI; SIERRA, 2012). Outros trabalhos se voltam para os impactos da circulação de conteúdos latinos nos Estados Unidos enfatizando as estratégias de expansão industrial do setor (GÓMEZ, 2017).

Um nicho específico dos estudos político-econômicos do audiovisual em perspectiva político-regulatória se dedica à indústria cinematográfica. Na produção nacional, o trabalho pioneiro foi publicado por Anita Simis em 1996 (SIMIS, 2008), analisando o desenvolvimento do setor cinematográfico no Brasil do primeiro governo Vargas até o início da ditadura, nos anos 1960. Sua principal contribuição está em oferecer uma análise sobre o modelo em que se desenvolveu a produção cinematográfica nacional, construindo um panorama sobre as estruturas do setor, até então prioritariamente investigado por um viés historiográfico centrado nos cineastas e em seus filmes. A obra abriu caminho para uma série de trabalhos que vêm atualizando a discussão sobre indústria de cinema e estruturas do Estado, incluindo as relações de poder dos agentes produtivos, a integração dos mercados de audiovisual e o jogo de pressões para interferir nas regras de fomento, fiscalização e regulação estabelecidas para orientar os proces-



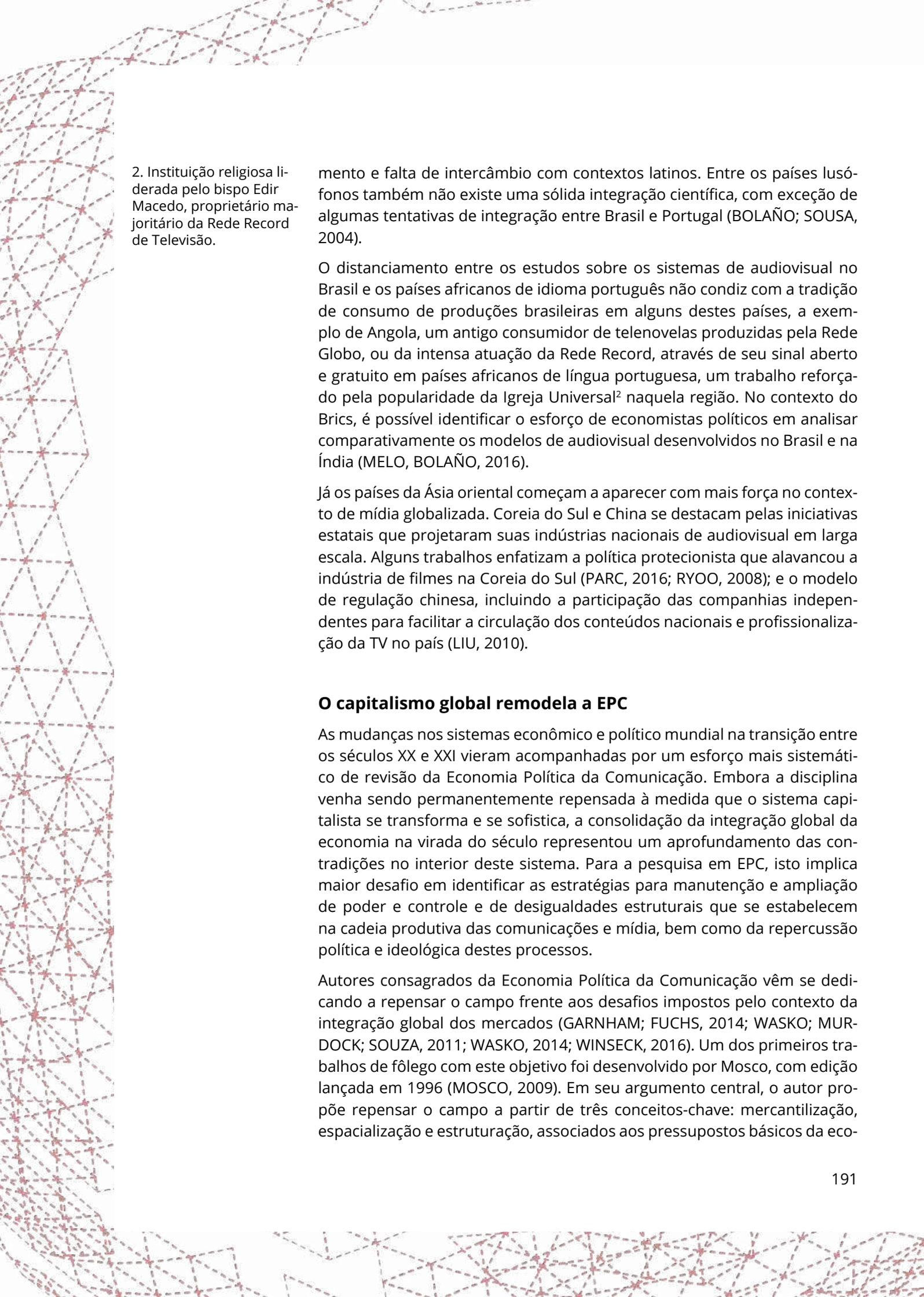
sos de produção, circulação e distribuição de conteúdos (MARSON, 2009; MELEIRO, 2012; IKEDA, 2015; MORAIS, 2018). Trabalhos semelhantes vão se dedicar à trajetória de países vizinhos (FALICOV, 2007; IZCUE, 2007).

A análise da propriedade das empresas de mídia também constitui uma forte tradição nos estudos em economia política do audiovisual na América Latina (BECERRA; MASTRINI, 2017). São trabalhos preocupados em discutir impactos da concentração de mercado, sobretudo do ponto de vista do comprometimento a preceitos democráticos. Em perspectiva político-econômica, além de efeitos econômicos, a concentração das empresas de mídia gera efeitos políticos e ideológicos na medida em que, ao limitar a oferta de conteúdos e de perspectivas através dos produtos oferecidos ao público, os meios acabam por promover determinados posicionamentos com poder de repercussão sobre a dinâmica social e política dos territórios nos quais operam. Considerando o histórico de formação de oligopólios de mídia e suas relações com grupos políticos no poder, há inúmeras discussões sobre como o posicionamento destes meios foi decisivo para a definição de rumos políticos em importantes períodos históricos dos países. A ação do Estado no estabelecimento de regras que privilegiam o poder de determinados grupos é um componente importante nestas discussões.

Tradicionalmente, os grupos Globo, no Brasil (BRITTOS, 2000; HERZ, 2009), Televisa, no México (GÓMEZ, 2017), e Clarín, na Argentina (RE POLL, 2010), são os mais explorados. A resistência da Rede Globo em cobrir o movimento das *Diretas Já*, em 1984, ou o posicionamento da emissora durante o debate das Eleições presidenciais de 1989 entre os então candidatos Collor e Lula representam passagens históricas importantes da atuação do maior conglomerado de mídia da América Latina e seu poder de interferência no jogo político, pensando o contexto brasileiro.

Na produção nacional, o trabalho apontado como pioneiro é o de Bolaño (1988), que analisa o mercado brasileiro de televisão por um viés marxista. Outros autores no mesmo período como Capparelli (1982) e Lima e Ramos (1984) também vão desenvolver análises sobre a TV aberta no país, contribuindo para a discussão sobre o modelo de produção e exibição do meio em relação a aspectos da democracia. Posteriormente, tópicos mais específicos ganham destaque, chegando a compor subáreas da Economia Política do Audiovisual. São exemplos os temas do coronelismo eletrônico (SANTOS, 2004) e das barreiras à entrada de novos agentes no setor produtivo (BRITTOS; MENEZES, 2011).

A divisão geopolítica global e a tradição científica eurocêntrica também repercutem nos estudos em economia política, provocando a baixa visibilidade em nível global de estudos dedicados à experiência de países africanos, mesmo considerando a fragilidade dos sistemas de mídia nesta região. Nem mesmo a Nigéria e sua Nollywood têm estudos político-econômicos amplamente difundidos internacionalmente, o que provoca desconheci-



2. Instituição religiosa liderada pelo bispo Edir Macedo, proprietário majoritário da Rede Record de Televisão.

mento e falta de intercâmbio com contextos latinos. Entre os países lusófonos também não existe uma sólida integração científica, com exceção de algumas tentativas de integração entre Brasil e Portugal (BOLAÑO; SOUSA, 2004).

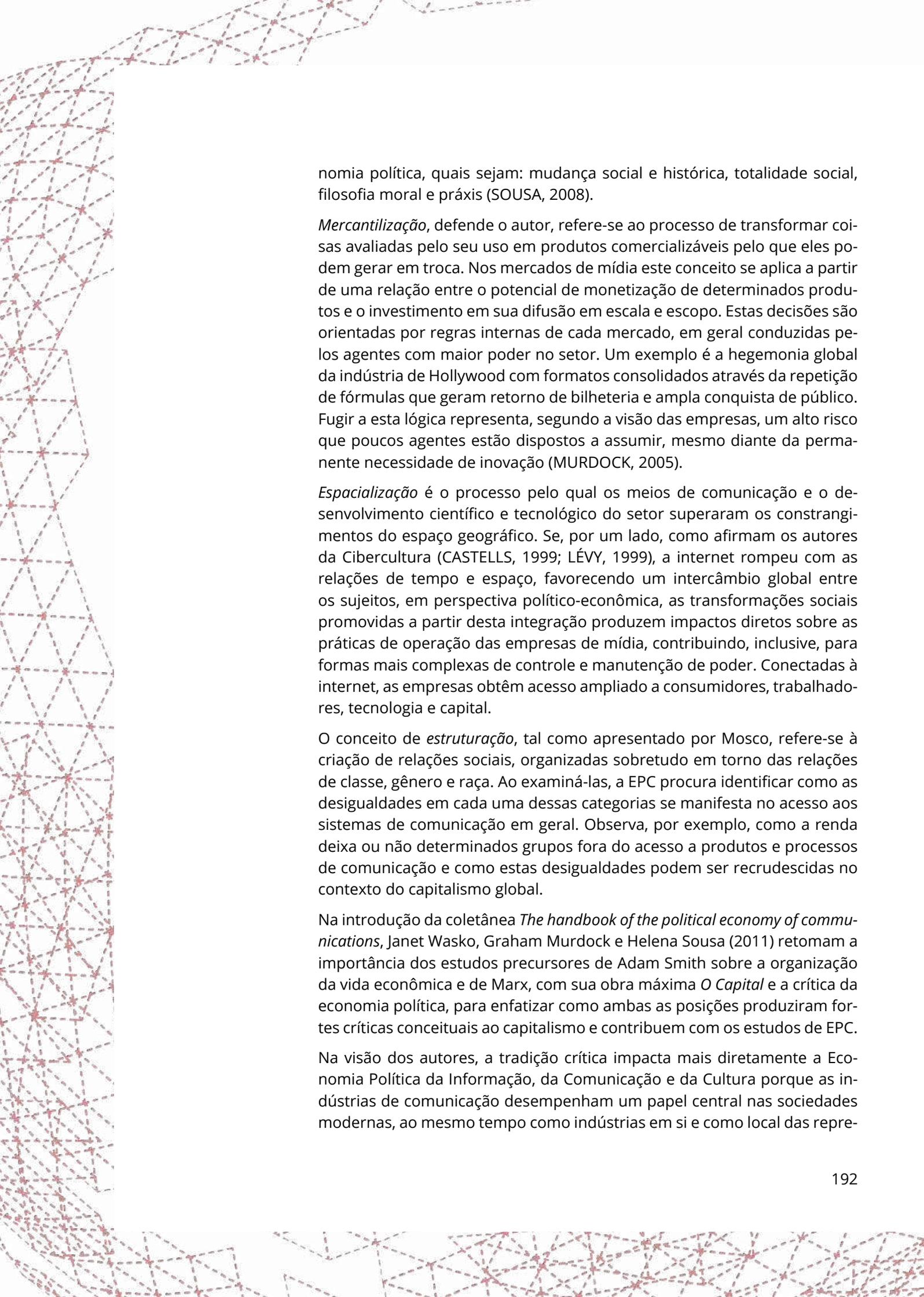
O distanciamento entre os estudos sobre os sistemas de audiovisual no Brasil e os países africanos de idioma português não condiz com a tradição de consumo de produções brasileiras em alguns destes países, a exemplo de Angola, um antigo consumidor de telenovelas produzidas pela Rede Globo, ou da intensa atuação da Rede Record, através de seu sinal aberto e gratuito em países africanos de língua portuguesa, um trabalho reforçado pela popularidade da Igreja Universal<sup>2</sup> naquela região. No contexto do Brics, é possível identificar o esforço de economistas políticos em analisar comparativamente os modelos de audiovisual desenvolvidos no Brasil e na Índia (MELO, BOLAÑO, 2016).

