

10 anos da ULEPICC-Br: contribuições para a EPC a partir de seus eventos e sua práxis¹

10 años de la ULEPICC-Br: contribuciones para la EPC desde sus eventos y su praxis

10 years of de ULEPICC-Br: contributions to EPC from your events and praxis

Anderson David Gomes dos Santos

Professor assistente no polo Santana do Ipanema/ Campus Sertão da Universidade Federal de Alagoas. Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo-RS. Pesquisador do Grupo de Pesquisa Comunicação, Economia Política e Sociedade (Cepos).

E-mail: anderson.santos@gmail.com.

Joanne Santos Mota

Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (PPG-COM-UFS); Pós-Graduada em Globalização e Cultura, pela Faculdade de Sociologia e Política de São Paulo (FESPSP). Vinculada ao Observatório de Economia e Comunicação (Obscom/UFS); integrante da Rede de Economia Política das Tecnologias da Informação, da Comunicação e da Cultura (Eptic), editora do Portal Eptic.

E-mail: joannemota@gmail.com

Artigo recebido em: 22/12/2014 e aprovado em 30/01/2015.

Resumo

Este artigo faz parte de um projeto que pretende mapear os estudos da Economia Política da Comunicação no Brasil, cuja presença em produções científicas chega há quase três décadas. O primeiro passo foi analisar a principal entidade que representa este eixo no país, o capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (ULEPICC-Br), que completou dez anos de existência em 2014. O texto aponta a importância do surgimento da entidade, num momento de diminuição de espaços para área, e a consolidação da mesma através da realização de cinco encontros nacionais e sua práxis, com a proposição de debates e a parceria com entidades acadêmicas e da sociedade civil em busca de uma maior democratização da comunicação.

Palavras-Chave: ULEPICC-Br; história; Economia Política da Comunicação.

Resumen

Este artículo es parte de un proyecto que tiene como objetivo mapear los estudios de la Economía Política de la Comunicación en Brasil, cuya presencia en producciones científicas llega hasta casi tres décadas. El primer paso fue analizar la principal entidad que representa este eje en el país, el capítulo Brasil de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación e la Cultura (ULEPICC-Br), que completó diez años de existencia en 2014. El texto apunta la importancia del surgimiento de la entidad, en un momento de disminución de espacios para área, y la consolidación de la misma a través de la realización de cinco encuentros nacionales y su práctica, con la proposición de discusiones y asociaciones con entidades académicas y de la sociedad civil en la búsqueda de una mayor democratización de la comunicación.

Palabras Clave: ULEPICC-Br; historia; Economía Política de la Comunicación.

Abstract

This article is part of a project that aims to map the study of Political Economy of Communications in Brazil, which in the scientific production comes almost three decades. The first step was to analyze the main body representing this axis in the country, the Brazil chapter of the Latin Union of Political Economy of Information, Communication and Culture (ULEPICC-Br), which completes ten years of existence in 2014. The text points the importance of the appearance of entity, at a time of reduced spaces for the area, and its consolidation through the implementation of five national meetings and their practice, proposing discussions and partnerships with academic institutions and civil society in search of greater democratization of communication.

Keywords: ULEPICC-Br; history; Political Economy of Communication.

1- Versão ampliada e revisada do artigo "10 anos da ULEPICC-BR: Contribuições para o desenvolvimento da EPC no Brasil", apresentado no XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom 2014.

Introdução

Este artigo faz parte de um projeto que está mapeando os estudos da Economia Política da Comunicação no Brasil, cuja presença em produções científicas chega há quase três décadas. Diante disso, torna-se fundamental fazer o levantamento histórico desse eixo teórico-metodológico, seja para apontar suas relações com os outros campos do conhecimento ou também para sistematizar como se organiza a produção acadêmica no Brasil a partir dele.

Este objetivo vai ao sentido da proposta de Herscovici, Bolaño e Vasconcelos (2007), em que se faz necessário, tendo em vista a necessidade de defesa da EPC em diversos espaços institucionais, que os agentes que atuam com ela contem sua história, de maneira a reforçar as diferenciações deste campo de estudo na luta epistemológica na Comunicação e para seguir em frente com os estudos da área, garantindo presença nas próximas décadas para além dos autores já clássicos.

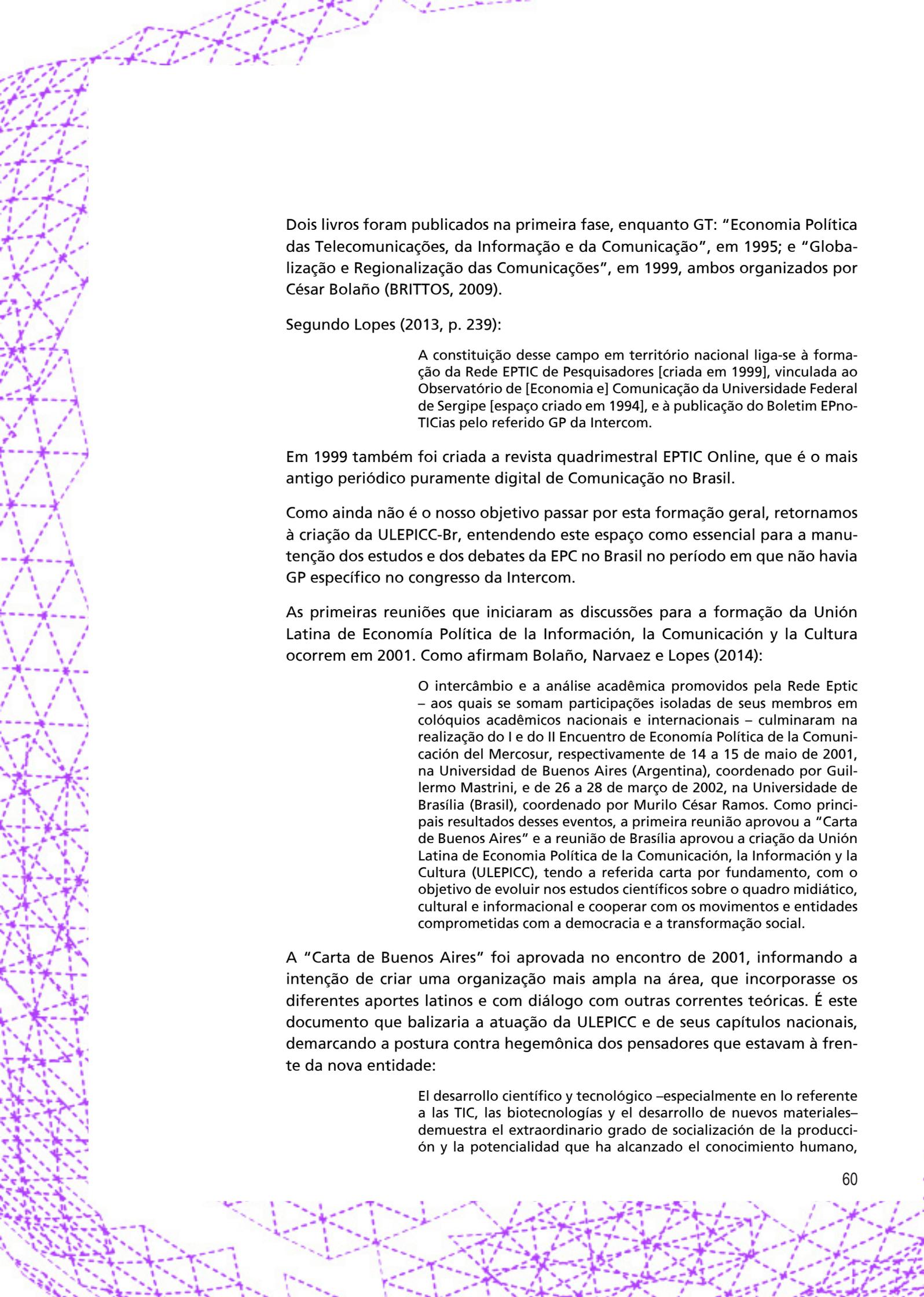
O primeiro passo escolhido foi analisar a principal entidade que representa este eixo no Brasil, o capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (ULEPICC-Br), que completa dez anos de existência em 2014. Neste período foram realizados cinco encontros, com a participação de pesquisadores brasileiros e internacionais, que servirão como base para demonstrar a evolução da entidade.

Este artigo realizará os seguintes movimentos: origens da ULEPICC-Br; análise sobre os encontros nacionais promovidos pela entidade; e discussão sobre a participação da associação em ambientes de disputa política, demonstrando a importância da práxis e da interdisciplinaridade nos estudos da área.

O surgimento da ULEPICC-BR

O capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (doravante ULEPICC-Br) foi criado em março de 2004, em Aracaju-SE. Mas o seu surgimento é resultado de todo um processo de constituição dos estudos de Economia Política da Comunicação no Brasil que remonta à década de 1980, tendo como marco o artigo "A questão da publicidade no Brasil", de César Bolaño, publicado em 1987.

A década de 1990 foi prolífica em espaços destinados à EPC, casos dos grupos de trabalho de Economia Política das Tecnologias de Informação, Comunicação e Cultura na Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e na *Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación* (ALAIIC), ambos a partir de 1992. No caso da Intercom, ele permanecerá até 2000, tendo sua volta em 2009, na ampliação dos Grupos de Pesquisa do evento.



Dois livros foram publicados na primeira fase, enquanto GT: “Economia Política das Telecomunicações, da Informação e da Comunicação”, em 1995; e “Globalização e Regionalização das Comunicações”, em 1999, ambos organizados por César Bolaño (BRITTOS, 2009).

