

**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

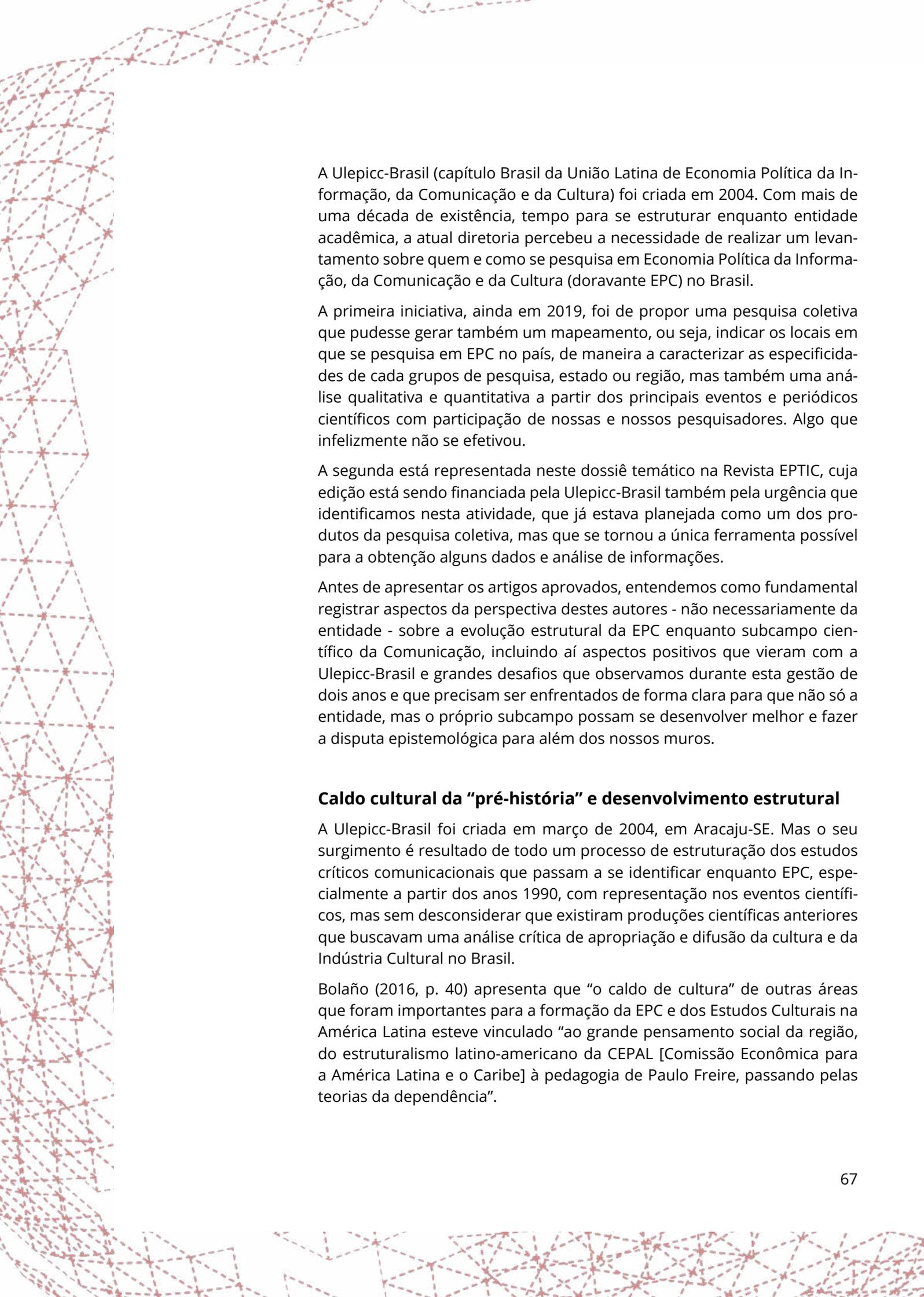
Presidente da Ulepicc-Brasil (Capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura). Professor da Unidade Educacional Santana do Ipanema/Campus Sertão da Universidade Federal de Alagoas (UFAL).

Contato: anderson.gomes@santana.ufal.br

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



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.