Já os países da Ásia oriental começam a aparecer com mais força no contexto de mídia globalizada. Coreia do Sul e China se destacam pelas iniciativas estatais que projetaram suas indústrias nacionais de audiovisual em larga escala. Alguns trabalhos enfatizam a política protecionista que alavancou a indústria de filmes na Coreia do Sul (PARC, 2016; RYOO, 2008); e o modelo de regulação chinesa, incluindo a participação das companhias independentes para facilitar a circulação dos conteúdos nacionais e profissionalização da TV no país (LIU, 2010).

### **O capitalismo global remodela a EPC**

As mudanças nos sistemas econômico e político mundial na transição entre os séculos XX e XXI vieram acompanhadas por um esforço mais sistemático de revisão da Economia Política da Comunicação. Embora a disciplina venha sendo permanentemente repensada à medida que o sistema capitalista se transforma e se sofisticava, a consolidação da integração global da economia na virada do século representou um aprofundamento das contradições no interior deste sistema. Para a pesquisa em EPC, isto implica maior desafio em identificar as estratégias para manutenção e ampliação de poder e controle e de desigualdades estruturais que se estabelecem na cadeia produtiva das comunicações e mídia, bem como da repercussão política e ideológica destes processos.

Autores consagrados da Economia Política da Comunicação vêm se dedicando a repensar o campo frente aos desafios impostos pelo contexto da integração global dos mercados (GARNHAM; FUCHS, 2014; WASKO; MURDOCK; SOUZA, 2011; WASKO, 2014; WINSECK, 2016). Um dos primeiros trabalhos de fôlego com este objetivo foi desenvolvido por Mosco, com edição lançada em 1996 (MOSCO, 2009). Em seu argumento central, o autor propõe repensar o campo a partir de três conceitos-chave: mercantilização, espacialização e estruturação, associados aos pressupostos básicos da eco-



nomia política, quais sejam: mudança social e histórica, totalidade social, filosofia moral e práxis (SOUSA, 2008).

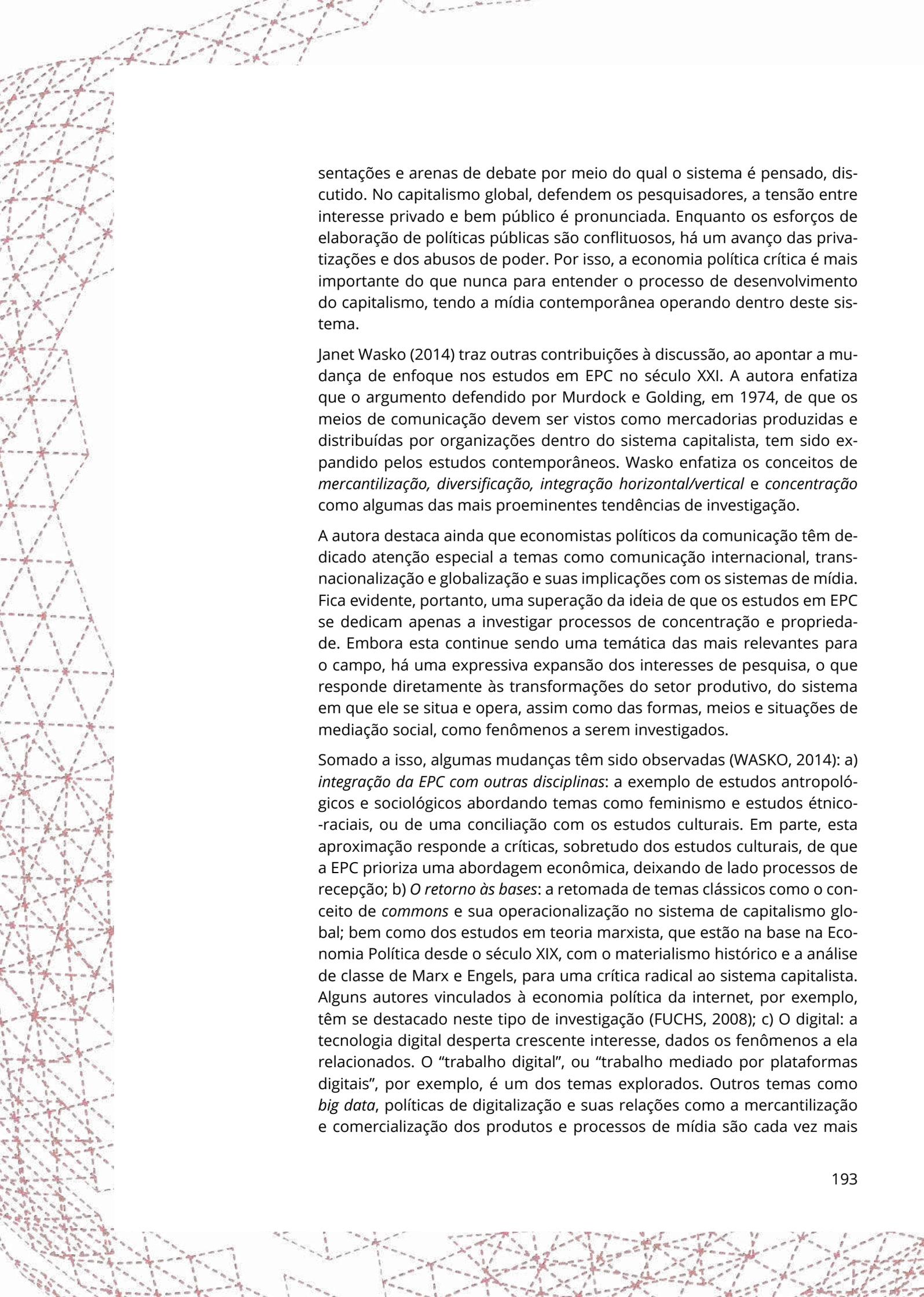
*Mercantilização*, defende o autor, refere-se ao processo de transformar coisas avaliadas pelo seu uso em produtos comercializáveis pelo que eles podem gerar em troca. Nos mercados de mídia este conceito se aplica a partir de uma relação entre o potencial de monetização de determinados produtos e o investimento em sua difusão em escala e escopo. Estas decisões são orientadas por regras internas de cada mercado, em geral conduzidas pelos agentes com maior poder no setor. Um exemplo é a hegemonia global da indústria de Hollywood com formatos consolidados através da repetição de fórmulas que geram retorno de bilheteria e ampla conquista de público. Fugir a esta lógica representa, segundo a visão das empresas, um alto risco que poucos agentes estão dispostos a assumir, mesmo diante da permanente necessidade de inovação (MURDOCK, 2005).

*Espacialização* é o processo pelo qual os meios de comunicação e o desenvolvimento científico e tecnológico do setor superaram os constrangimentos do espaço geográfico. Se, por um lado, como afirmam os autores da Cibercultura (CASTELLS, 1999; LÉVY, 1999), a internet rompeu com as relações de tempo e espaço, favorecendo um intercâmbio global entre os sujeitos, em perspectiva político-econômica, as transformações sociais promovidas a partir desta integração produzem impactos diretos sobre as práticas de operação das empresas de mídia, contribuindo, inclusive, para formas mais complexas de controle e manutenção de poder. Conectadas à internet, as empresas obtêm acesso ampliado a consumidores, trabalhadores, tecnologia e capital.

O conceito de *estruturação*, tal como apresentado por Mosco, refere-se à criação de relações sociais, organizadas sobretudo em torno das relações de classe, gênero e raça. Ao examiná-las, a EPC procura identificar como as desigualdades em cada uma dessas categorias se manifesta no acesso aos sistemas de comunicação em geral. Observa, por exemplo, como a renda deixa ou não determinados grupos fora do acesso a produtos e processos de comunicação e como estas desigualdades podem ser recrudescidas no contexto do capitalismo global.

Na introdução da coletânea *The handbook of the political economy of communications*, Janet Wasko, Graham Murdock e Helena Sousa (2011) retomam a importância dos estudos precursores de Adam Smith sobre a organização da vida econômica e de Marx, com sua obra máxima *O Capital* e a crítica da economia política, para enfatizar como ambas as posições produziram fortes críticas conceituais ao capitalismo e contribuem com os estudos de EPC.