Segundo Lopes (2013, p. 239):

A constituição desse campo em território nacional liga-se à formação da Rede EPTIC de Pesquisadores [criada em 1999], vinculada ao Observatório de [Economia e] Comunicação da Universidade Federal de Sergipe [espaço criado em 1994], e à publicação do Boletim EPNOTICIAS pelo referido GP da Intercom.

Em 1999 também foi criada a revista quadrimestral EPTIC Online, que é o mais antigo periódico puramente digital de Comunicação no Brasil.

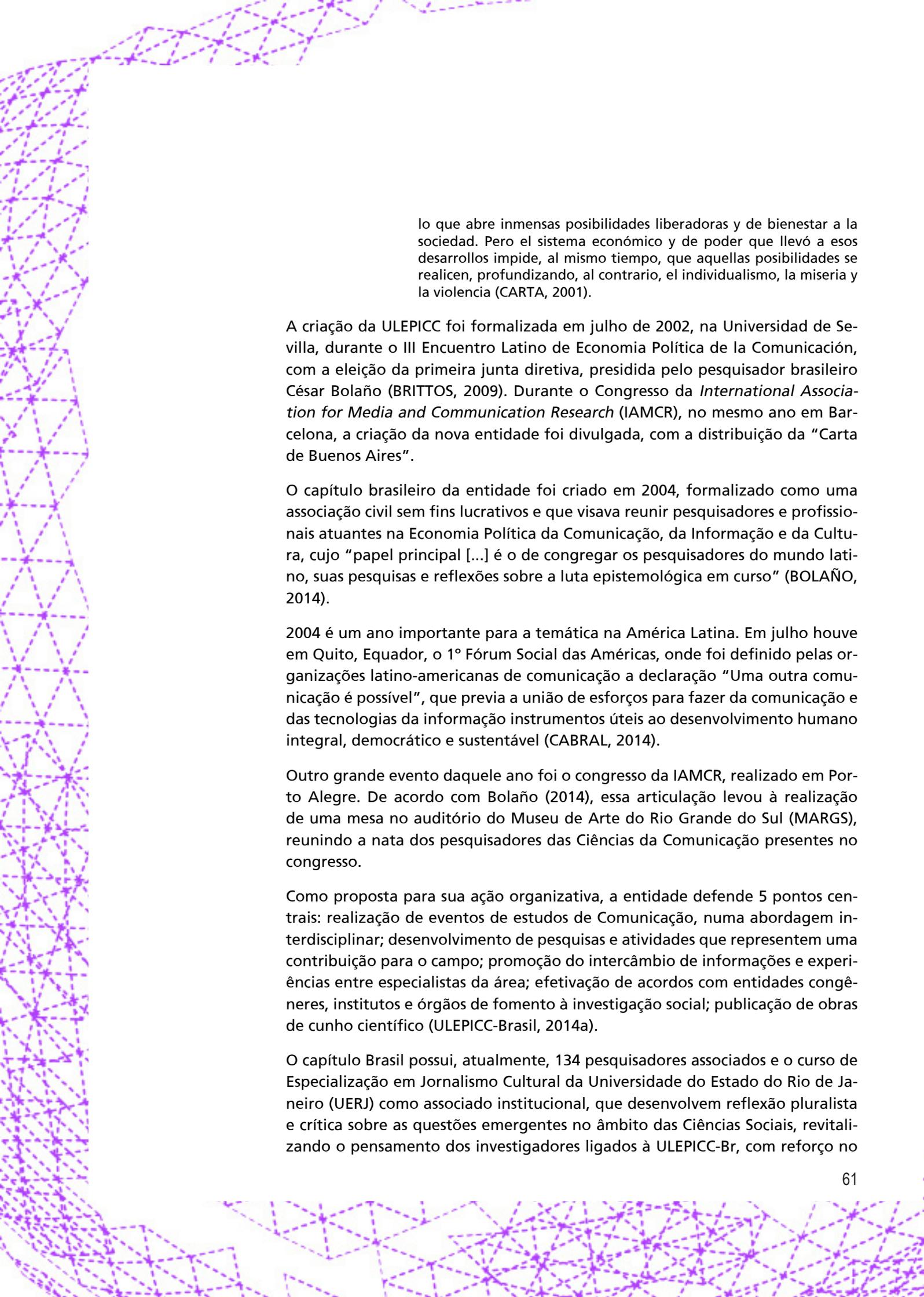
Como ainda não é o nosso objetivo passar por esta formação geral, retornamos à criação da ULEPICC-Br, entendendo este espaço como essencial para a manutenção dos estudos e dos debates da EPC no Brasil no período em que não havia GP específico no congresso da Intercom.

As primeiras reuniões que iniciaram as discussões para a formação da Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura ocorrem em 2001. Como afirmam Bolaño, Narvaez e Lopes (2014):

O intercâmbio e a análise acadêmica promovidos pela Rede Eptic – aos quais se somam participações isoladas de seus membros em colóquios acadêmicos nacionais e internacionais – culminaram na realização do I e do II Encuentro de Economía Política de la Comunicación del Mercosur, respectivamente de 14 a 15 de maio de 2001, na Universidad de Buenos Aires (Argentina), coordenado por Guillermo Mastrini, e de 26 a 28 de março de 2002, na Universidade de Brasília (Brasil), coordenado por Murilo César Ramos. Como principais resultados desses eventos, a primeira reunião aprovou a “Carta de Buenos Aires” e a reunião de Brasília aprovou a criação da Unión Latina de Economía Política de la Comunicación, la Información y la Cultura (ULEPICC), tendo a referida carta por fundamento, com o objetivo de evoluir nos estudos científicos sobre o quadro midiático, cultural e informacional e cooperar com os movimentos e entidades comprometidas com a democracia e a transformação social.

A “Carta de Buenos Aires” foi aprovada no encontro de 2001, informando a intenção de criar uma organização mais ampla na área, que incorporasse os diferentes aportes latinos e com diálogo com outras correntes teóricas. É este documento que balizaria a atuação da ULEPICC e de seus capítulos nacionais, demarcando a postura contra hegemônica dos pensadores que estavam à frente da nova entidade:

El desarrollo científico y tecnológico –especialmente en lo referente a las TIC, las biotecnologías y el desarrollo de nuevos materiales– demuestra el extraordinario grado de socialización de la producción y la potencialidad que ha alcanzado el conocimiento humano,



lo que abre inmensas posibilidades liberadoras y de bienestar a la sociedad. Pero el sistema económico y de poder que llevó a esos desarrollos impide, al mismo tiempo, que aquellas posibilidades se realicen, profundizando, al contrario, el individualismo, la miseria y la violencia (CARTA, 2001).

A criação da ULEPICC foi formalizada em julho de 2002, na Universidad de Sevilla, durante o III Encuentro Latino de Economía Política de la Comunicación, com a eleição da primeira junta diretiva, presidida pelo pesquisador brasileiro César Bolaño (BRITTOS, 2009). Durante o Congresso da *International Association for Media and Communication Research* (IAMCR), no mesmo ano em Barcelona, a criação da nova entidade foi divulgada, com a distribuição da “Carta de Buenos Aires”.

O capítulo brasileiro da entidade foi criado em 2004, formalizado como uma associação civil sem fins lucrativos e que visava reunir pesquisadores e profissionais atuantes na Economia Política da Comunicação, da Informação e da Cultura, cujo “papel principal [...] é o de congregar os pesquisadores do mundo latino, suas pesquisas e reflexões sobre a luta epistemológica em curso” (BOLAÑO, 2014).

2004 é um ano importante para a temática na América Latina. Em julho houve em Quito, Equador, o 1º Fórum Social das Américas, onde foi definido pelas organizações latino-americanas de comunicação a declaração “Uma outra comunicação é possível”, que previa a união de esforços para fazer da comunicação e das tecnologias da informação instrumentos úteis ao desenvolvimento humano integral, democrático e sustentável (CABRAL, 2014).

Outro grande evento daquele ano foi o congresso da IAMCR, realizado em Porto Alegre. De acordo com Bolaño (2014), essa articulação levou à realização de uma mesa no auditório do Museu de Arte do Rio Grande do Sul (MARGS), reunindo a nata dos pesquisadores das Ciências da Comunicação presentes no congresso.

Como proposta para sua ação organizativa, a entidade defende 5 pontos centrais: realização de eventos de estudos de Comunicação, numa abordagem interdisciplinar; desenvolvimento de pesquisas e atividades que representem uma contribuição para o campo; promoção do intercâmbio de informações e experiências entre especialistas da área; efetivação de acordos com entidades congêneres, institutos e órgãos de fomento à investigação social; publicação de obras de cunho científico (ULEPICC-Brasil, 2014a).

O capítulo Brasil possui, atualmente, 134 pesquisadores associados e o curso de Especialização em Jornalismo Cultural da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) como associado institucional, que desenvolvem reflexão pluralista e crítica sobre as questões emergentes no âmbito das Ciências Sociais, revitalizando o pensamento dos investigadores ligados à ULEPICC-Br, com reforço no

intercâmbio de experiências e a inserção dos mesmos na produção de conhecimento na atualidade.

Sobre os Encontros

Dentre os objetivos da ULEPICC-Br está a realização de eventos nacionais e internacionais. Em 2014, a entidade comemorou 10 anos, tendo realizado 6 encontros, os quais reuniram respeitados professores e pesquisadores do Brasil, das Américas e da Europa, cujas pesquisas se situam no campo da Economia Política da Comunicação. O levantamento apresentado a seguir parte do que consta nos anais das edições.