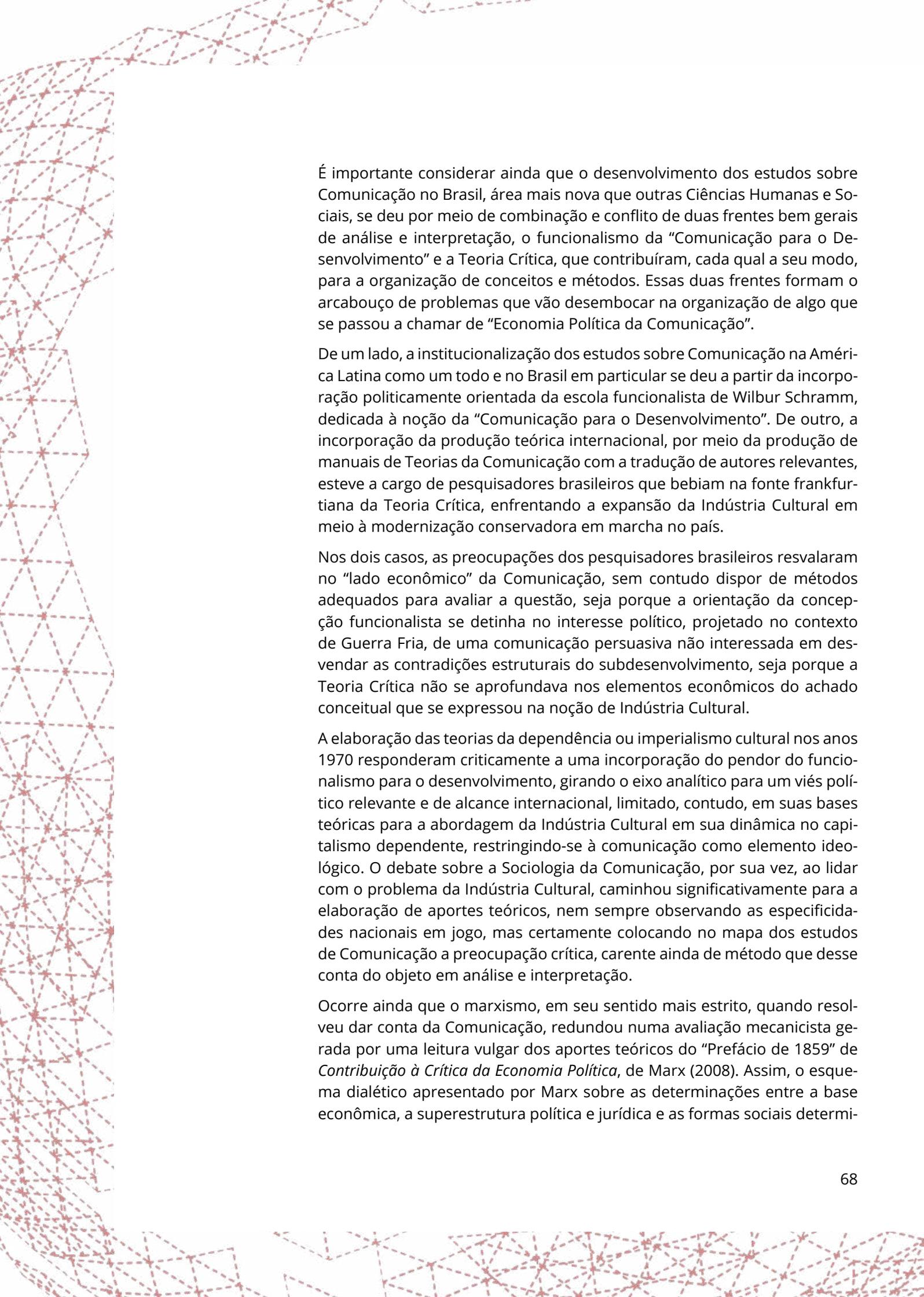
A segunda está representada neste dossiê temático na Revista EPTIC, cuja edição está sendo financiada pela Ulepicc-Brasil também pela urgência que identificamos nesta atividade, que já estava planejada como um dos produtos da pesquisa coletiva, mas que se tornou a única ferramenta possível para a obtenção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