Na visão dos autores, a tradição crítica impacta mais diretamente a Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura porque as indústrias de comunicação desempenham um papel central nas sociedades modernas, ao mesmo tempo como indústrias em si e como local das repre-

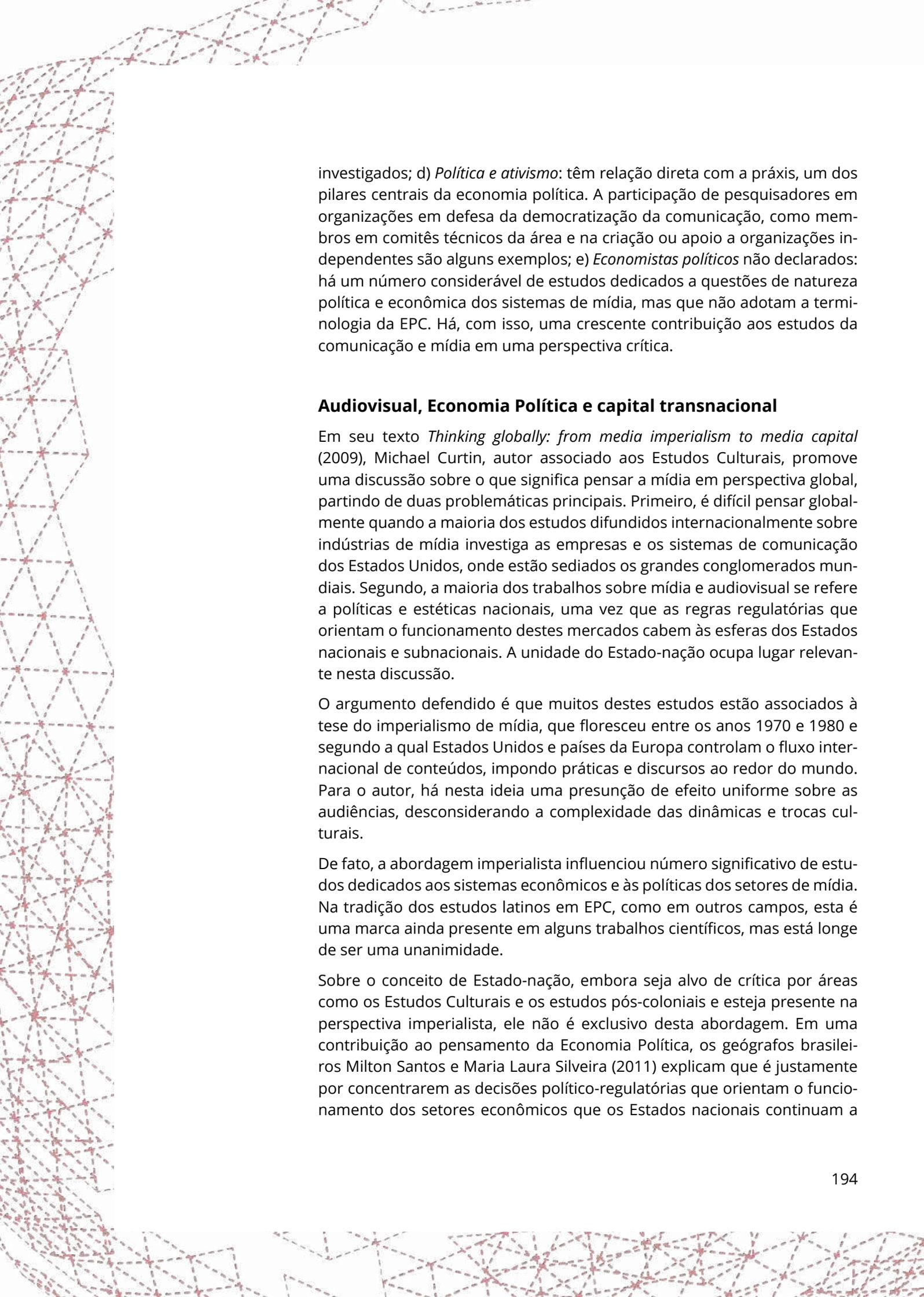


sentações e arenas de debate por meio do qual o sistema é pensado, discutido. No capitalismo global, defendem os pesquisadores, a tensão entre interesse privado e bem público é pronunciada. Enquanto os esforços de elaboração de políticas públicas são conflituosos, há um avanço das privatizações e dos abusos de poder. Por isso, a economia política crítica é mais importante do que nunca para entender o processo de desenvolvimento do capitalismo, tendo a mídia contemporânea operando dentro deste sistema.

Janet Wasko (2014) traz outras contribuições à discussão, ao apontar a mudança de enfoque nos estudos em EPC no século XXI. A autora enfatiza que o argumento defendido por Murdock e Golding, em 1974, de que os meios de comunicação devem ser vistos como mercadorias produzidas e distribuídas por organizações dentro do sistema capitalista, tem sido expandido pelos estudos contemporâneos. Wasko enfatiza os conceitos de *mercantilização*, *diversificação*, *integração horizontal/vertical* e *concentração* como algumas das mais proeminentes tendências de investigação.

A autora destaca ainda que economistas políticos da comunicação têm dedicado atenção especial a temas como comunicação internacional, transnacionalização e globalização e suas implicações com os sistemas de mídia. Fica evidente, portanto, uma superação da ideia de que os estudos em EPC se dedicam apenas a investigar processos de concentração e propriedade. Embora esta continue sendo uma temática das mais relevantes para o campo, há uma expressiva expansão dos interesses de pesquisa, o que responde diretamente às transformações do setor produtivo, do sistema em que ele se situa e opera, assim como das formas, meios e situações de mediação social, como fenômenos a serem investigados.

Somado a isso, algumas mudanças têm sido observadas (WASKO, 2014): a) *integração da EPC com outras disciplinas*: a exemplo de estudos antropológicos e sociológicos abordando temas como feminismo e estudos étnico-raciais, ou de uma conciliação com os estudos culturais. Em parte, esta aproximação responde a críticas, sobretudo dos estudos culturais, de que a EPC prioriza uma abordagem econômica, deixando de lado processos de recepção; b) *O retorno às bases*: a retomada de temas clássicos como o conceito de *commons* e sua operacionalização no sistema de capitalismo global; bem como dos estudos em teoria marxista, que estão na base na Economia Política desde o século XIX, com o materialismo histórico e a análise de classe de Marx e Engels, para uma crítica radical ao sistema capitalista. Alguns autores vinculados à economia política da internet, por exemplo, têm se destacado neste tipo de investigação (FUCHS, 2008); c) *O digital*: a tecnologia digital desperta crescente interesse, dados os fenômenos a ela relacionados. O “trabalho digital”, ou “trabalho mediado por plataformas digitais”, por exemplo, é um dos temas explorados. Outros temas como *big data*, políticas de digitalização e suas relações como a mercantilização e comercialização dos produtos e processos de mídia são cada vez mais



investigados; d) *Política e ativismo*: têm relação direta com a práxis, um dos pilares centrais da economia política. A participação de pesquisadores em organizações em defesa da democratização da comunicação, como membros em comitês técnicos da área e na criação ou apoio a organizações independentes são alguns exemplos; e) *Economistas políticos* não declarados: há um número considerável de estudos dedicados a questões de natureza política e econômica dos sistemas de mídia, mas que não adotam a terminologia da EPC. Há, com isso, uma crescente contribuição aos estudos da comunicação e mídia em uma perspectiva crítica.

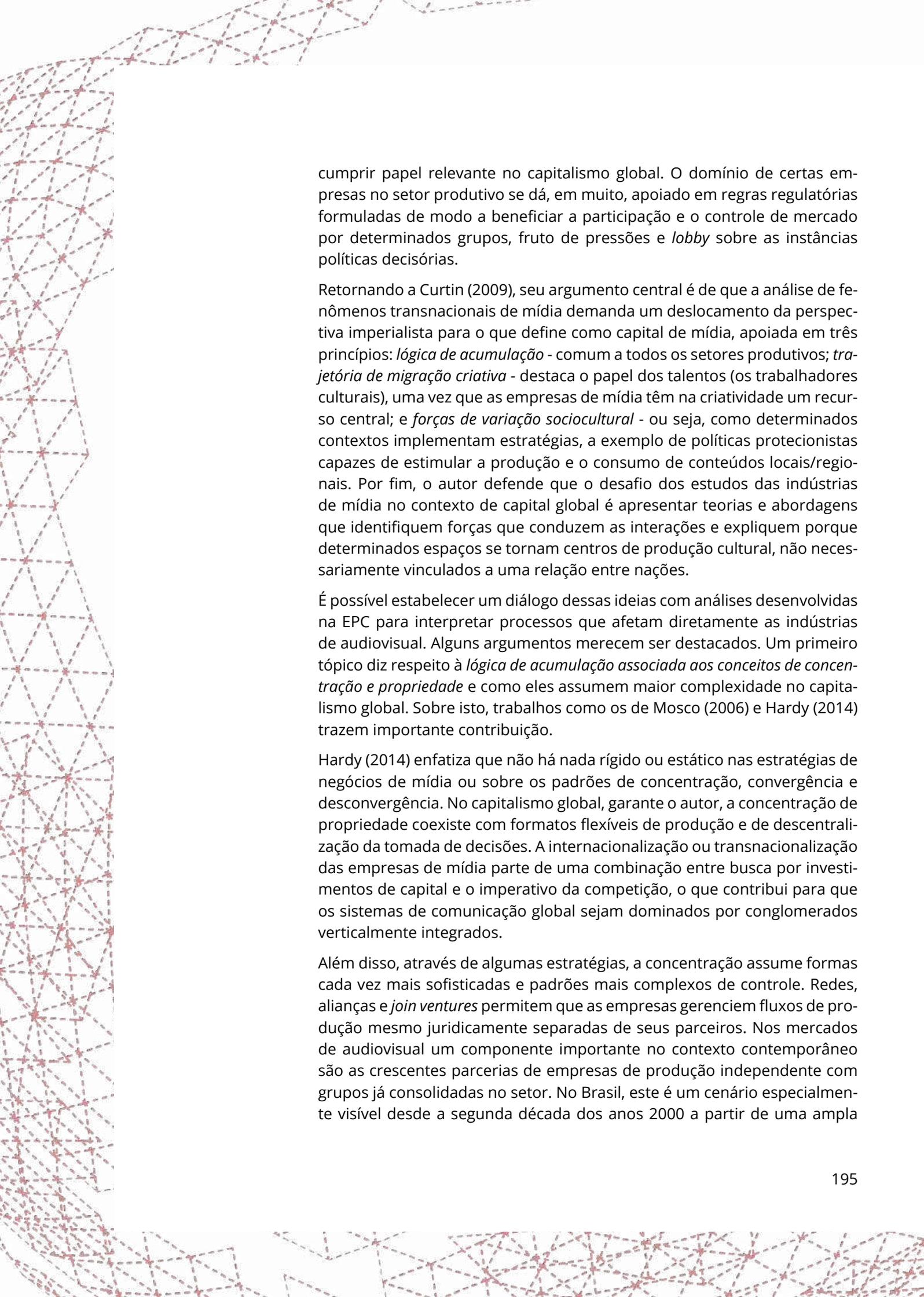
### **Audiovisual, Economia Política e capital transnacional**

Em seu texto *Thinking globally: from media imperialism to media capital* (2009), Michael Curtin, autor associado aos Estudos Culturais, promove uma discussão sobre o que significa pensar a mídia em perspectiva global, partindo de duas problemáticas principais. Primeiro, é difícil pensar globalmente quando a maioria dos estudos difundidos internacionalmente sobre indústrias de mídia investiga as empresas e os sistemas de comunicação dos Estados Unidos, onde estão sediados os grandes conglomerados mundiais. Segundo, a maioria dos trabalhos sobre mídia e audiovisual se refere a políticas e estéticas nacionais, uma vez que as regras regulatórias que orientam o funcionamento destes mercados cabem às esferas dos Estados nacionais e subnacionais. A unidade do Estado-nação ocupa lugar relevante nesta discussão.