O primeiro evento realizado pela entidade foi em outubro de 2006, na cidade de Niterói, no estado do Rio de Janeiro, e teve como um dos focos se aproximar dos programas de pós-graduação em comunicação e ciências afins, especialmente do Estado do Rio de Janeiro, bem como de organizações da sociedade civil.

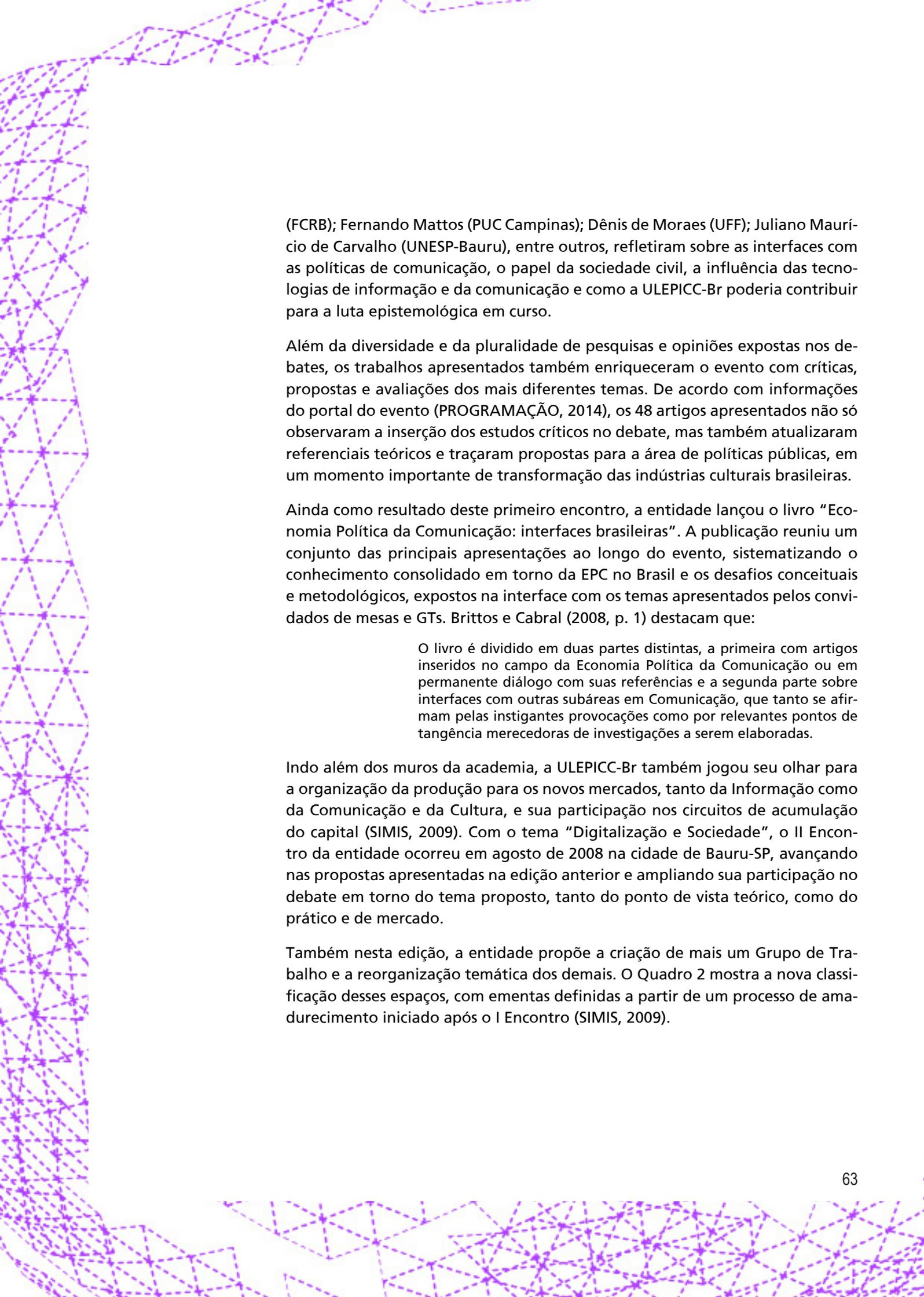
Conforme aponta o Quadro 1, o I Encontro da ULEPICC-Br reuniu 56 pesquisadores das diferentes regiões do país, que apresentaram 48 trabalhos, distribuídos em 4 grupos de trabalho que tinham como temas: GT1- Comunicação Comunitária; GT2 - Estudos Culturais; GT 3 - Políticas de Comunicação; GT 4 - Tecnologias da Informação e da Comunicação.

QUADRO 1 - NÚMERO DE PAPERS PUBLICADOS NOS ENCONTROS DA ULEPICC-BR	
2006	
COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA	8
ESTUDOS CULTURAIS	10
POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO	14
TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E DA COMUNICAÇÃO	16
TOTAL	48

Fonte: Portal ULEPICC-Br. Elaboração nossa.

Para além dos aspectos quantitativos expostos no Quadro 1, o I Encontro da ULEPICC-Br, que teve como tema “Economia política da comunicação: interfaces acadêmicas e sociais do Brasil”, também organizou mesas de debates que, além de reunir grandes pensadores da área, levantaram questões estratégicas para a época, tendo em vista a centralidade, naquele momento, do debate sobre o impacto das tecnologias da informação e da comunicação.

Pesquisadores como Valério Brittos (UNISINOS); Adilson Cabral (UFF); César Bolaño (UFS); Anita Simis (UNESP); Márcio Gonçalves (UERJ); Micael Herschmann (UFRJ); Marialva Barbosa (UFF); Gilson Schwartz (USP); Eduardo Vizer (UBA/UFRGS); Álvaro Benevenuto Jr. (UCS-RS); Cassiano Ferreira Simões (FSBA); William Dias Braga (UFRJ); Verlane Aragão (UFS); Laurindo Leal Filho (USP); Lia Calabre



(FCRB); Fernando Mattos (PUC Campinas); Dênis de Moraes (UFF); Juliano Maurício de Carvalho (UNESP-Bauru), entre outros, refletiram sobre as interfaces com as políticas de comunicação, o papel da sociedade civil, a influência das tecnologias de informação e da comunicação e como a ULEPICC-Br poderia contribuir para a luta epistemológica em curso.

Além da diversidade e da pluralidade de pesquisas e opiniões expostas nos debates, os trabalhos apresentados também enriqueceram o evento com críticas, propostas e avaliações dos mais diferentes temas. De acordo com informações do portal do evento (PROGRAMAÇÃO, 2014), os 48 artigos apresentados não só observaram a inserção dos estudos críticos no debate, mas também atualizaram referenciais teóricos e traçaram propostas para a área de políticas públicas, em um momento importante de transformação das indústrias culturais brasileiras.

Ainda como resultado deste primeiro encontro, a entidade lançou o livro “Economia Política da Comunicação: interfaces brasileiras”. A publicação reuniu um conjunto das principais apresentações ao longo do evento, sistematizando o conhecimento consolidado em torno da EPC no Brasil e os desafios conceituais e metodológicos, expostos na interface com os temas apresentados pelos convidados de mesas e GTs. Brittos e Cabral (2008, p. 1) destacam que:

O livro é dividido em duas partes distintas, a primeira com artigos inseridos no campo da Economia Política da Comunicação ou em permanente diálogo com suas referências e a segunda parte sobre interfaces com outras subáreas em Comunicação, que tanto se afirmam pelas instigantes provocações como por relevantes pontos de tangência merecedoras de investigações a serem elaboradas.

Indo além dos muros da academia, a ULEPICC-Br também jogou seu olhar para a organização da produção para os novos mercados, tanto da Informação como da Comunicação e da Cultura, e sua participação nos circuitos de acumulação do capital (SIMIS, 2009). Com o tema “Digitalização e Sociedade”, o II Encontro da entidade ocorreu em agosto de 2008 na cidade de Bauru-SP, avançando nas propostas apresentadas na edição anterior e ampliando sua participação no debate em torno do tema proposto, tanto do ponto de vista teórico, como do prático e de mercado.

Também nesta edição, a entidade propõe a criação de mais um Grupo de Trabalho e a reorganização temática dos demais. O Quadro 2 mostra a nova classificação desses espaços, com ementas definidas a partir de um processo de amadurecimento iniciado após o I Encontro (SIMIS, 2009).

QUADRO 2 - NÚMERO DE PAPERS PUBLICADOS NO ENCONTRO DA ULEPICC-BR	
2008	
POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO	12
POLÍTICAS CULTURAIS E ECONOMIA DA CULTURA	10
INDÚSTRIAS MUDIÁTICAS	36
COMUNICAÇÃO PÚBLICA, POPULAR OU ALTERNATIVA	17
TEORIAS E TEMAS EMERGENTES	11
TOTAL	86

Fonte: Portal ULEPICC-Br. Elaboração nossa.

Sobre a presença de um GT com o nome de “economia da cultura”, Lopes (2012, p. 178-179) afirma que:

No primeiro Encontro Nacional da Ulepícc-BR, [...] Carmem Lúcia Castro de Lima, então doutoranda do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da UFBA, já apresentava uma análise dos aparatos conceituais, entre eles a economia ou as indústrias “criativas”, usados para descrever esse ramo econômico em ascensão: a produção de bens simbólicos.

Nesta segunda edição, o evento contou com a participação de 106 pesquisadores de todo o país e da Europa, entre eles: Luis Albornoz (Universidad Carlos III, Madrid); Valério Brittos (UNISINOS); Murilo César Ramos (UnB); César Bolaño (UFS); Juliano Maurício de Carvalho (UNESP); Anita Simis (UNESP); Suzy dos Santos (UFRJ); Gilson Schwartz (USP); Adilson Cabral (UFF); Laurindo Leal Filho (USP), entre outros. Além do debate proporcionado pelas mesas, os 86 trabalhos publicados nos anais do evento, os quais versaram, entre outros temas, sobre a economia política, políticas da comunicação, as indústrias culturais, comunicação comunitária, convergência e desafios da digitalização em curso, pavimentaram importante reflexão em torno da temática apresentada naquela edição.