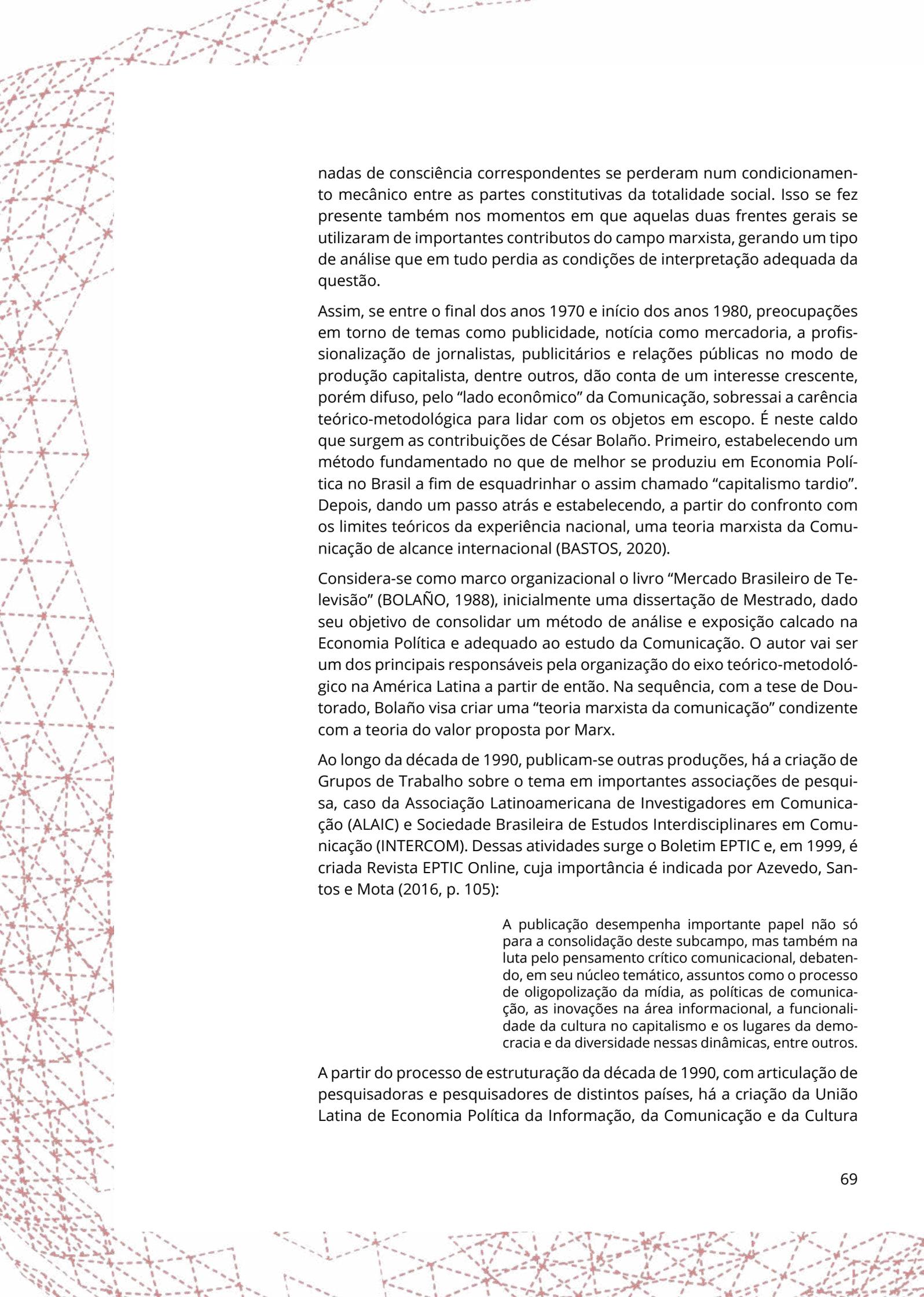
É importante considerar ainda que o desenvolvimento dos estudos sobre Comunicação no Brasil, área mais nova que outras Ciências Humanas e Sociais, se deu por meio de combinação e conflito de duas frentes bem gerais de análise e interpretação, o funcionalismo da “Comunicação para o Desenvolvimento” e 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.