O argumento defendido é que muitos destes estudos estão associados à tese do imperialismo de mídia, que floresceu entre os anos 1970 e 1980 e segundo a qual Estados Unidos e países da Europa controlam o fluxo internacional de conteúdos, impondo práticas e discursos ao redor do mundo. Para o autor, há nesta ideia uma presunção de efeito uniforme sobre as audiências, desconsiderando a complexidade das dinâmicas e trocas culturais.

De fato, a abordagem imperialista influenciou número significativo de estudos dedicados aos sistemas econômicos e às políticas dos setores de mídia. Na tradição dos estudos latinos em EPC, como em outros campos, esta é uma marca ainda presente em alguns trabalhos científicos, mas está longe de ser uma unanimidade.

Sobre o conceito de Estado-nação, embora seja alvo de crítica por áreas como os Estudos Culturais e os estudos pós-coloniais e esteja presente na perspectiva imperialista, ele não é exclusivo desta abordagem. Em uma contribuição ao pensamento da Economia Política, os geógrafos brasileiros Milton Santos e Maria Laura Silveira (2011) explicam que é justamente por concentrarem as decisões político-regulatórias que orientam o funcionamento dos setores econômicos que os Estados nacionais continuam a



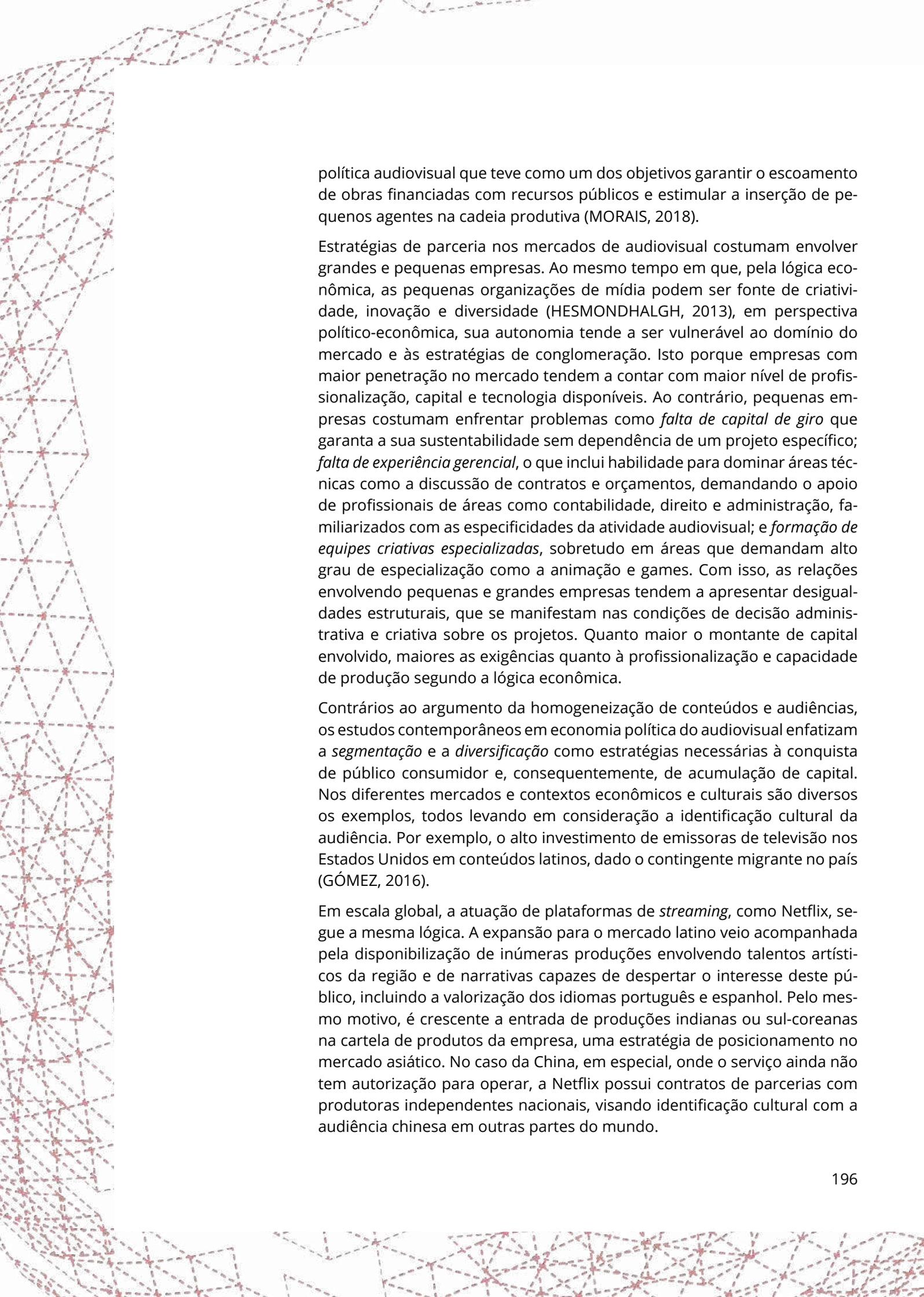
cumprir papel relevante no capitalismo global. O domínio de certas empresas no setor produtivo se dá, em muito, apoiado em regras regulatórias formuladas de modo a beneficiar a participação e o controle de mercado por determinados grupos, fruto de pressões e *lobby* sobre as instâncias políticas decisórias.

Retornando a Curtin (2009), seu argumento central é de que a análise de fenômenos transnacionais de mídia demanda um deslocamento da perspectiva imperialista para o que define como capital de mídia, apoiada em três princípios: *lógica de acumulação* - comum a todos os setores produtivos; *trajetória de migração criativa* - destaca o papel dos talentos (os trabalhadores culturais), uma vez que as empresas de mídia têm na criatividade um recurso central; e *forças de variação sociocultural* - ou seja, como determinados contextos implementam estratégias, a exemplo de políticas protecionistas capazes de estimular a produção e o consumo de conteúdos locais/regionais. Por fim, o autor defende que o desafio dos estudos das indústrias de mídia no contexto de capital global é apresentar teorias e abordagens que identifiquem forças que conduzem as interações e expliquem porque determinados espaços se tornam centros de produção cultural, não necessariamente vinculados a uma relação entre nações.

É possível estabelecer um diálogo dessas ideias com análises desenvolvidas na EPC para interpretar processos que afetam diretamente as indústrias de audiovisual. Alguns argumentos merecem ser destacados. Um primeiro tópico diz respeito à *lógica de acumulação associada aos conceitos de concentração e propriedade* e como eles assumem maior complexidade no capitalismo global. Sobre isto, trabalhos como os de Mosco (2006) e Hardy (2014) trazem importante contribuição.

Hardy (2014) enfatiza que não há nada rígido ou estático nas estratégias de negócios de mídia ou sobre os padrões de concentração, convergência e desconvergência. No capitalismo global, garante o autor, a concentração de propriedade coexiste com formatos flexíveis de produção e de descentralização da tomada de decisões. A internacionalização ou transnacionalização das empresas de mídia parte de uma combinação entre busca por investimentos de capital e o imperativo da competição, o que contribui para que os sistemas de comunicação global sejam dominados por conglomerados verticalmente integrados.

Além disso, através de algumas estratégias, a concentração assume formas cada vez mais sofisticadas e padrões mais complexos de controle. Redes, alianças e *join ventures* permitem que as empresas gerenciem fluxos de produção mesmo juridicamente separadas de seus parceiros. Nos mercados de audiovisual um componente importante no contexto contemporâneo são as crescentes parcerias de empresas de produção independente com grupos já consolidadas no setor. No Brasil, este é um cenário especialmente visível desde a segunda década dos anos 2000 a partir de uma ampla



política audiovisual que teve como um dos objetivos garantir o escoamento de obras financiadas com recursos públicos e estimular a inserção de pequenos agentes na cadeia produtiva (MORAIS, 2018).

Estratégias de parceria nos mercados de audiovisual costumam envolver grandes e pequenas empresas. Ao mesmo tempo em que, pela lógica econômica, as pequenas organizações de mídia podem ser fonte de criatividade, inovação e diversidade (HESMONDHALGH, 2013), em perspectiva político-econômica, sua autonomia tende a ser vulnerável ao domínio do mercado e às estratégias de conglomeração. Isto porque empresas com maior penetração no mercado tendem a contar com maior nível de profissionalização, capital e tecnologia disponíveis. Ao contrário, pequenas empresas costumam enfrentar problemas como *falta de capital de giro* que garanta a sua sustentabilidade sem dependência de um projeto específico; *falta de experiência gerencial*, o que inclui habilidade para dominar áreas técnicas como a discussão de contratos e orçamentos, demandando o apoio de profissionais de áreas como contabilidade, direito e administração, familiarizados com as especificidades da atividade audiovisual; e *formação de equipes criativas especializadas*, sobretudo em áreas que demandam alto grau de especialização como a animação e games. Com isso, as relações envolvendo pequenas e grandes empresas tendem a apresentar desigualdades estruturais, que se manifestam nas condições de decisão administrativa e criativa sobre os projetos. Quanto maior o montante de capital envolvido, maiores as exigências quanto à profissionalização e capacidade de produção segundo a lógica econômica.

Contrários ao argumento da homogeneização de conteúdos e audiências, os estudos contemporâneos em economia política do audiovisual enfatizam a *segmentação* e a *diversificação* como estratégias necessárias à conquista de público consumidor e, conseqüentemente, de acumulação de capital. Nos diferentes mercados e contextos econômicos e culturais são diversos os exemplos, todos levando em consideração a identificação cultural da audiência. Por exemplo, o alto investimento de emissoras de televisão nos Estados Unidos em conteúdos latinos, dado o contingente migrante no país (GÓMEZ, 2016).

Em escala global, a atuação de plataformas de *streaming*, como Netflix, segue a mesma lógica. A expansão para o mercado latino veio acompanhada pela disponibilização de inúmeras produções envolvendo talentos artísticos da região e de narrativas capazes de despertar o interesse deste público, incluindo a valorização dos idiomas português e espanhol. Pelo mesmo motivo, é crescente a entrada de produções indianas ou sul-coreanas na cartela de produtos da empresa, uma estratégia de posicionamento no mercado asiático. No caso da China, em especial, onde o serviço ainda não tem autorização para operar, a Netflix possui contratos de parcerias com produtoras independentes nacionais, visando identificação cultural com a audiência chinesa em outras partes do mundo.



3. O *Globo Play* tem incluído gradativamente em sua cartela telenovelas consagradas no canal aberto. Alguns exemplos recentes são *A Favorita* (João Emanuel Carneiro, 2008), *Tieta* (Aguinaldo Silva, 1989), *Explode Coração* (Glória Perez, 1995) e *Vale Tudo* (Gilberto Braga, 1988), o que tem sido associado ao aumento do número de assinantes da plataforma.