Ainda como resultado desta segunda edição, ainda que com um atraso de cinco anos, foi publicado em novembro 2013 o e-book “Economia política da comunicação: digitalização e Sociedade”, que reúne onze artigos originados das exposições e debates gestados nos painéis do segundo Encontro. O volume desenha o panorama das discussões acerca do tema-chave da referida edição: “Digitalização e sociedade”. Além da reflexão sobre os aspectos ideológicos ocultos no modelo denominado “sociedade da informação”, a obra oferta pistas para entender o processo de digitalização e convergência em curso e os impactos da “reestruturação do capitalismo, que tem na informação e tecnologias vinculadas a sua produção, organização e disseminação como um dos territórios privilégios para sua expansão” (CARVALHO, MAGNONI, PASSOS, 2013. p. 12).

A terceira edição do encontro da ULEPICC-Br, que ocorreu em outubro de 2010, em São Cristóvão, na Universidade Federal de Sergipe (UFS), trouxe como tema geral “A Formação da Economia Política da Comunicação e da Cultura no Brasil e na América Latina: conquistas e desafios”. O encontro reuniu pesquisadores do Brasil e do exterior para discutir a formação e os desafios da EPC em nossa sociedade, bem como sua contribuição para a construção de um pensamento crítico no campo da Comunicação e da Cultura.

O III Encontro da ULEPICC-Br foi composto por quatro painéis temáticos que refletiram sobre a centralidade da economia da arte e da cultura, economia política da comunicação e sobre a relação entre democracia e desenvolvimento. Participaram desta edição 98 pesquisadores de todas as regiões do país e da América Latina.

Ao todo, foram 70 trabalhos publicados divididos em cinco GTs: Políticas de Comunicação; Indústrias Midiáticas; Comunicação Pública, Popular ou Alternativa; Políticas Culturais e Economia da Cultura e Teorias e Temas Emergentes. O Quadro 3 mostra o número de trabalhos publicados por GT.

QUADRO 3 - NÚMERO DE PAPERS PUBLICADOS NO ENCONTRO DA ULEPICC-BR	
2010	
POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO	14
POLÍTICAS CULTURAIS E ECONOMIA DA CULTURA	28
INDÚSTRIAS MIDIÁTICAS	13
COMUNICAÇÃO PÚBLICA, POPULAR OU ALTERNATIVA	6
TEORIAS E TEMAS EMERGENTES	9
TOTAL	70

Fonte: Portal ULEPICC-Br. Elaboração nossa.

Ainda sobre a terceira edição do Encontro, reforçou-se o debate das edições anteriores e os confrontos da EPC no campo comunicacional, de forma a apontar os desafios para seus pesquisadores. O evento reuniu investigadores do Brasil e da América Latina, como: José Marques de Melo (UMESP); Delia Crovi (Univ. Nacional Autónoma do México); Antônio Albino Canelas Rubim (UFBA); Anita Simis (UNESP); Cida Golin (UFRGS); Marcos Dantas (UFRJ); Fernando Oliveira Paulino (UnB); Bruno Lima Rocha (UNISINOS); Jaqueline Dourado (UFPI); Alexandre Barbalho (UFC); Ruy Sardinha Lopes (USP-São Carlos); César Bolaño (UFS) e Valério Brittos (UNISINOS).

A novidade desta edição foi a realização da I Jornada de Doutorandos em Economia Política da Comunicação. Coordenada pelo professor da Universidade do

Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) e então editor da Revista EPTIC Online, Valério Brittos, a atividade reuniu cerca de 90 participantes que assistiram a apresentação de 3 painéis, nos quais foram apresentados 12 trabalhos. A partir de uma perspectiva interdisciplinar, o debate problematizou questões como: patrimônio cultural, meio ambiente, políticas de comunicação, relações Brasil-América Latina, internet e o papel da sociedade civil no início do século XXI.

Em 2012, o IV Encontro do Capítulo Brasil da ULEPICC voltou-se a um tema específico: “Políticas públicas e pluralidade na comunicação e na cultura”. Tema este que permite um importante diálogo com outras análises na Comunicação, caso dos estudos em políticas de comunicação, além de confirmar o caráter propositivo dos estudos da EPC.

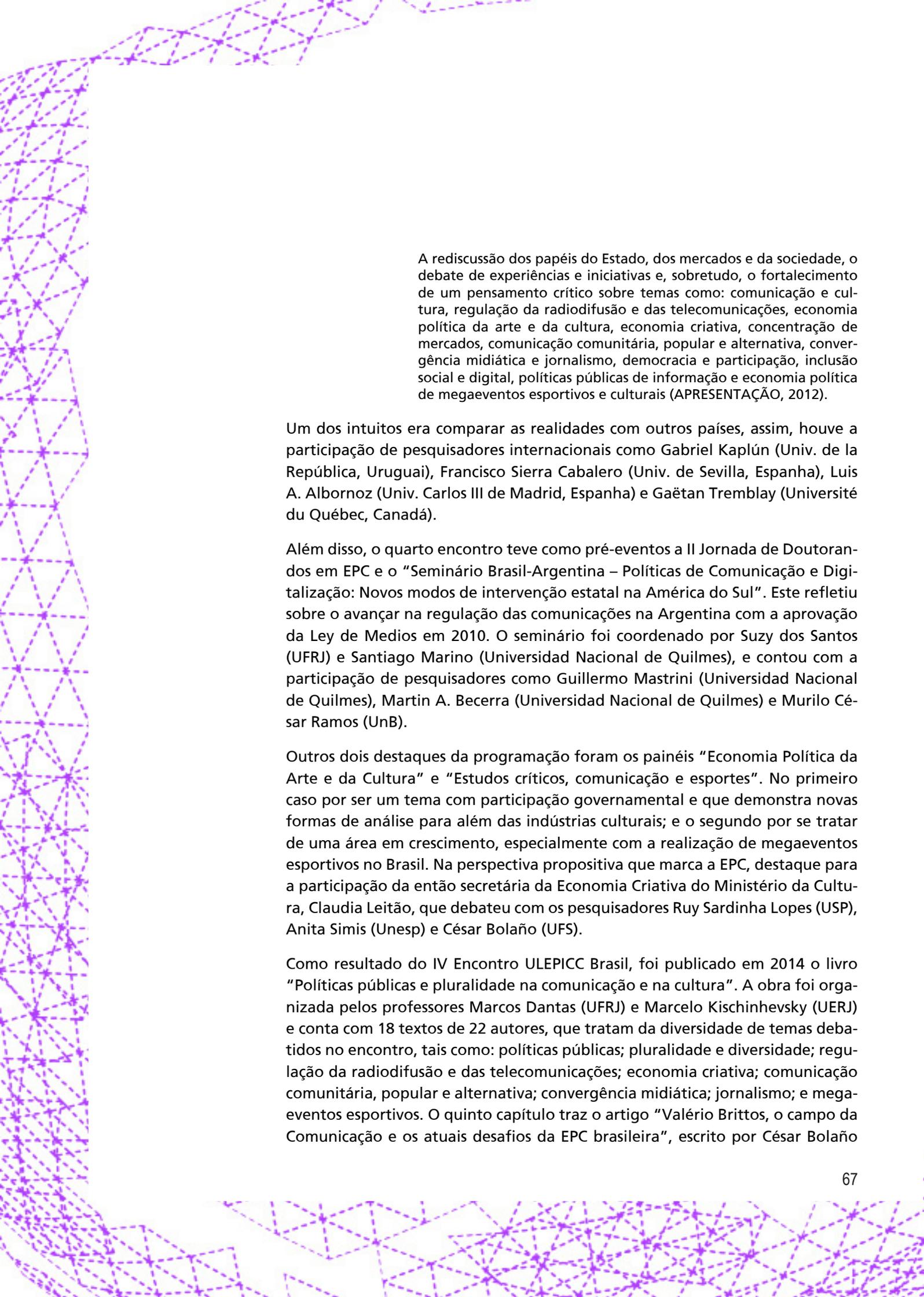
Assim, a pluralidade de temas pôde ser percebida tanto na programação oficial quanto dentre os 104 artigos aprovados para os grupos de trabalho, oriundos de pesquisadores de diferentes Estados do Brasil, além da Argentina e da Espanha. Os grupos se mantiveram os mesmos dos dois encontros anteriores, refletindo a maturidade do evento (ver Quadro 4 a seguir).

QUADRO 4 - NÚMERO DE PAPERS PUBLICADOS NO ENCONTRO DA ULEPICC-BR	
2012	
POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO	14
COMUNICAÇÃO PÚBLICA, POPULAR OU ALTERNATIVA	21
INDÚSTRIAS MIDIÁTICAS	25
POLÍTICAS CULTURAIS E ECONOMIA DA CULTURA	27
TEORIAS E TEMAS EMERGENTES	17
TOTAL	104

Fonte: Portal ULEPICC-Br. Elaboração nossa.

O quarto encontro da entidade ocorreu na Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), com apoio dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação desta universidade e da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), assim como do Programa de Pós-Graduação em Política Social da Universidade Federal Fluminense (UFF) e do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo Cultural (JorCult) da FCS/UERJ.