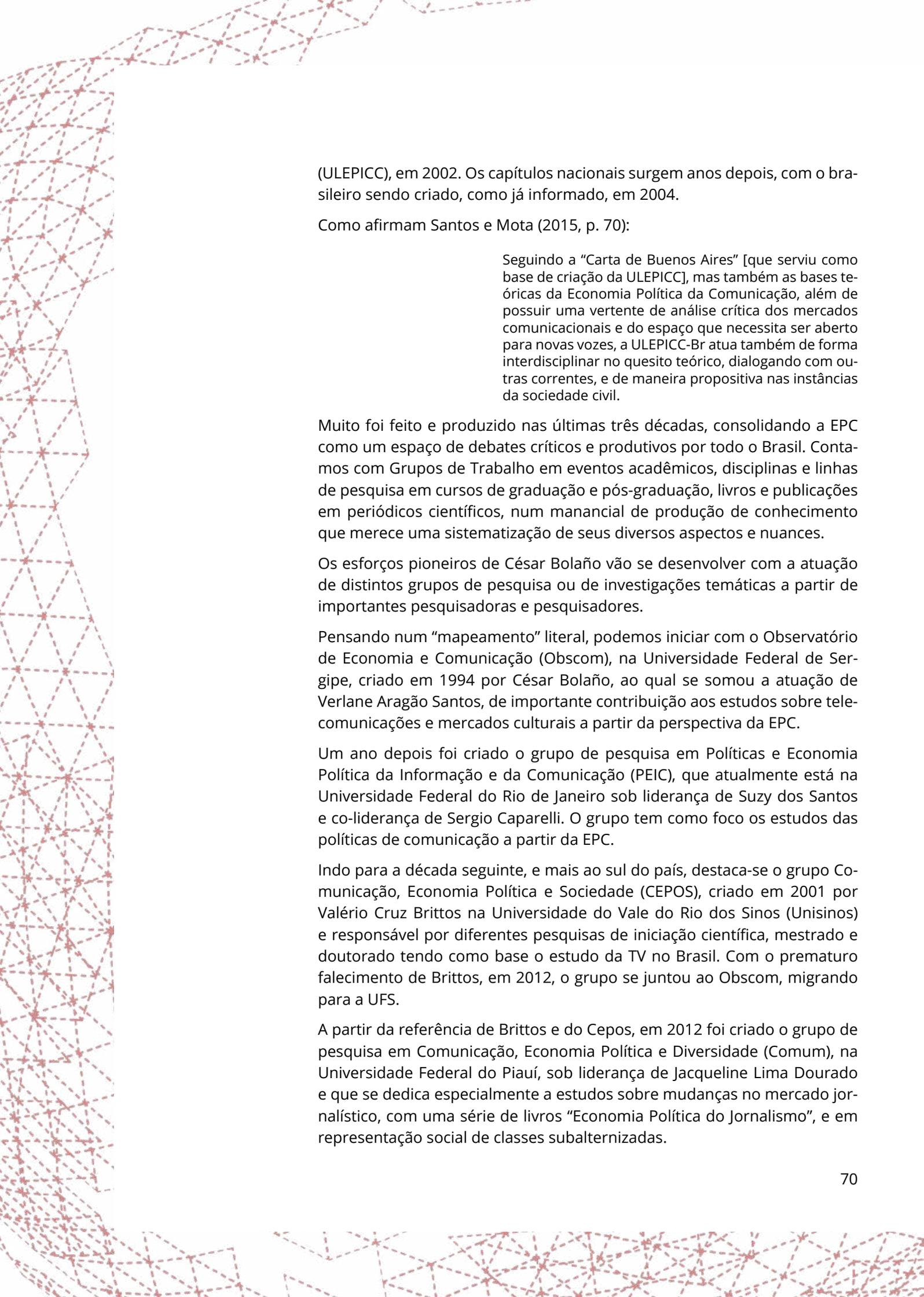
Assim, se entre o final dos anos 1970 e início dos anos 1980, preocupações em torno de temas como publicidade, notícia como mercadoria, a profissionalização de jornalistas, publicitários e relações públicas no modo de produção capitalista, dentre outros, dão conta de um interesse crescente, porém difuso, 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 esquadrihar 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.