4. A exemplo de *The Big Bang Theory*; *The Handmaid's Tale* e *House*, dentre outras obras.

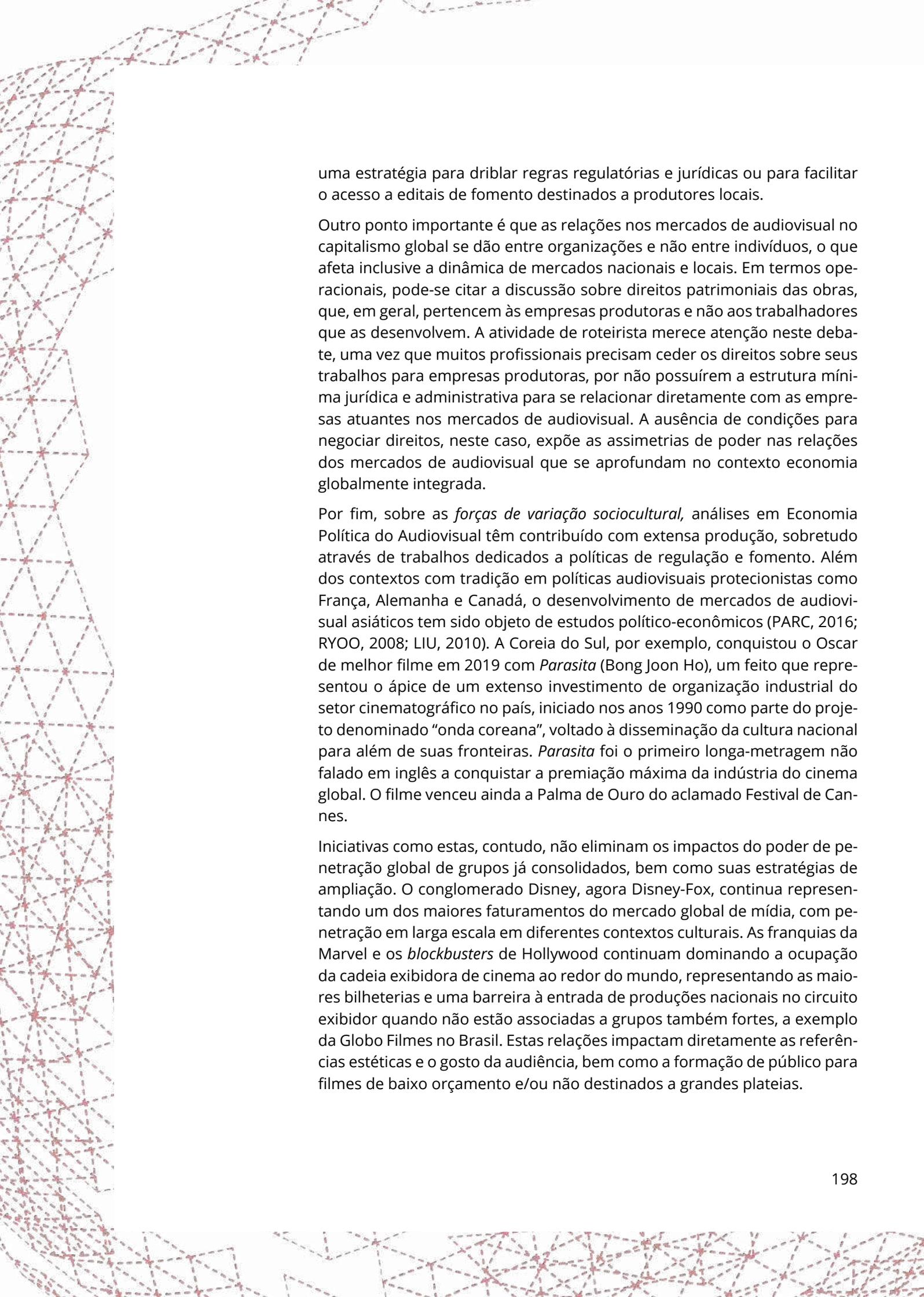
5. Produções como *Sessão de Terapia* (Selton Melo, 2012), *Arcanjo Renegado* (Heithor Dhalia, 2020) e *Todas as mulheres do mundo* (Jorge Furtado, Janaína Fischer, 2020) ilustram esta estratégia.

Isto não significa que a diversificação iniba a lógica econômica segundo a qual escapar a fórmulas já consolidadas represente um alto risco. Pelo contrário, análises em economia política discutem como as dinâmicas de massificação e segmentação estão relacionadas. Os conceitos de escala (produzir mais do mesmo para audiências mais amplas) e escopo (variações de um produto para alcançar outros mercados consumidores) da economia neoclássica orientam esta lógica. Por isso, o crescente investimento em formatos testados em diferentes mercados e que podem ser adaptados segundo características culturais de audiências (a exemplo de reality shows conhecidos mundialmente como *Big Brother*, *The Voice*, *Master Chef*); nas histórias de super heróis da Marvel e DC Comics; nos enredos policiais para filmes e séries de TV (a exemplo de investimentos da Globo Filmes), para citar alguns casos.

Quanto maior o tamanho e a capacidade produtiva das empresas, mais chances de arriscar e de testar novos produtos. No Brasil, esta é uma estratégia do grupo Globo através do seu canal de streaming *Globo Play*, voltado para públicos mais segmentados. Enquanto o canal na TV aberta recorre a formatos de entretenimento mais seguros do ponto de vista comercial - e as equipes criativas (sobretudo autores e diretores) são peças centrais - a plataforma digital opera com maior espaço para experimentação de novos diretores, novos formatos, bem como para a sofisticação de narrativas seriadas. Enquanto a telenovela continua sendo o produto central de ficção seriada na TV Aberta, o *Globo Play* mescla telenovelas de grande sucesso exibidas na rede aberta<sup>3</sup> com séries de sucesso internacional<sup>4</sup> e produções nacionais inéditas, uma estratégia que aproveita suas equipes criativas, seu know-how de produção e seu posicionamento de mercado para avançar no crescente mercado de *streaming*<sup>5</sup>.

Quanto à *trajetória de migração criativa* apontada por Curtin (2009), a economia política do audiovisual pode contribuir ao sinalizar aspectos como os conflitos e contradições envolvendo aspectos criativos e gerenciais da produção e distribuição de conteúdos. De fato, a integração global estimulou o intercâmbio e o trânsito intercontinental de trabalhadores culturais atuantes em produções de mídia, bem como a projeção de seus trabalhos em larga escala. Contudo, no capitalismo transnacional, o criativo está subordinado ao empresarial, o que traz implicações para a movimentação e autonomia de profissionais nestas atividades.

Uma primeira observação se refere à busca de novos profissionais, em diferentes partes, como uma estratégia das empresas de mídia para superar constrangimentos de ordem regulatória, econômica, cultural, dentre outros (HARDY, 2014). A contratação de artistas e de equipe técnica para atuar em produções audiovisuais em locais mais afastados das sedes dos grandes centros produtores pode representar, por exemplo, redução de custos para as empresas de mídia e aproximação com determinadas comunidades. Do mesmo modo, parcerias com empresas locais pode ser

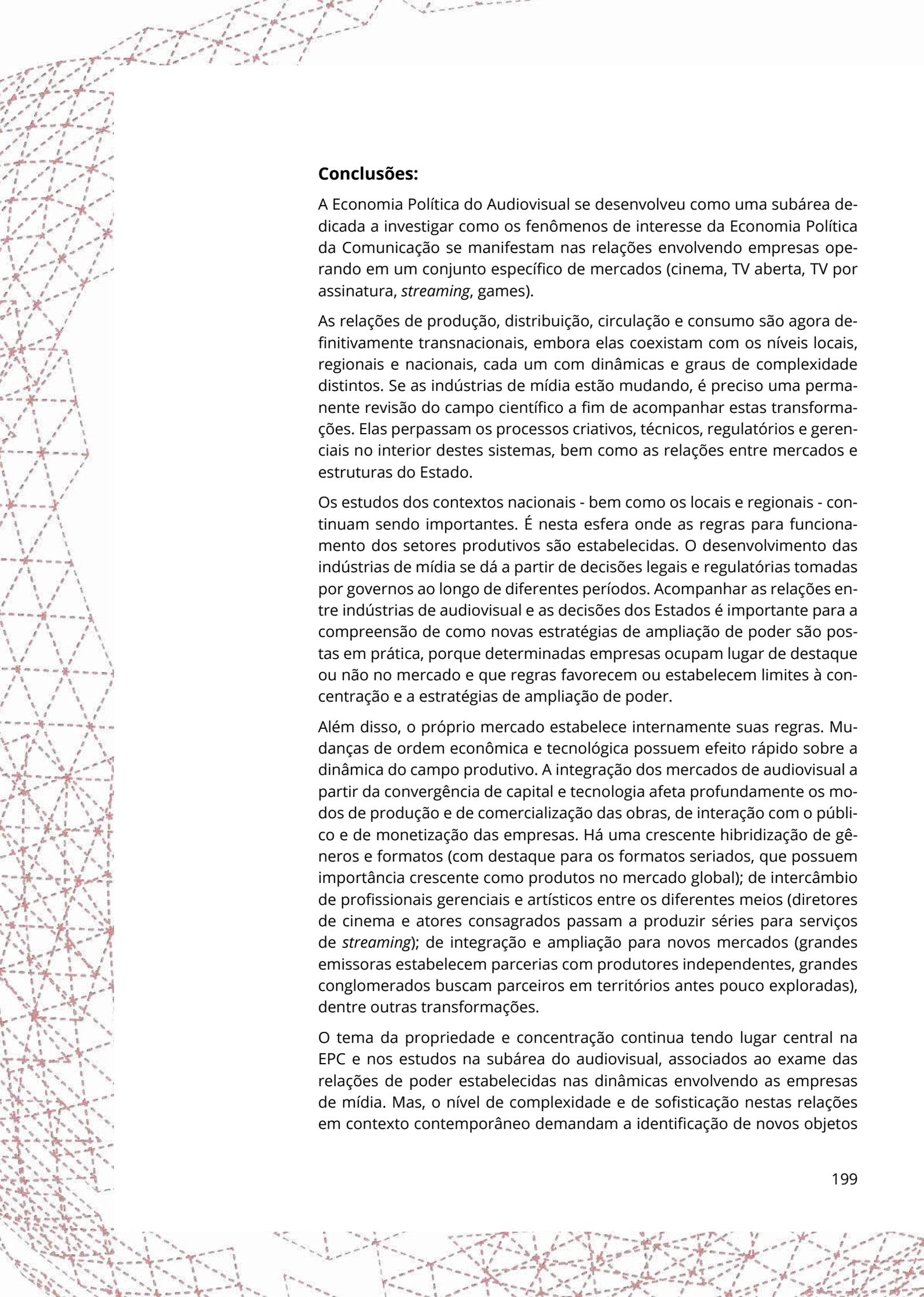


uma estratégia para driblar regras regulatórias e jurídicas ou para facilitar o acesso a editais de fomento destinados a produtores locais.