Foram mais de 200 pesquisadores, professores, estudantes de diferentes níveis de formação – até de cursos como Filosofia e Ciências Sociais – que participaram do evento. Este tinha como objetivo debater a necessidade de novos arcabouços regulatórios que atendam à demanda dos desafios impostos aos Estados-Nação com a expansão das indústrias midiáticas e da velocidade dos avanços das novas tecnologias de informação e comunicação. De acordo com a apresentação do evento, estava em pauta:



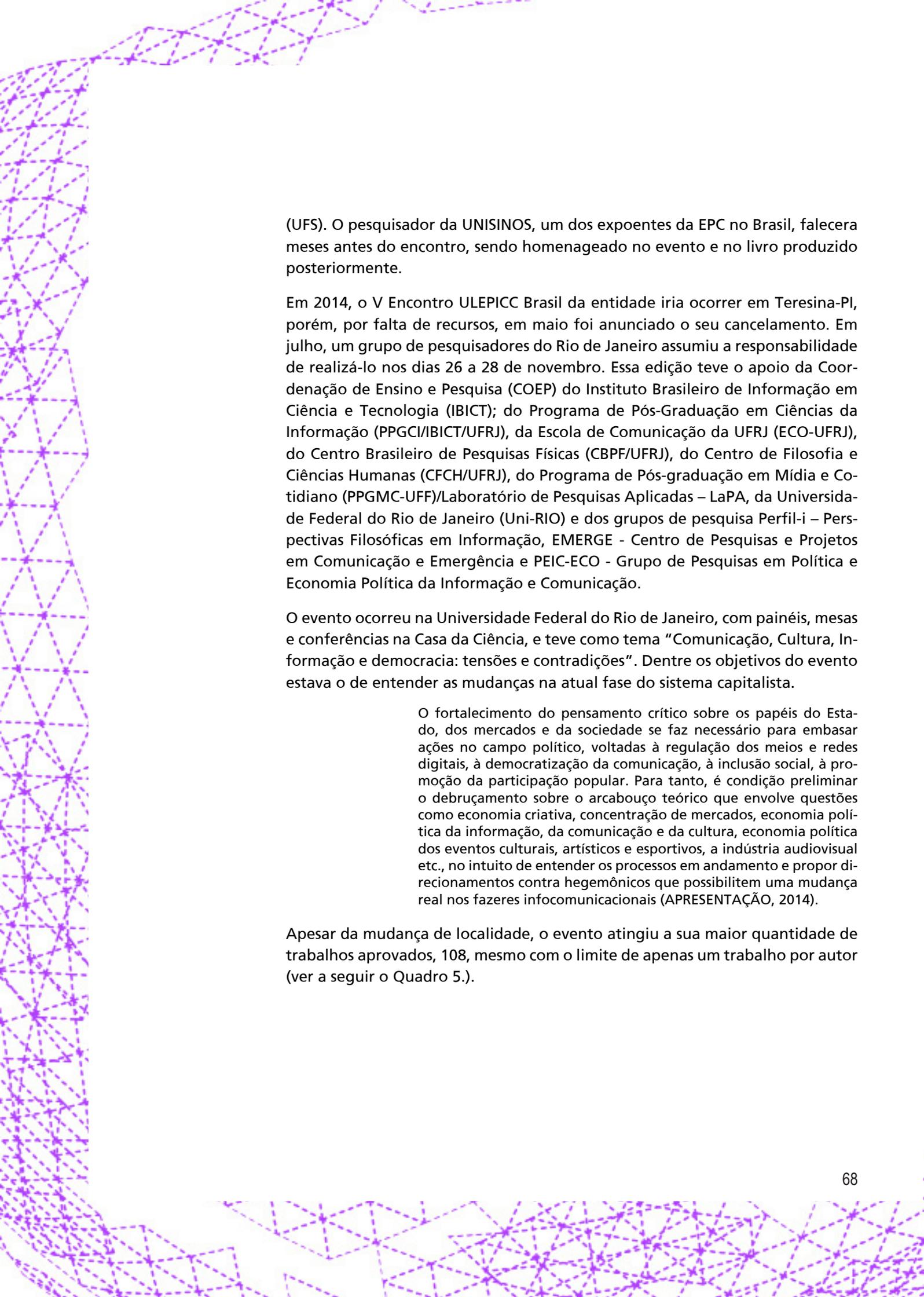
A rediscussão dos papéis do Estado, dos mercados e da sociedade, o debate de experiências e iniciativas e, sobretudo, o fortalecimento de um pensamento crítico sobre temas como: comunicação e cultura, regulação da radiodifusão e das telecomunicações, economia política da arte e da cultura, economia criativa, concentração de mercados, comunicação comunitária, popular e alternativa, convergência midiática e jornalismo, democracia e participação, inclusão social e digital, políticas públicas de informação e economia política de megaeventos esportivos e culturais (APRESENTAÇÃO, 2012).

Um dos intuitos era comparar as realidades com outros países, assim, houve a participação de pesquisadores internacionais como Gabriel Kaplún (Univ. de la República, Uruguai), Francisco Sierra Cabalero (Univ. de Sevilla, Espanha), Luis A. Albornoz (Univ. Carlos III de Madrid, Espanha) e Gaëtan Tremblay (Université du Québec, Canadá).

Além disso, o quarto encontro teve como pré-eventos a II Jornada de Doutorandos em EPC e o “Seminário Brasil-Argentina – Políticas de Comunicação e Digitalização: Novos modos de intervenção estatal na América do Sul”. Este refletiu sobre o avançar na regulação das comunicações na Argentina com a aprovação da Ley de Medios em 2010. O seminário foi coordenado por Suzy dos Santos (UFRJ) e Santiago Marino (Universidad Nacional de Quilmes), e contou com a participação de pesquisadores como Guillermo Mastrini (Universidad Nacional de Quilmes), Martin A. Becerra (Universidad Nacional de Quilmes) e Murilo César Ramos (UnB).

Outros dois destaques da programação foram os painéis “Economia Política da Arte e da Cultura” e “Estudos críticos, comunicação e esportes”. No primeiro caso por ser um tema com participação governamental e que demonstra novas formas de análise para além das indústrias culturais; e o segundo por se tratar de uma área em crescimento, especialmente com a realização de megaeventos esportivos no Brasil. Na perspectiva propositiva que marca a EPC, destaque para a participação da então secretária da Economia Criativa do Ministério da Cultura, Claudia Leitão, que debateu com os pesquisadores Ruy Sardinha Lopes (USP), Anita Simis (Unesp) e César Bolaño (UFS).

Como resultado do IV Encontro ULEPICC Brasil, foi publicado em 2014 o livro “Políticas públicas e pluralidade na comunicação e na cultura”. A obra foi organizada pelos professores Marcos Dantas (UFRJ) e Marcelo Kischinhevsky (UERJ) e conta com 18 textos de 22 autores, que tratam da diversidade de temas debatidos no encontro, tais como: políticas públicas; pluralidade e diversidade; regulação da radiodifusão e das telecomunicações; economia criativa; comunicação comunitária, popular e alternativa; convergência midiática; jornalismo; e megaeventos esportivos. O quinto capítulo traz o artigo “Valério Brittos, o campo da Comunicação e os atuais desafios da EPC brasileira”, escrito por César Bolaño



(UFS). O pesquisador da UNISINOS, um dos expoentes da EPC no Brasil, falecera meses antes do encontro, sendo homenageado no evento e no livro produzido posteriormente.

Em 2014, o V Encontro ULEPICC Brasil da entidade iria ocorrer em Teresina-PI, porém, por falta de recursos, em maio foi anunciado o seu cancelamento. Em julho, um grupo de pesquisadores do Rio de Janeiro assumiu a responsabilidade de realizá-lo nos dias 26 a 28 de novembro. Essa edição teve o apoio da Coordenação de Ensino e Pesquisa (COEP) do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT); do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Informação (PPGCI/IBICT/UFRJ), da Escola de Comunicação da UFRJ (ECO-UFRJ), do Centro Brasileiro de Pesquisas Físicas (CBPF/UFRJ), do Centro de Filosofia e Ciências Humanas (CFCH/UFRJ), do Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC-UFF)/Laboratório de Pesquisas Aplicadas – LaPA, da Universidade Federal do Rio de Janeiro (Uni-RIO) e dos grupos de pesquisa Perfil-i – Perspectivas Filosóficas em Informação, EMERGE - Centro de Pesquisas e Projetos em Comunicação e Emergência e PEIC-ECO - Grupo de Pesquisas em Política e Economia Política da Informação e Comunicação.

O evento ocorreu na Universidade Federal do Rio de Janeiro, com painéis, mesas e conferências na Casa da Ciência, e teve como tema “Comunicação, Cultura, Informação e democracia: tensões e contradições”. Dentre os objetivos do evento estava o de entender as mudanças na atual fase do sistema capitalista.

O fortalecimento do pensamento crítico sobre os papéis do Estado, dos mercados e da sociedade se faz necessário para embasar ações no campo político, voltadas à regulação dos meios e redes digitais, à democratização da comunicação, à inclusão social, à promoção da participação popular. Para tanto, é condição preliminar o debruçamento sobre o arcabouço teórico que envolve questões como economia criativa, concentração de mercados, economia política da informação, da comunicação e da cultura, economia política dos eventos culturais, artísticos e esportivos, a indústria audiovisual etc., no intuito de entender os processos em andamento e propor direcionamentos contra hegemônicos que possibilitem uma mudança real nos fazeres infocomunicacionais (APRESENTAÇÃO, 2014).

Apesar da mudança de localidade, o evento atingiu a sua maior quantidade de trabalhos aprovados, 108, mesmo com o limite de apenas um trabalho por autor (ver a seguir o Quadro 5.).