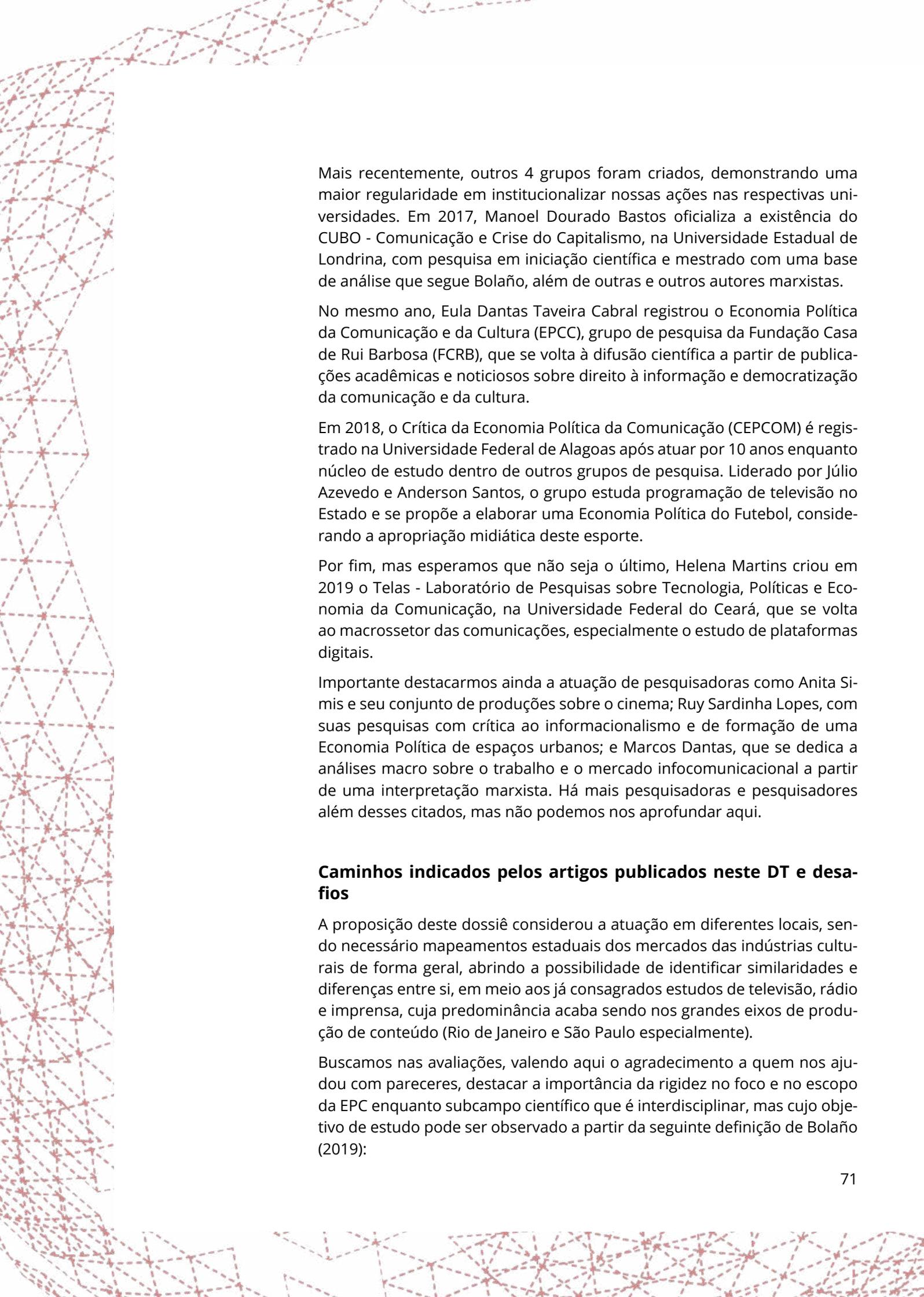
Os esforços pioneiros de César Bolaño vão se desenvolver com a atuação de distintos grupos de pesquisa ou de investigações temáticas a partir de importantes pesquisadoras e pesquisadores.

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.