Outro ponto importante é que as relações nos mercados de audiovisual no capitalismo global se dão entre organizações e não entre indivíduos, o que afeta inclusive a dinâmica de mercados nacionais e locais. Em termos operacionais, pode-se citar a discussão sobre direitos patrimoniais das obras, que, em geral, pertencem às empresas produtoras e não aos trabalhadores que as desenvolvem. A atividade de roteirista merece atenção neste debate, uma vez que muitos profissionais precisam ceder os direitos sobre seus trabalhos para empresas produtoras, por não possuírem a estrutura mínima jurídica e administrativa para se relacionar diretamente com as empresas atuantes nos mercados de audiovisual. A ausência de condições para negociar direitos, neste caso, expõe as assimetrias de poder nas relações dos mercados de audiovisual que se aprofundam no contexto economia globalmente integrada.

Por fim, sobre as *forças de variação sociocultural*, análises em Economia Política do Audiovisual têm contribuído com extensa produção, sobretudo através de trabalhos dedicados a políticas de regulação e fomento. Além dos contextos com tradição em políticas audiovisuais protecionistas como França, Alemanha e Canadá, o desenvolvimento de mercados de audiovisual asiáticos tem sido objeto de estudos político-econômicos (PARC, 2016; RYOO, 2008; LIU, 2010). A Coreia do Sul, por exemplo, conquistou o Oscar de melhor filme em 2019 com *Parasita* (Bong Joon Ho), um feito que representou o ápice de um extenso investimento de organização industrial do setor cinematográfico no país, iniciado nos anos 1990 como parte do projeto denominado “onda coreana”, voltado à disseminação da cultura nacional para além de suas fronteiras. *Parasita* foi o primeiro longa-metragem não falado em inglês a conquistar a premiação máxima da indústria do cinema global. O filme venceu ainda a Palma de Ouro do aclamado Festival de Cannes.

Iniciativas como estas, contudo, não eliminam os impactos do poder de penetração global de grupos já consolidados, bem como suas estratégias de ampliação. O conglomerado Disney, agora Disney-Fox, continua representando um dos maiores faturamentos do mercado global de mídia, com penetração em larga escala em diferentes contextos culturais. As franquias da Marvel e os *blockbusters* de Hollywood continuam dominando a ocupação da cadeia exibidora de cinema ao redor do mundo, representando as maiores bilheterias e uma barreira à entrada de produções nacionais no circuito exibidor quando não estão associadas a grupos também fortes, a exemplo da Globo Filmes no Brasil. Estas relações impactam diretamente as referências estéticas e o gosto da audiência, bem como a formação de público para filmes de baixo orçamento e/ou não destinados a grandes plateias.



## Conclusões:

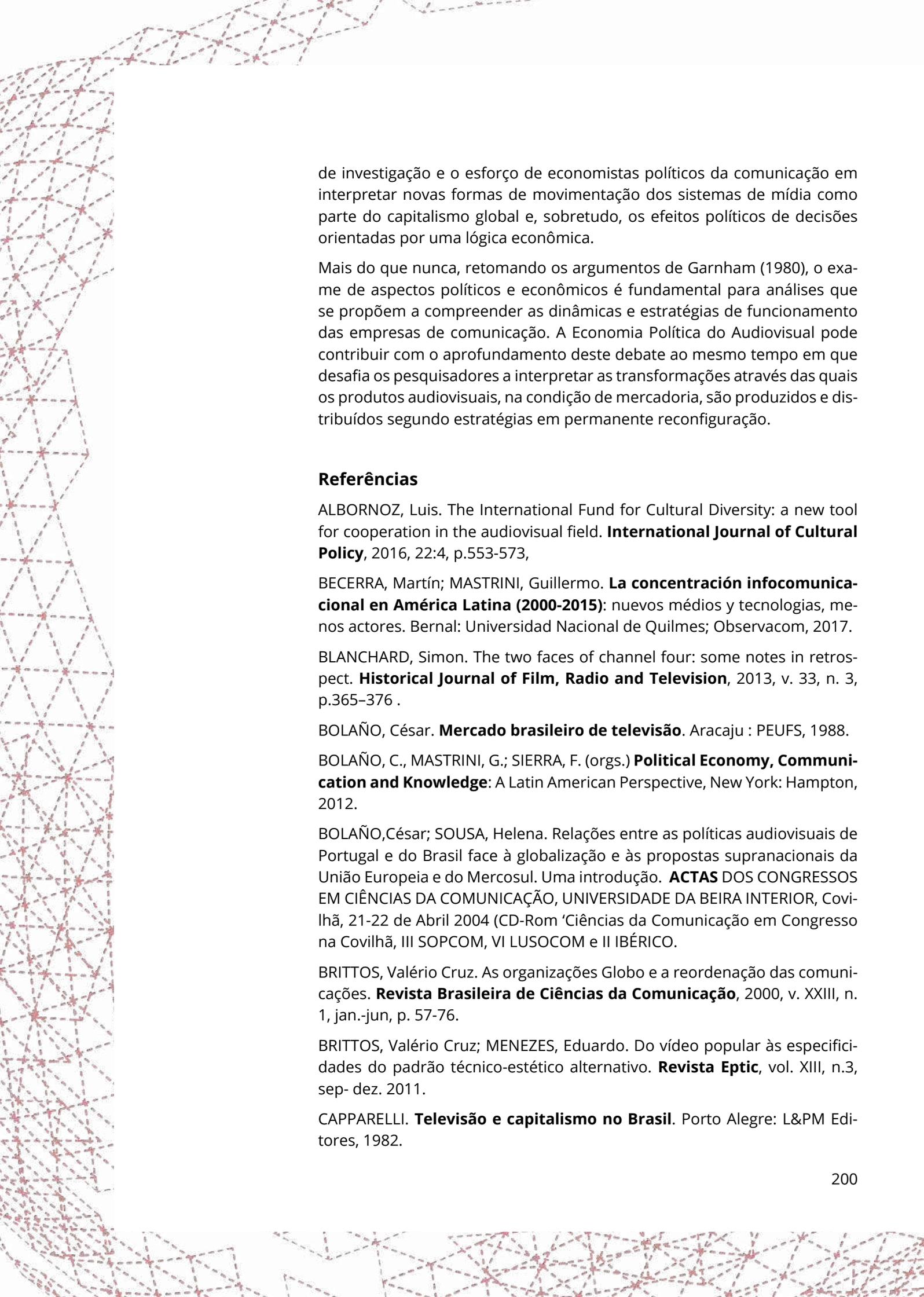
A Economia Política do Audiovisual se desenvolveu como uma subárea dedicada a investigar como os fenômenos de interesse da Economia Política da Comunicação se manifestam nas relações envolvendo empresas operando em um conjunto específico de mercados (cinema, TV aberta, TV por assinatura, *streaming*, games).

As relações de produção, distribuição, circulação e consumo são agora definitivamente transnacionais, embora elas coexistam com os níveis locais, regionais e nacionais, cada um com dinâmicas e graus de complexidade distintos. Se as indústrias de mídia estão mudando, é preciso uma permanente revisão do campo científico a fim de acompanhar estas transformações. Elas perpassam os processos criativos, técnicos, regulatórios e gerenciais no interior destes sistemas, bem como as relações entre mercados e estruturas do Estado.

Os estudos dos contextos nacionais - bem como os locais e regionais - continuam sendo importantes. É nesta esfera onde as regras para funcionamento dos setores produtivos são estabelecidas. O desenvolvimento das indústrias de mídia se dá a partir de decisões legais e regulatórias tomadas por governos ao longo de diferentes períodos. Acompanhar as relações entre indústrias de audiovisual e as decisões dos Estados é importante para a compreensão de como novas estratégias de ampliação de poder são postas em prática, porque determinadas empresas ocupam lugar de destaque ou não no mercado e que regras favorecem ou estabelecem limites à concentração e a estratégias de ampliação de poder.

Além disso, o próprio mercado estabelece internamente suas regras. Mudanças de ordem econômica e tecnológica possuem efeito rápido sobre a dinâmica do campo produtivo. A integração dos mercados de audiovisual a partir da convergência de capital e tecnologia afeta profundamente os modos de produção e de comercialização das obras, de interação com o público e de monetização das empresas. Há uma crescente hibridização de gêneros e formatos (com destaque para os formatos seriados, que possuem importância crescente como produtos no mercado global); de intercâmbio de profissionais gerenciais e artísticos entre os diferentes meios (diretores de cinema e atores consagrados passam a produzir séries para serviços de *streaming*); de integração e ampliação para novos mercados (grandes emissoras estabelecem parcerias com produtores independentes, grandes conglomerados buscam parceiros em territórios antes pouco exploradas), dentre outras transformações.

O tema da propriedade e concentração continua tendo lugar central na EPC e nos estudos na subárea do audiovisual, associados ao exame das relações de poder estabelecidas nas dinâmicas envolvendo as empresas de mídia. Mas, o nível de complexidade e de sofisticação nestas relações em contexto contemporâneo demandam a identificação de novos objetos



de investigação e o esforço de economistas políticos da comunicação em interpretar novas formas de movimentação dos sistemas de mídia como parte do capitalismo global e, sobretudo, os efeitos políticos de decisões orientadas por uma lógica econômica.

Mais do que nunca, retomando os argumentos de Garnham (1980), o exame de aspectos políticos e econômicos é fundamental para análises que se propõem a compreender as dinâmicas e estratégias de funcionamento das empresas de comunicação. A Economia Política do Audiovisual pode contribuir com o aprofundamento deste debate ao mesmo tempo em que desafia os pesquisadores a interpretar as transformações através das quais os produtos audiovisuais, na condição de mercadoria, são produzidos e distribuídos segundo estratégias em permanente reconfiguração.

### Referências

ALBORNOZ, Luis. The International Fund for Cultural Diversity: a new tool for cooperation in the audiovisual field. **International Journal of Cultural Policy**, 2016, 22:4, p.553-573,

BECERRA, Martín; MASTRINI, Guillermo. **La concentración infocomunicacional en América Latina (2000-2015):** nuevos médios y tecnologías, menos actores. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes; Observacom, 2017.

BLANCHARD, Simon. The two faces of channel four: some notes in retrospect. **Historical Journal of Film, Radio and Television**, 2013, v. 33, n. 3, p.365-376 .

BOLAÑO, César. **Mercado brasileiro de televisão**. Aracaju : PEUFS, 1988.