QUADRO 5 - NÚMERO DE PAPERS PUBLICADOS NO II ENCONTROS DA ULEPICC-BR

2014	
POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO	17
COMUNICAÇÃO PÚBLICA, POPULAR OU ALTERNATIVA	32
INDÚSTRIAS MIDIÁTICAS	14
POLÍTICAS CULTURAIS E ECONOMIA DA CULTURA	17
TEORIAS E TEMAS EMERGENTES	14
ÉTICA, POLÍTICA E EPISTEMOLOGIA DA COMUNICAÇÃO	14
TOTAL	108

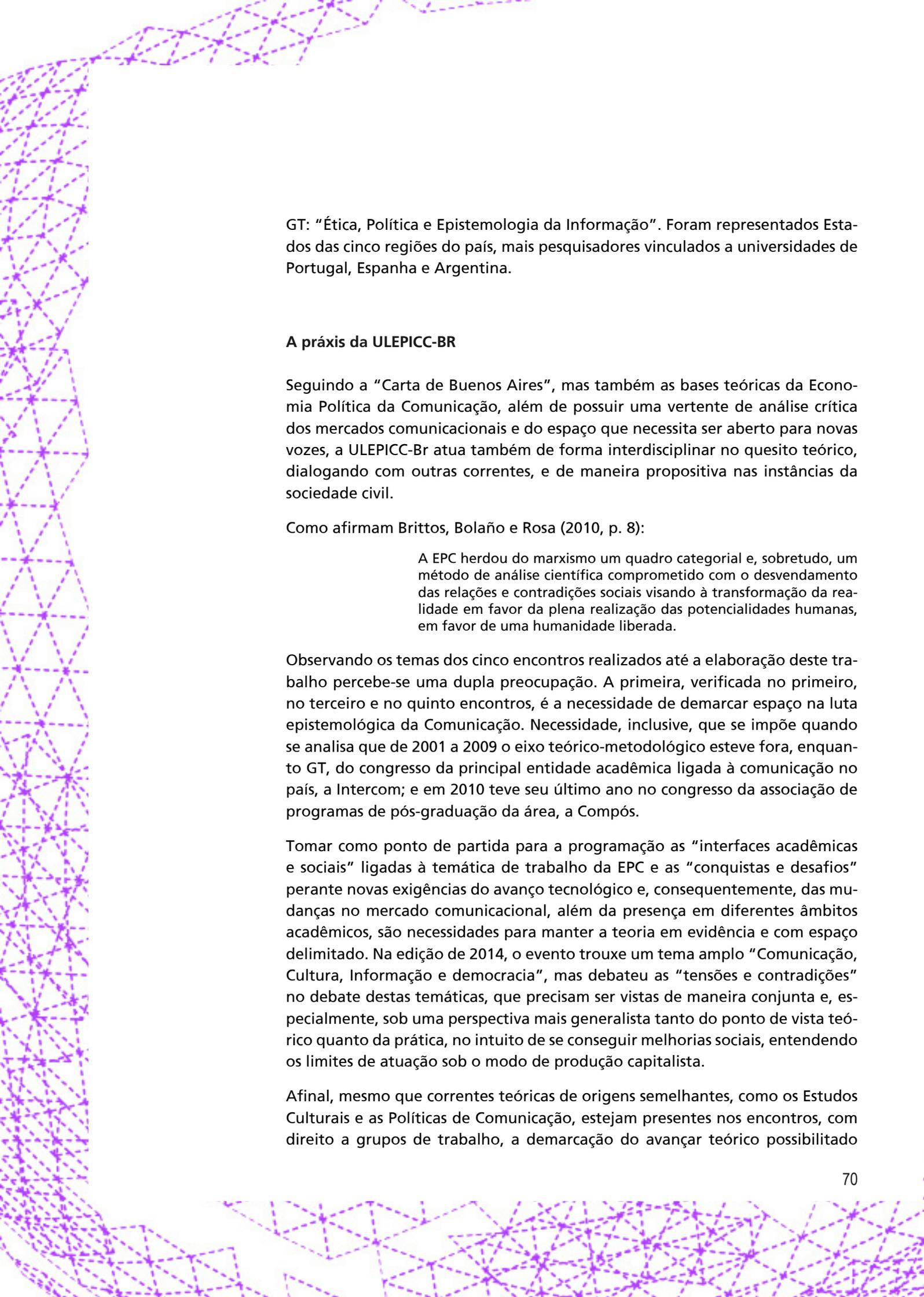
Fonte: Portal ULEPICC-Br. Elaboração nossa.

De acordo com dados da organização, foram cerca de 200 inscritos neste V Encontro (ULEPICC-Brasil, 2014b), que acompanharam e participaram de debates a partir das exposições de pesquisadores como: Bruno Lima Rocha (UNISINOS/ESPM-Sul/UNIFIN); César Bolaño (UFS); Alain Herscovici (UFES); Ruy Sardinha Lopes (USP); Roque Faraone (UdeLar-URU); Anita Simis (UNESP); Laurindo Leal Filho (USP); Adilson Cabral (UFF); Maria Nélide González de Gomes (UFF); Regina Marteletto (IBICT/UFRJ); Marcos Dantas (UFRJ/IBICT); William Dias Braga (UFRJ); Eula Cabral (IBICT); Luiz Albornoz (UC3M-ESP) e Rafael Capurro (Hochschule der Medien, Stuttgart-ALE).

Ainda sobre a construção dos espaços desta edição, diferente das duas últimas edições, não foi realizado a Jornada de Doutorandos – pré-encontro organizado em 2008 e 2010. Por outro lado, a ULEPICC-Br promoveu no dia 26 de dezembro o Fórum CEPOS/NIEG, que refletiu sobre o tema “Mídia e Capital Financeiro: quando o jornalismo econômico é o discurso de legitimação” e contou com as participações dos professores Bruno Lima Rocha (ESPM/UNISINOS/UNIFIN), César Bolaño (UFS) e Alain Herscovici (UFES). Entre outras informações, destacaram a importância de a Economia estudar a comunicação e a informação e o papel de legitimação do jornalismo econômico frente às atitudes de atores do mercado financeiro, especialmente os de discurso neoliberal.

Um resultado imediato observado no decorrer do evento foi o amadurecimento das discussões travadas no interior da entidade ao longo desta década, com destaque para o debate epistemológico e a localização dos estudos de EPC no campo da Comunicação. Movimento que foi marcado pela reflexão em torno de temas como: Ética, Informação, Desenvolvimento, Políticas de Comunicação, Tecnologia e Epistemologia, os quais serviram de barema para a construção dos espaços dos Grupos de Trabalho (GT).

Os espaços dos GTs foi tomado por discussões centrais, que a partir das reflexões de pesquisadores de diferentes níveis, abrigaram, para além da Comunicação, contribuições da Filosofia e das Ciências da Informação, esta geralmente representada por investigadores do IBICT. Esse movimento inspirou a criação de mais



GT: “Ética, Política e Epistemologia da Informação”. Foram representados Estados das cinco regiões do país, mais pesquisadores vinculados a universidades de Portugal, Espanha e Argentina.

A práxis da ULEPICC-BR

Seguindo a “Carta de Buenos Aires”, 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.

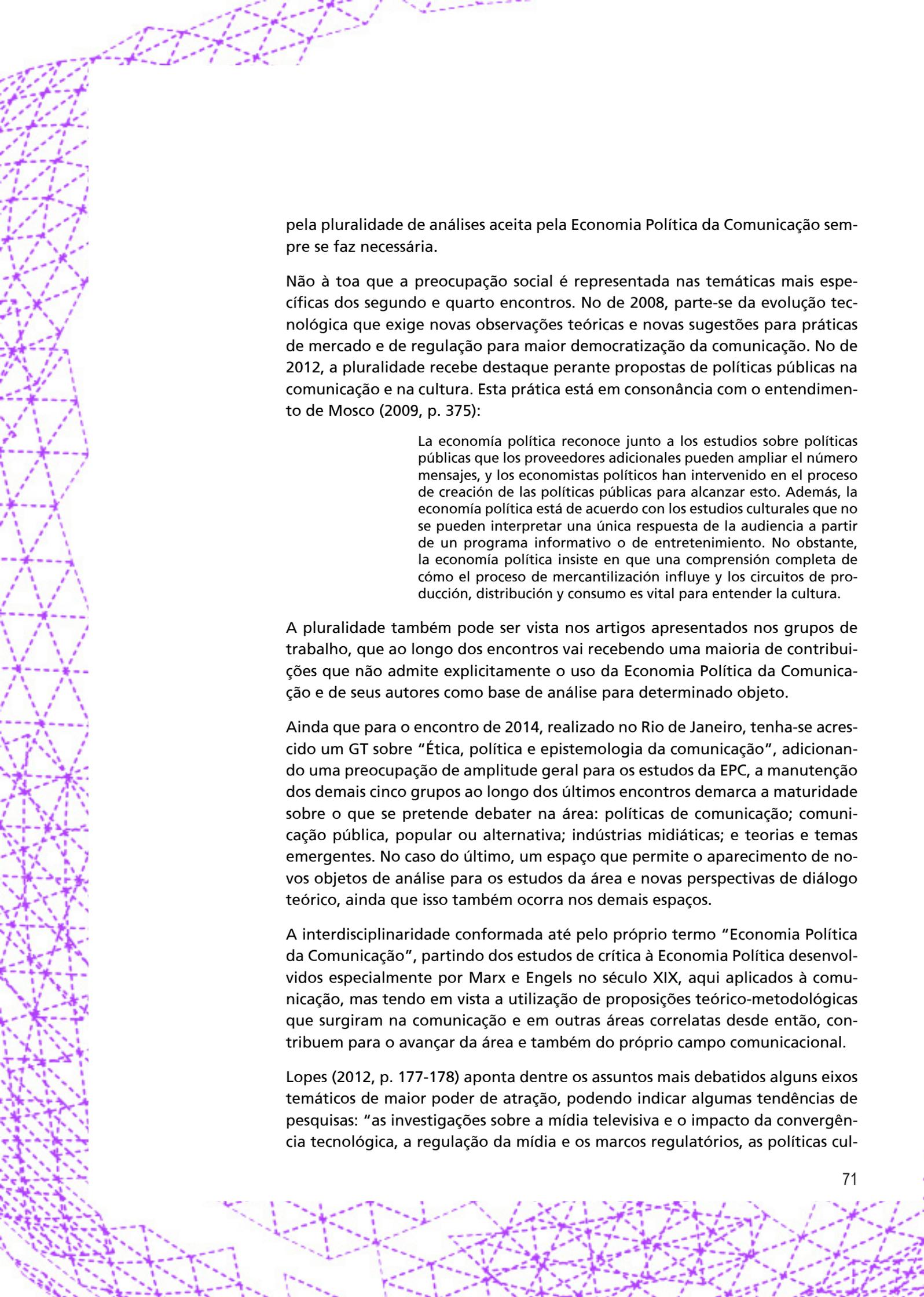
Como afirmam Brittos, Bolaño e Rosa (2010, p. 8):