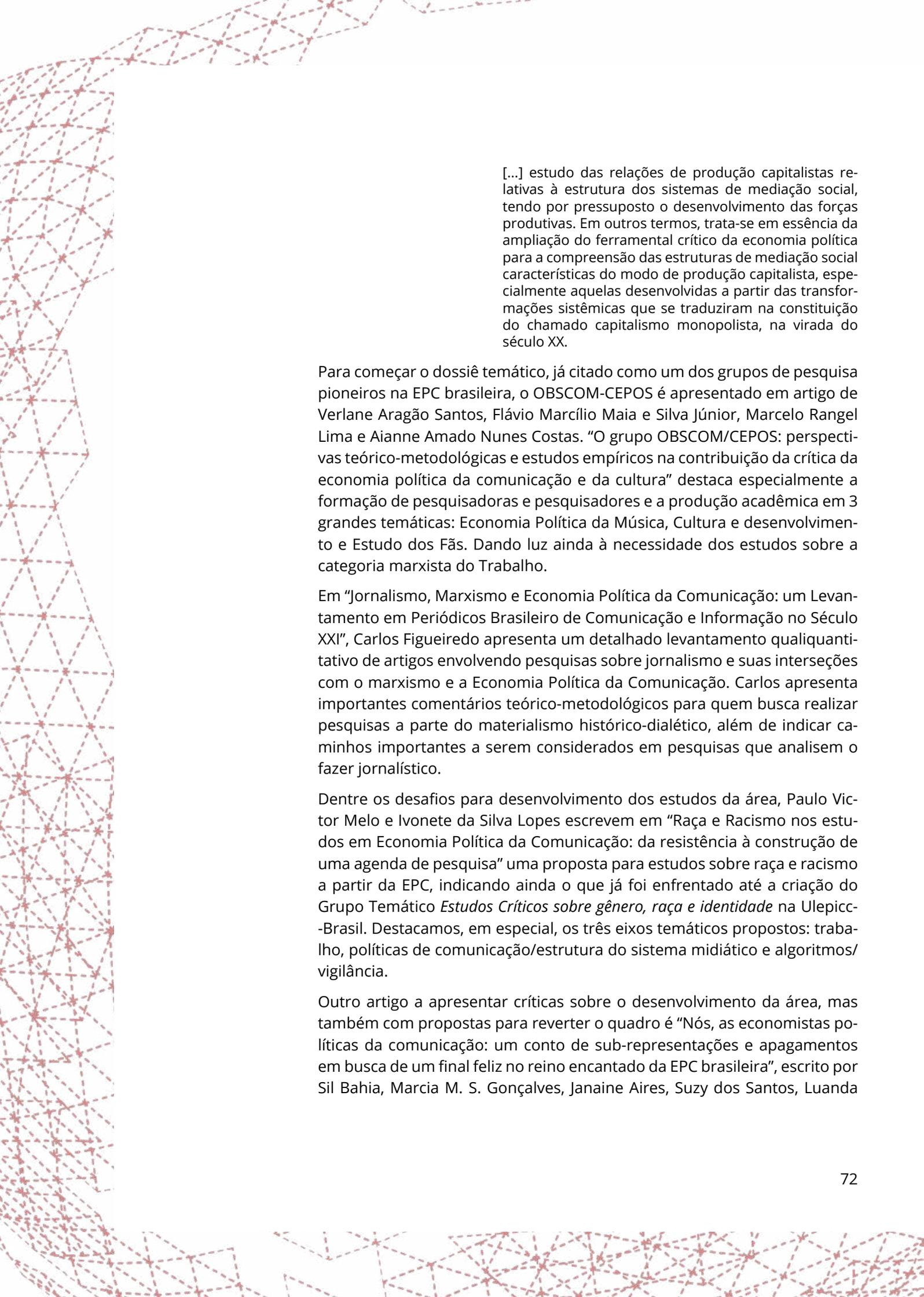
Por fim, mas esperamos que não seja o último, Helena Martins criou em 2019 o Telas - Laboratório de Pesquisas sobre Tecnologia, Políticas e Economia da Comunicação, na Universidade Federal do Ceará, que se volta ao macrossetor das comunicações, especialmente o estudo de plataformas digitais.