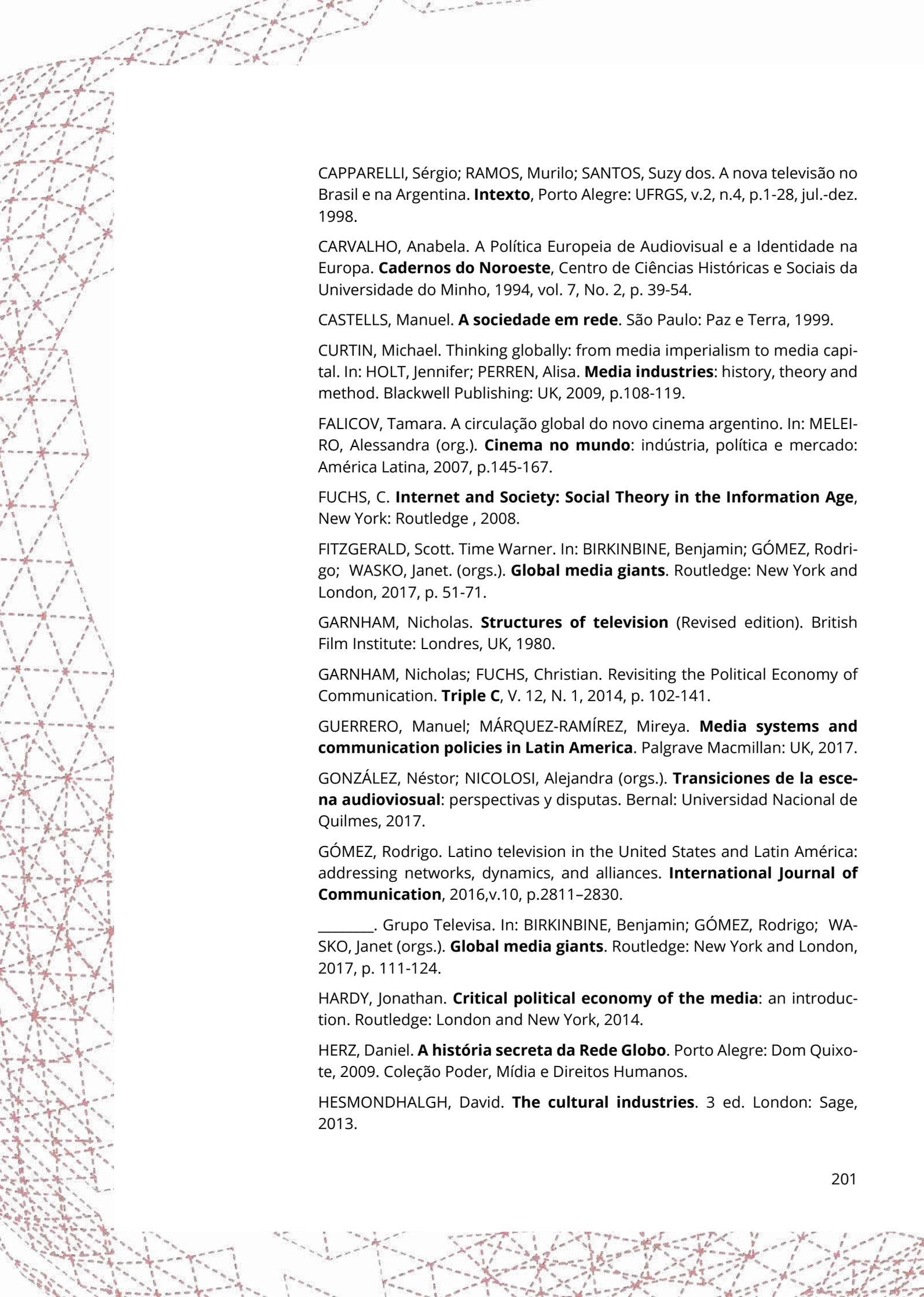
BOLAÑO, C., MASTRINI, G.; SIERRA, F. (orgs.) **Political Economy, Communication and Knowledge: A Latin American Perspective**, New York: Hampton, 2012.

BOLAÑO, César; SOUSA, Helena. Relações entre as políticas audiovisuais de Portugal e do Brasil face à globalização e às propostas supranacionais da União Europeia e do Mercosul. Uma introdução. **ACTAS DOS CONGRESSOS EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR**, Covilhã, 21-22 de Abril 2004 (CD-Rom 'Ciências da Comunicação em Congresso na Covilhã, III SOPCOM, VI LUSOCOM e II IBÉRICO.

BRITTOS, Valério Cruz. As organizações Globo e a reordenação das comunicações. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, 2000, v. XXIII, n. 1, jan.-jun, p. 57-76.

BRITTOS, Valério Cruz; MENEZES, Eduardo. Do vídeo popular às especificidades do padrão técnico-estético alternativo. **Revista Eptic**, vol. XIII, n.3, sep- dez. 2011.

CAPPARELLI. **Televisão e capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: L&PM Editores, 1982.



CAPPARELLI, Sérgio; RAMOS, Murilo; SANTOS, Suzy dos. A nova televisão no Brasil e na Argentina. **Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v.2, n.4, p.1-28, jul.-dez. 1998.

CARVALHO, Anabela. A Política Europeia de Audiovisual e a Identidade na Europa. **Cadernos do Noroeste**, Centro de Ciências Históricas e Sociais da Universidade do Minho, 1994, vol. 7, No. 2, p. 39-54.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CURTIN, Michael. Thinking globally: from media imperialism to media capital. In: HOLT, Jennifer; PERREN, Alisa. **Media industries: history, theory and method**. Blackwell Publishing: UK, 2009, p.108-119.

FALICOV, Tamara. A circulação global do novo cinema argentino. In: MELEIRO, Alessandra (org.). **Cinema no mundo: indústria, política e mercado: América Latina**, 2007, p.145-167.

FUCHS, C. **Internet and Society: Social Theory in the Information Age**, New York: Routledge, 2008.

FITZGERALD, Scott. Time Warner. In: BIRKINBINE, Benjamin; GÓMEZ, Rodrigo; WASKO, Janet. (orgs.). **Global media giants**. Routledge: New York and London, 2017, p. 51-71.

GARNHAM, Nicholas. **Structures of television** (Revised edition). British Film Institute: Londres, UK, 1980.

GARNHAM, Nicholas; FUCHS, Christian. Revisiting the Political Economy of Communication. **Triple C**, V. 12, N. 1, 2014, p. 102-141.

GUERRERO, Manuel; MÁRQUEZ-RAMÍREZ, Mireya. **Media systems and communication policies in Latin America**. Palgrave Macmillan: UK, 2017.

GONZÁLEZ, Néstor; NICOLOSI, Alejandra (orgs.). **Transiciones de la escena audiovisual: perspectivas y disputas**. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes, 2017.

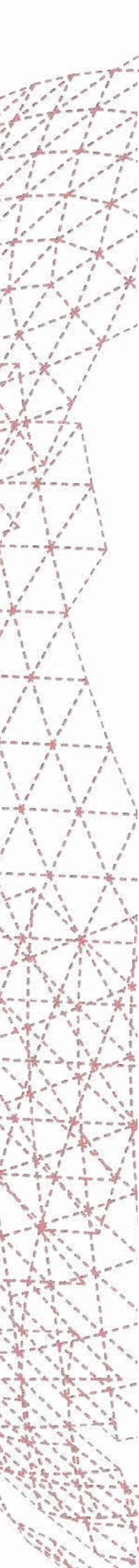
GÓMEZ, Rodrigo. Latino television in the United States and Latin América: addressing networks, dynamics, and alliances. **International Journal of Communication**, 2016,v.10, p.2811-2830.

\_\_\_\_\_. Grupo Televisa. In: BIRKINBINE, Benjamin; GÓMEZ, Rodrigo; WASKO, Janet (orgs.). **Global media giants**. Routledge: New York and London, 2017, p. 111-124.

HARDY, Jonathan. **Critical political economy of the media: an introduction**. Routledge: London and New York, 2014.

HERZ, Daniel. **A história secreta da Rede Globo**. Porto Alegre: Dom Quixote, 2009. Coleção Poder, Mídia e Direitos Humanos.

HESMONDHALGH, David. **The cultural industries**. 3 ed. London: Sage, 2013.



HICK, Jochen. The influence of TV and film funding on current European (low budget) art house film. **Studies in European Cinema**, 2010, v. 1, p. 31-36.

HUERTA-WONG, Juan Enrique; GOMEZ GARCIA, Rodrigo. Concentración y diversidad de los medios de comunicación y las telecomunicaciones en México. **Comunsoc**, Guadalajara, n. 19, p. 113-152, jun. 2013.

IKEDA, Marcelo. **Cinema brasileiro a partir da retomada**: aspectos econômicos e políticos. São Paulo: Summus, 2015.

IZCUE, Nora. A cinematografia de países andinos. In: MELEIRO, Alessandra (org.). **Cinema no mundo**: indústria, política e mercado: América Latina, 2007, p.199-217.

JAMBEIRO, Othon (org.). **Regulando a TV**: uma visão comparativa no Mercosul. Salvador: Edufba, 2000.

\_\_\_\_\_. **A TV no Brasil no século XX**. Salvador: Edufba, 2001.

JIN, Dal Yong, A critical analysis of US cultural policy in the global film market: Nation-states and FTAs. **The International Communication Gazette**, 2011, v. 73 (8), p. 651-669.

KERR, Paul. Making film programmes for the BBC and Channel 4: the shift from in-house 'producer unit' to independent 'package-unit' production. **Historical Journal of Film, Radio and Television**, 2013, v. 33, n.3, p. 434-453.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIMA, Venício; RAMOS, Murilo César. **A Televisão no Brasil**: Desinformação e Democracia. Rio de Janeiro: Revista Vozes, Petrópolis, RJ, 1984, n. 9, p.33-48.

LIU, Bonnie Rui. **Chinese TV Changes face**: the rise of independents. Westminster Papers in Communication and Culture, University of Westminster, London, 2010, v. 7(1), p. 73-91.