A EPC herdou do marxismo um quadro categorial e, sobretudo, um método de análise científica comprometido com o desvendamento das relações e contradições sociais visando à transformação da realidade em favor da plena realização das potencialidades humanas, em favor de uma humanidade liberada.

Observando os temas dos cinco encontros realizados até a elaboração deste trabalho percebe-se uma dupla preocupação. A primeira, verificada no primeiro, no terceiro e no quinto encontros, é a necessidade de demarcar espaço na luta epistemológica da Comunicação. Necessidade, inclusive, que se impõe quando se analisa que de 2001 a 2009 o eixo teórico-metodológico esteve fora, enquanto GT, do congresso da principal entidade acadêmica ligada à comunicação no país, a Intercom; e em 2010 teve seu último ano no congresso da associação de programas de pós-graduação da área, a Compós.

Tomar como ponto de partida para a programação as “interfaces acadêmicas e sociais” ligadas à temática de trabalho da EPC e as “conquistas e desafios” perante novas exigências do avanço tecnológico e, conseqüentemente, das mudanças no mercado comunicacional, além da presença em diferentes âmbitos acadêmicos, são necessidades para manter a teoria em evidência e com espaço delimitado. Na edição de 2014, o evento trouxe um tema amplo “Comunicação, Cultura, Informação e democracia”, mas debateu as “tensões e contradições” no debate destas temáticas, que precisam ser vistas de maneira conjunta e, especialmente, sob uma perspectiva mais generalista tanto do ponto de vista teórico quanto da prática, no intuito de se conseguir melhorias sociais, entendendo os limites de atuação sob o modo de produção capitalista.

Afinal, mesmo que correntes teóricas de origens semelhantes, como os Estudos Culturais e as Políticas de Comunicação, estejam presentes nos encontros, com direito a grupos de trabalho, a demarcação do avançar teórico possibilitado



pela pluralidade de análises aceita pela Economia Política da Comunicação sempre se faz necessária.

Não à toa que a preocupação social é representada nas temáticas mais específicas dos segundo e quarto encontros. No de 2008, parte-se da evolução tecnológica que exige novas observações teóricas e novas sugestões para práticas de mercado e de regulação para maior democratização da comunicação. No de 2012, a pluralidade recebe destaque perante propostas de políticas públicas na comunicação e na cultura. Esta prática está em consonância com o entendimento de Mosco (2009, p. 375):

La economía política reconoce junto a los estudios sobre políticas públicas que los proveedores adicionales pueden ampliar el número mensajes, y los economistas políticos han intervenido en el proceso de creación de las políticas públicas para alcanzar esto. Además, la economía política está de acuerdo con los estudios culturales que no se pueden interpretar una única respuesta de la audiencia a partir de un programa informativo o de entretenimiento. No obstante, la economía política insiste en que una comprensión completa de cómo el proceso de mercantilización influye y los circuitos de producción, distribución y consumo es vital para entender la cultura.

A pluralidade também pode ser vista nos artigos apresentados nos grupos de trabalho, que ao longo dos encontros vai recebendo uma maioria de contribuições que não admite explicitamente o uso da Economia Política da Comunicação e de seus autores como base de análise para determinado objeto.

Ainda que para o encontro de 2014, realizado no Rio de Janeiro, tenha-se acrescentado um GT sobre “Ética, política e epistemologia da comunicação”, adicionando uma preocupação de amplitude geral para os estudos da EPC, a manutenção dos demais cinco grupos ao longo dos últimos encontros demarca a maturidade sobre o que se pretende debater na área: políticas de comunicação; comunicação pública, popular ou alternativa; indústrias midiáticas; e teorias e temas emergentes. No caso do último, um espaço que permite o aparecimento de novos objetos de análise para os estudos da área e novas perspectivas de diálogo teórico, ainda que isso também ocorra nos demais espaços.

A interdisciplinaridade conformada até pelo próprio termo “Economia Política da Comunicação”, partindo dos estudos de crítica à Economia Política desenvolvidos especialmente por Marx e Engels no século XIX, aqui aplicados à comunicação, mas tendo em vista a utilização de proposições teórico-metodológicas que surgiram na comunicação e em outras áreas correlatas desde então, contribuem para o avançar da área e também do próprio campo comunicacional.

Lopes (2012, p. 177-178) aponta dentre os assuntos mais debatidos alguns eixos temáticos de maior poder de atração, podendo indicar algumas tendências de pesquisas: “as investigações sobre a mídia televisiva e o impacto da convergência tecnológica, a regulação da mídia e os marcos regulatórios, as políticas cul-

turais e o direito à comunicação”.

Pela perspectiva praxiológica desde sua origem, a ULEPICC-Br vai além da organização de encontros bianuais e do estímulo à produção contra hegemônica e a uma maior democratização dos meios de comunicação apenas na esfera acadêmica, que, como visto pelos temas mais discutidos, é uma preocupação dos seus associados e dos pesquisadores que participam de seus eventos.

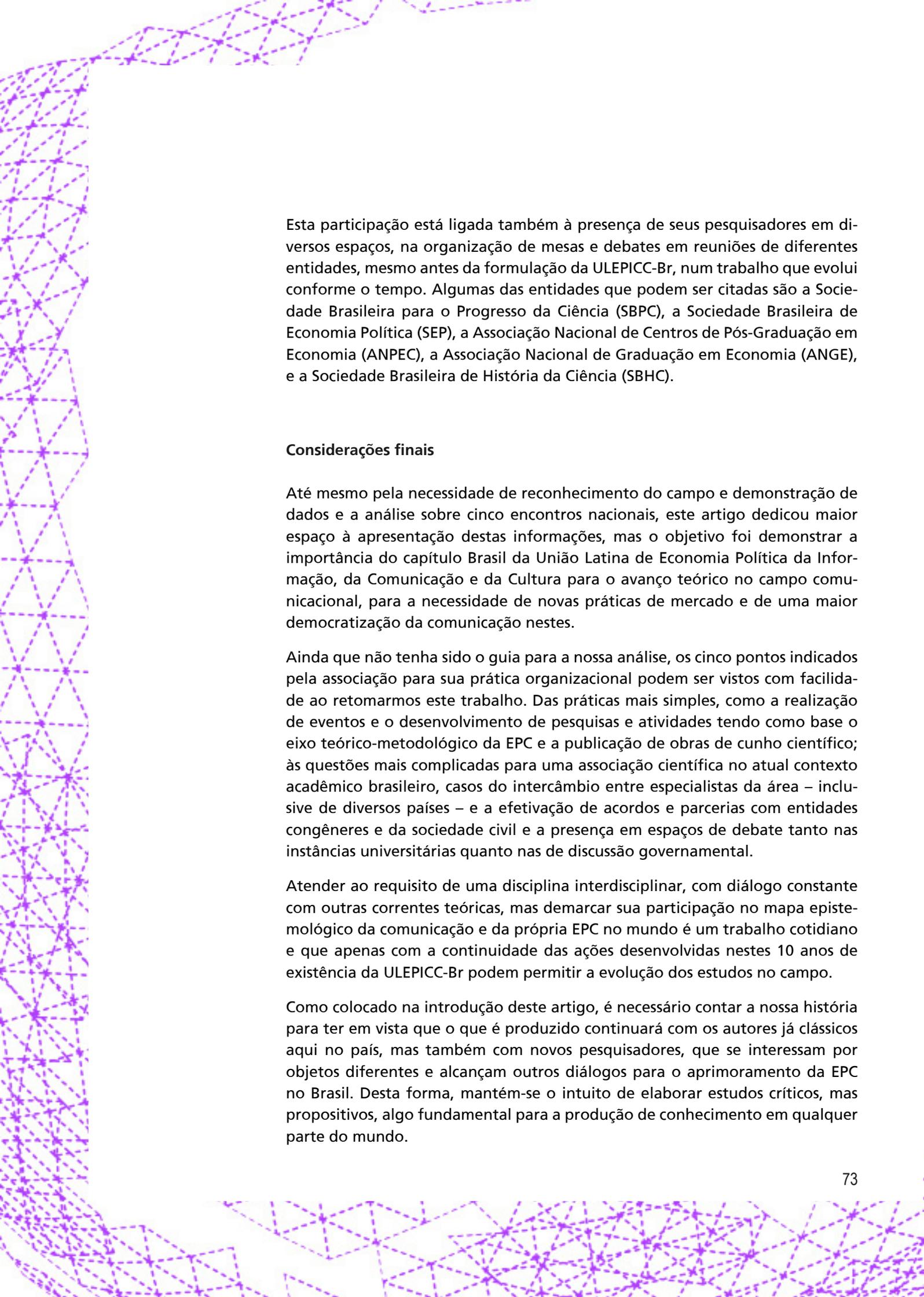
Em avaliação da Economia Política da Comunicação em 2012, Lopes (2013, p. 240-241) elenca a atuação da entidade em importantes temas da agenda nacional, tendo em vista a necessidade de um novo marco regulatório das mídias no país:

A ULEPICC-Brasil participou do Seminário Internacional sobre a Regulação da Comunicação Pública; integrou a coordenação (como membro da sociedade civil) da Frente Parlamentar pela Liberdade de Expressão e pelo Direito à Comunicação com Participação Popular (Frentecom); participou da elaboração da Plataforma para um novo marco regulatório das comunicações no Brasil; ofereceu apoio institucional à campanha “Para expressar a liberdade”; além de participar da audiência pública no Supremo Tribunal Federal (STF), como parte do julgamento das ações diretas de inconstitucionalidade (Adins) nos 4.679, 4.756 e 4.747, que questionam a Lei nº 12.485, que regulamenta a televisão por assinatura no Brasil.