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):



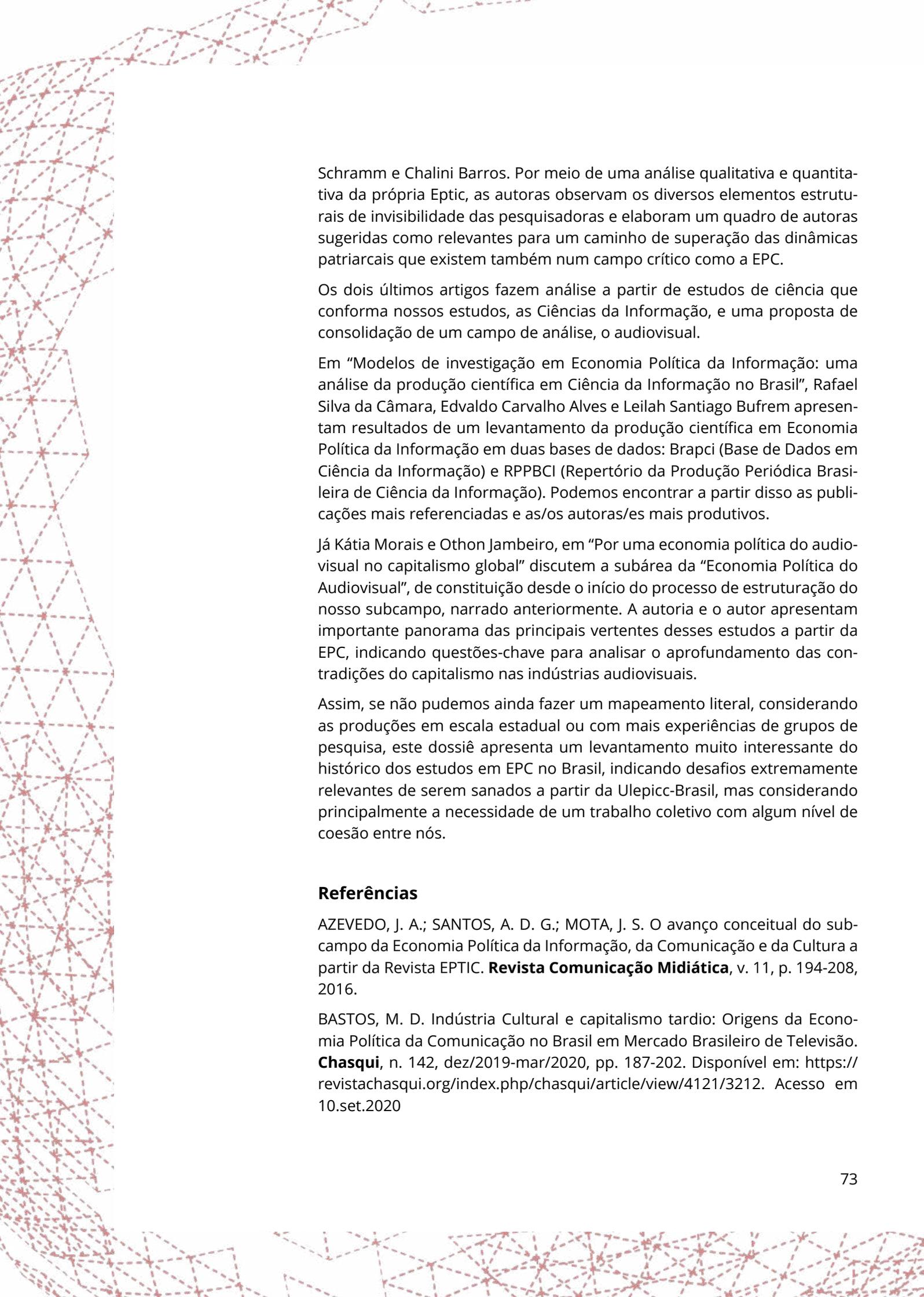
[...] estudo das relações de produção capitalistas relativas à estrutura dos sistemas de mediação social, tendo por pressuposto o desenvolvimento das forças produtivas. Em outros termos, trata-se em essência da ampliação do ferramental crítico da economia política para a compreensão das estruturas de 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.