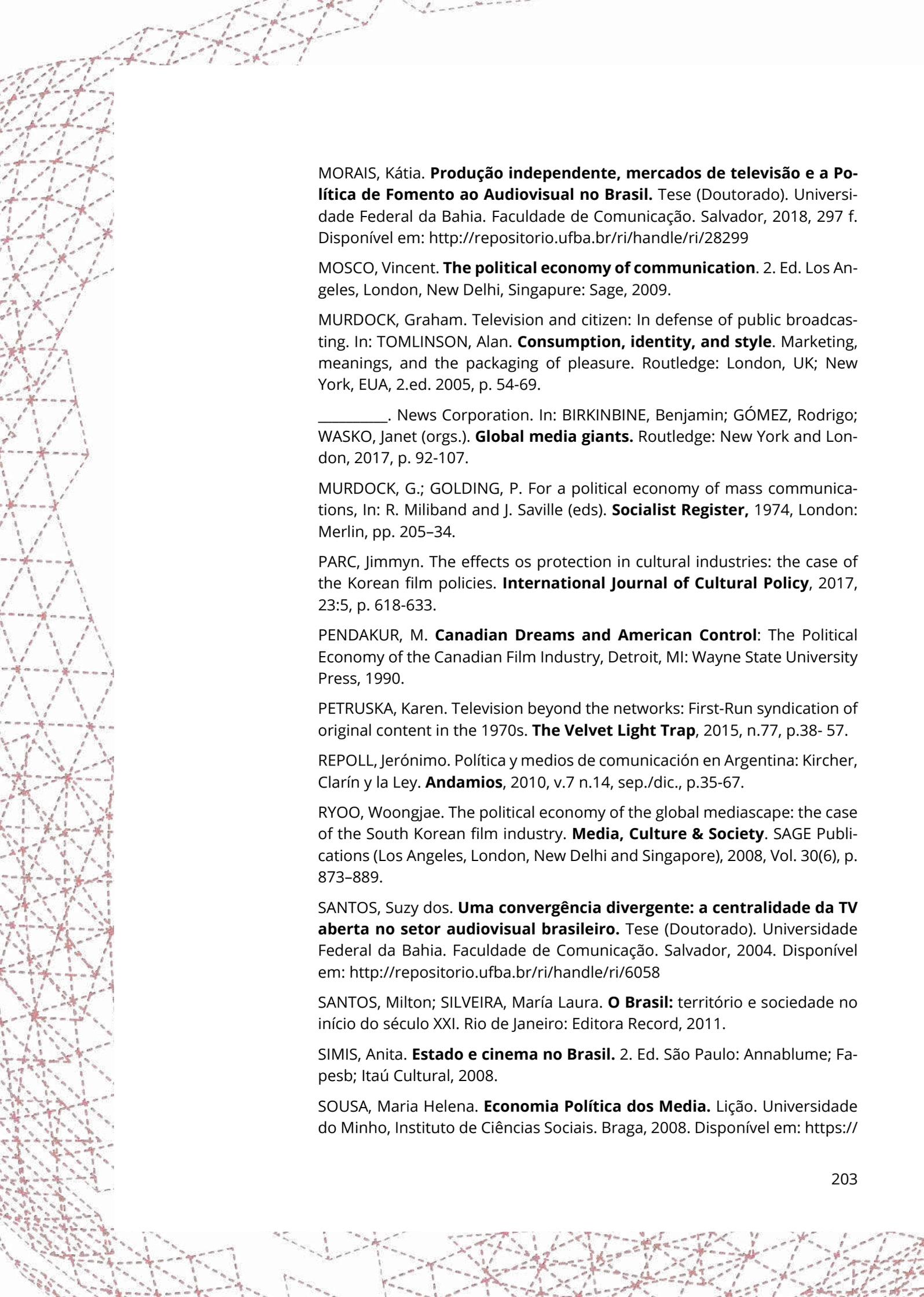
MATTOS, Sérgio. **Um perfil da TV brasileira**: 40 anos de história: 1950-1990. Salvador: Associação Brasileira de Agências de Propaganda/Capítulo Bahia: A Tarde, 1990.

McDONALD, Paul; WASKO, Janet (orgs.). **The contemporary hollywood film industry**. Blackwell Publishing: Malden, MA, USA; Oxford, UK; Victoria, Australia, 2008.

MARSON, Melina (org.). **Cinema e políticas de Estado da Embrafilme à Ancine**. São Paulo: Escrituras Editora, 2009.

MELEIRO, Alessandra (org.). **Cinema e economia política**. São Paulo: Escrituras Editora, 2009.

MELO, Paulo Victor; BOLAÑO, César. Políticas do audiovisual no Brasil e na Índia: aproximações, distanciamentos e possibilidades. **Revista Eptic**, v.18, n.3, set-dez 2016, p.112-126.



MORAIS, Kátia. **Produção independente, mercados de televisão e a Política de Fomento ao Audiovisual no Brasil**. Tese (Doutorado). Universidade Federal da Bahia. Faculdade de Comunicação. Salvador, 2018, 297 f. Disponível em: <http://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/28299>

MOSCO, Vincent. **The political economy of communication**. 2. Ed. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore: Sage, 2009.

MURDOCK, Graham. Television and citizen: In defense of public broadcasting. In: TOMLINSON, Alan. **Consumption, identity, and style**. Marketing, meanings, and the packaging of pleasure. Routledge: London, UK; New York, EUA, 2.ed. 2005, p. 54-69.

\_\_\_\_\_. News Corporation. In: BIRKINBINE, Benjamin; GÓMEZ, Rodrigo; WASKO, Janet (orgs.). **Global media giants**. Routledge: New York and London, 2017, p. 92-107.

MURDOCK, G.; GOLDING, P. For a political economy of mass communications, In: R. Miliband and J. Saville (eds). **Socialist Register**, 1974, London: Merlin, pp. 205-34.

PARC, Jimmyn. The effects of protection in cultural industries: the case of the Korean film policies. **International Journal of Cultural Policy**, 2017, 23:5, p. 618-633.

PENDAKUR, M. **Canadian Dreams and American Control: The Political Economy of the Canadian Film Industry**, Detroit, MI: Wayne State University Press, 1990.

PETRUSKA, Karen. Television beyond the networks: First-Run syndication of original content in the 1970s. **The Velvet Light Trap**, 2015, n.77, p.38- 57.

REPOLL, Jerónimo. Política y medios de comunicación en Argentina: Kircher, Clarín y la Ley. **Andamios**, 2010, v.7 n.14, sep./dic., p.35-67.

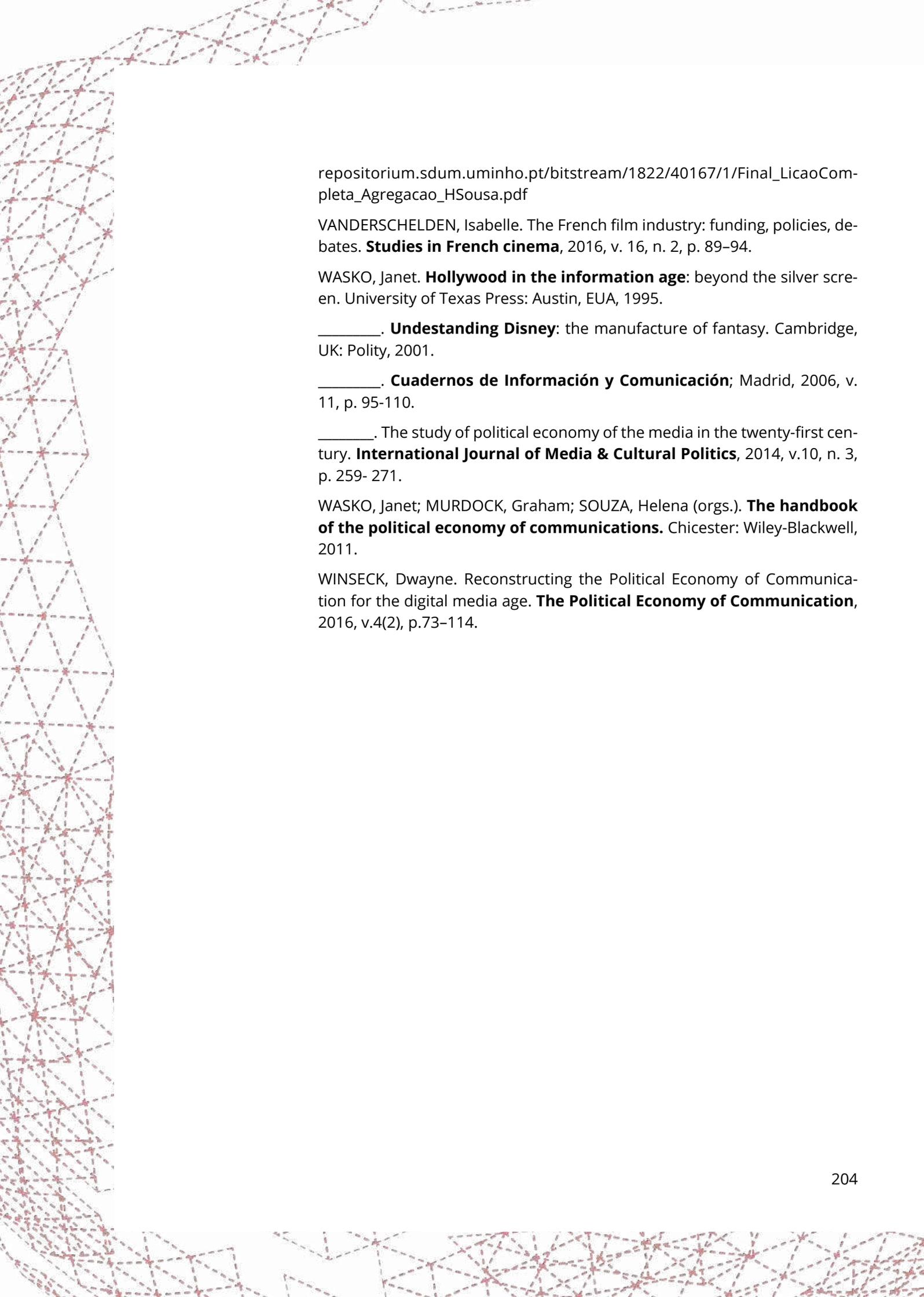
RYOO, Woongjae. The political economy of the global mediascape: the case of the South Korean film industry. **Media, Culture & Society**. SAGE Publications (Los Angeles, London, New Delhi and Singapore), 2008, Vol. 30(6), p. 873-889.

SANTOS, Suzy dos. **Uma convergência divergente: a centralidade da TV aberta no setor audiovisual brasileiro**. Tese (Doutorado). Universidade Federal da Bahia. Faculdade de Comunicação. Salvador, 2004. Disponível em: <http://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/6058>

SANTOS, Milton; SILVEIRA, María Laura. **O Brasil: território e sociedade no início do século XXI**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2011.

SIMIS, Anita. **Estado e cinema no Brasil**. 2. Ed. São Paulo: Annablume; Fapesb; Itaú Cultural, 2008.

SOUSA, Maria Helena. **Economia Política dos Media**. Lição. Universidade do Minho, Instituto de Ciências Sociais. Braga, 2008. Disponível em: <https://>



repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/40167/1/Final\_LicaoCompleta\_Agregacao\_HSousa.pdf

VANDERSCHULDEN, Isabelle. The French film industry: funding, policies, debates. **Studies in French cinema**, 2016, v. 16, n. 2, p. 89-94.

WASKO, Janet. **Hollywood in the information age: beyond the silver screen**. University of Texas Press: Austin, EUA, 1995.

\_\_\_\_\_. **Understanding Disney: the manufacture of fantasy**. Cambridge, UK: Polity, 2001.

\_\_\_\_\_. **Cuadernos de Información y Comunicación**; Madrid, 2006, v. 11, p. 95-110.

\_\_\_\_\_. The study of political economy of the media in the twenty-first century. **International Journal of Media & Cultural Politics**, 2014, v.10, n. 3, p. 259- 271.

WASKO, Janet; MURDOCK, Graham; SOUZA, Helena (orgs.). **The handbook of the political economy of communications**. Chicester: Wiley-Blackwell, 2011.

WINSECK, Dwayne. Reconstructing the Political Economy of Communication for the digital media age. **The Political Economy of Communication**, 2016, v.4(2), p.73-114.

# revista Eptic

VOL. 22, Nº 3, SET.-DEZ. 2020

## APOIO

**PPGcom**

*Programa de Pós-graduação em Comunicação  
Universidade Federal de Sergipe*



União Latina de Economia  
Política da Informação,  
Comunicação e da Cultura  
**SEÇÃO BRASIL**