A participação nestes espaços é importante para resgatar o intercâmbio da academia com a realidade, com a primeira muitas vezes presa às exigências de resultados de produção em vez de pensar em repassar o que é produzido, estabelecendo um diálogo com a sociedade para além dos muros universitários. A partir disso, a ULEPICC-Br tenta construir, junto com outras entidades sociais, uma agenda de discussões em busca de uma estrutura comunicacional mais inclusiva.

Neste sentido, uma importante vitória alcançada em 2013 foi a eleição do diretor da ULEPICC-Br e professor titular da Escola de Comunicação da UFRJ, Marcos Dantas, para ocupar a terceira cadeira da representação acadêmica no Comitê Gestor da Internet do Brasil (CGI.br), que é a principal entidade de governança da Internet no país, que desde que passara a ter a configuração atual, em 2003, sempre esteve a cargo de entidades oriundas dos campos de Engenharia:

Ao postular a candidatura do Prof. Dantas, a ULEPICC-Br, com apoio da SOCICOM [Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação], pretendeu justamente introduzir na agenda do CGI.br pontos próprios às visões de mundo e das agendas de pesquisa dos campos sociais e humanistas, pontos esses aliás que estão inclusive pautando amplo debate na sociedade, como, por exemplo, o que testemunhamos a respeito do Marco Civil da Internet. Aliás, por esta lei que vem de ser homologada pela Presidente Dilma Rousseff, o CGI.br ganhará um protagonismo político ainda mais relevante pois, junto com a ANATEL, a ele caberá debater a regulamentação de pontos polêmicos, como a neutralidade de rede (ULEPICC-Brasil, 2014c).



Esta participação está ligada também à presença de seus pesquisadores em diversos espaços, na organização de mesas e debates em reuniões de diferentes entidades, mesmo antes da formulação da ULEPICC-Br, num trabalho que evolui conforme o tempo. Algumas das entidades que podem ser citadas são a Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), a Sociedade Brasileira de Economia Política (SEP), a Associação Nacional de Centros de Pós-Graduação em Economia (ANPEC), a Associação Nacional de Graduação em Economia (ANGE), e a Sociedade Brasileira de História da Ciência (SBHC).

Considerações finais

Até mesmo pela necessidade de reconhecimento do campo e demonstração de dados e a análise sobre cinco encontros nacionais, este artigo dedicou maior espaço à apresentação destas informações, mas o objetivo foi demonstrar a importância do capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura para o avanço teórico no campo comunicacional, para a necessidade de novas práticas de mercado e de uma maior democratização da comunicação nestes.

Ainda que não tenha sido o guia para a nossa análise, os cinco pontos indicados pela associação para sua prática organizacional podem ser vistos com facilidade ao retomarmos este trabalho. Das práticas mais simples, como a realização de eventos e o desenvolvimento de pesquisas e atividades tendo como base o eixo teórico-metodológico da EPC e a publicação de obras de cunho científico; às questões mais complicadas para uma associação científica no atual contexto acadêmico brasileiro, casos do intercâmbio entre especialistas da área – inclusive de diversos países – e a efetivação de acordos e parcerias com entidades congêneres e da sociedade civil e a presença em espaços de debate tanto nas instâncias universitárias quanto nas de discussão governamental.

Atender ao requisito de uma disciplina interdisciplinar, com diálogo constante com outras correntes teóricas, mas demarcar sua participação no mapa epistemológico da comunicação e da própria EPC no mundo é um trabalho cotidiano e que apenas com a continuidade das ações desenvolvidas nestes 10 anos de existência da ULEPICC-Br podem permitir a evolução dos estudos no campo.

Como colocado na introdução deste artigo, é necessário contar a nossa história para ter em vista que o que é produzido continuará com os autores já clássicos aqui no país, mas também com novos pesquisadores, que se interessam por objetos diferentes e alcançam outros diálogos para o aprimoramento da EPC no Brasil. Desta forma, mantém-se o intuito de elaborar estudos críticos, mas propositivos, algo fundamental para a produção de conhecimento em qualquer parte do mundo.

REFERÊNCIAS

APRESENTAÇÃO. Disponível em: < http://ulepiccbrasil5.org.br/?page_id=2>. Acesso em: 09 dez. 2014.

APRESENTAÇÃO. In: **ENCONTRO NACIONAL DA ULEPICC BRASIL, 4**, Rio de Janeiro, 2012. **Anais**. Rio de Janeiro: ULEPICC-Brasil, 2012.

BOLAÑO, César. Ulepcc-Br: 10 anos. [jun. 2014] Entrevistadora: Joanne Mota. São Cristóvão-SE, 09 jun. 2014.

BOLAÑO, César R. S.; NARVÁEZ, Ancízar; LOPES, Ruy Sardinha. Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura. In BOLAÑO,C., DRUETTA,D.,CIMADEVILLA,G.(ed.)- **La contribución de América Latina al campo de la comunicación**. ALAIC,2014 (no prelo)

BRITTOS, Valério Cruz. Gênese e constituição da Biblioteca EPTIC. **Bibliocom**, São Paulo, v.2, n.2, p. 2-13, mar.-abr. 2009.

BRITTOS, Valério Cruz; Cabral, Adilson. Economia Política da Comunicação: interfaces brasileiras. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, 31, Natal, 2008. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2008.

BRITTOS, Valério; BOLAÑO, César; ROSA, Ana Maria. O GT Economia política e políticas de comunicação da Compós e a construção de uma epistemologia crítica da comunicação. In: **ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS**, 19, Rio de Janeiro, 2010. **Anais**. Rio de Janeiro: Compós, 2010.

CABRAL, Eula Dantas Taveira. Transparência na sociedade do conhecimento: ingrediente essencial para governos, sociedade civil e empresários. Disponível em: <<http://www.comunicacao.pro.br/setepontos/21/infosoccom.htm>>. Acesso em: 26 jun. 2014.

CARTA de Buenos Aires. Disponível em: <http://www2.eptic.com.br/ulepicc_internacional/interna.php?c=35>. Acesso em: 02 jun. 2014.

CARVALHO , Juliano Maurício de; MAGNONI, Antonio Francisco; PASSOS, Mateus Yuri (Orgs). **Economia Política da Comunicação: Digitalização e Sociedade**. São Paulo: Cultura Acadêmica Editora, 2013.

HERSCOVICI, Alain; BOLAÑO, César; VASCONCELOS, Daniel. **Economia Política da Internet**. Aracaju/São Paulo: EDUFS/EDUC, 2007.

LOPES, Ruy Sardinha. Economia Política da Comunicação. In: CASTRO, Daniel;

MELO, José Marques de. **Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil 2011-2012**. v. 2: Flagrantes. Brasília: Ipea, 2012. p. 175-184.

LOPES, Ruy Sardinha. Economia Política da Comunicação. In: LIMA, João Cláudio Garcia R.; MELO, José Marques de. **Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil 2012-2013**. v. 3: Flagrantes. Brasília: Ipea, 2013. p. 239-244.

MOSCO, Vincent. **La Economía Política de la Comunicación: reformulación y renovación**. Barcelona: Bosch, 2009.

PROGRAMAÇÃO completa. 1º Encontro da Ulepicc-Brasil. Disponível em: <http://www.comunicacao.pro.br/ulepiccbrasil_encontro/programa.htm>. Acesso em: 23 jun. 2014.

SIMIS, Anita (2009). Ulepicc-Brasil: uma associação científica que discute Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura. **Global Media Journal – Brazilian Edition**, v. 1, n. 1, p. 1-5, primavera 2009.

ULEPICC-Brasil. Diretor da ULEPICC-Br eleito para o CGI.br. Disponível em: <<http://www.ulepicc.org.br/diretor-da-ulepicc-br-eleito-para-o-cgi-br/>>. Acesso em: 26 jun. 2014. 2014c.

ULEPICC-Brasil. Quem somos. Disponível em: <<http://www.ulepicc.org.br/quem-somos/>>. Acesso em: 23 jun. 2014. 2014a.

ULEPICC-Brasil. V ENCONTRO e nova gestão da ULEPICC Brasil. Disponível em: <<http://www.ulepicc.org.br/v-encontro-e-nova-gestao-da-ulepicc-brasil/>>. Acesso em: 09 dez. 2014. 2014b.