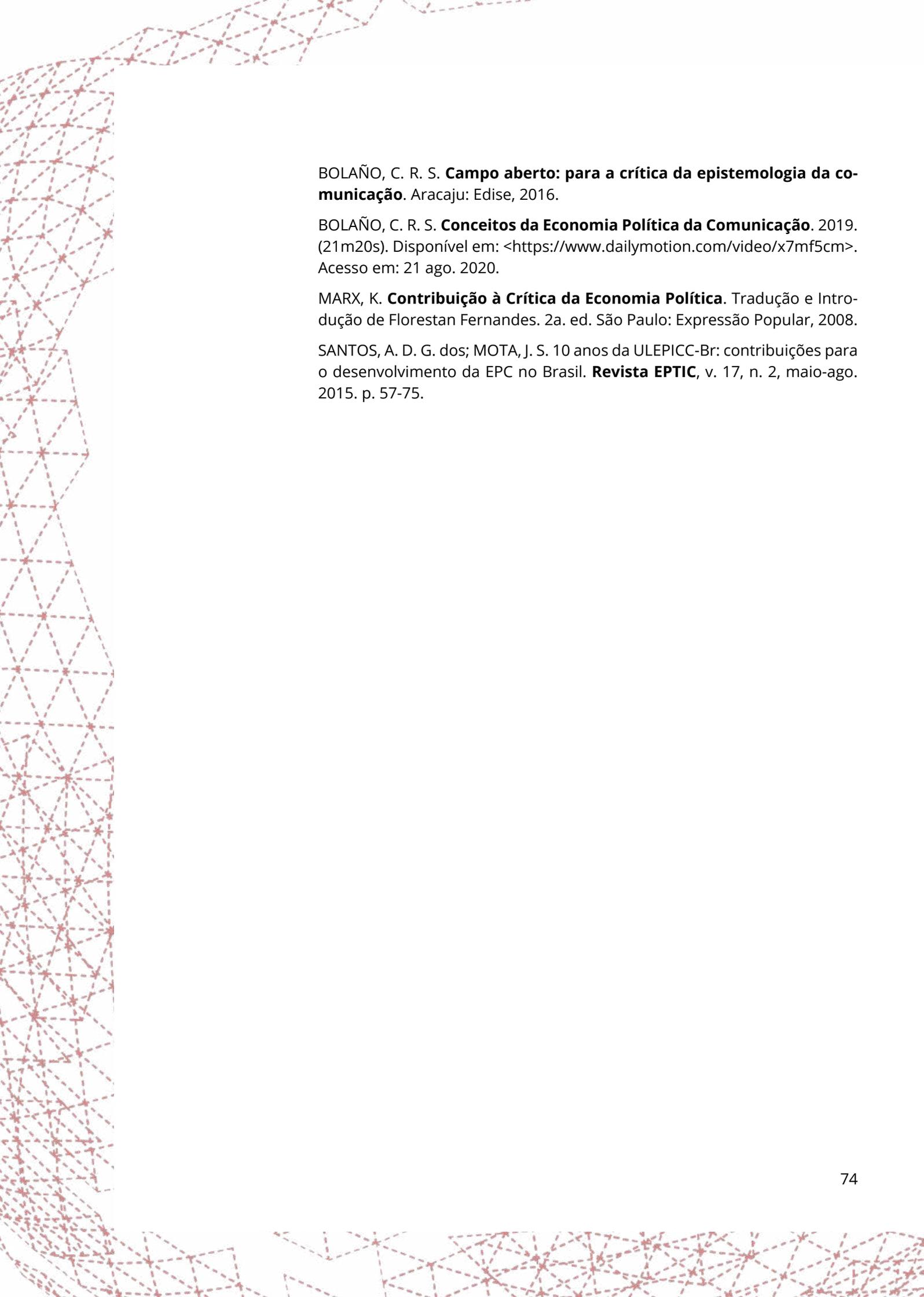
Já Kátia Morais e Othon Jambeiro, em “Por uma economia política do audiovisual no capitalismo global” discutem a subárea da “Economia Política do Audiovisual”, de constituição desde o início do processo de estruturação do nosso subcampo, narrado anteriormente. A autoria e o autor apresentam importante 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.