

JÚLIO A. AZEVEDO & ANDERSON D. G. DOS SANTOS &  
JOANNE S. MOTA

## O AVANÇO CONCEITUAL DO SUBCAMPO DA ECONOMIA POLÍTICA DA INFORMAÇÃO, DA COMUNICAÇÃO E DA CULTURA A PARTIR DA REVISTA EPTIC

*EL AVANCE CONCEPTUAL DEL SUBCAMPO  
ECONOMÍA POLÍTICA DE LA INFORMACIÓN,  
COMUNICACIÓN Y CULTURA DE LA REVISTA  
EPTIC*

*THE CONCEPTUAL ADVANCE OF THE SUBFIELD  
OF POLITICAL ECONOMY OF INFORMATION,  
COMMUNICATION AND CULTURE FROM THE  
EPTIC MAGAZINE*

*Recebido em: 31 out. 2015*

*Aceito em: 30 abr. 2016*

Júlio Arantes Azevedo: Universidade de São Paulo (São Paulo-SP, Brasil)

Jornalista e Mestre em Linguística com ênfase em Análise do Discurso pela UFAL e Doutor em Ciências da Comunicação pelo PPGCOM da ECA-USP. É pesquisador do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT).

Contato: [julio.arantes@usp.br](mailto:julio.arantes@usp.br)

Anderson David Gomes dos Santos: Universidade Federal de Alagoas (Santana do Ipanema-AL, Brasil) Professor da UFAL. Jornalista graduado em Comunicação Social pela UFAL, mestre em Ciências da Comunicação pela Unisinos e membro do grupo de pesquisa Comunicação, Economia Política e Sociedade (CEPOS).

Contato: [anderson.santos@gmail.com](mailto:anderson.santos@gmail.com)

Joanne Santos Mota: Universidade Federal de Sergipe (Aracaju-SE, Brasil)

Mestranda do PPGCOM da UFS; Pós-Graduada em Globalização e Cultura pela Faculdade de Sociologia e Política de São Paulo. Vinculada ao Observatório de Economia e Comunicação (Obscom/UFS); integrante da Rede Eptic, editora do Portal Eptic.

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

ISSN (2236-8000)

políticas de comunicação

## RESUMO

Este artigo faz parte de um projeto que busca mapear os estudos da Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (EPC) no Brasil, dando sequência a uma pesquisa que analisou de forma mais quantitativa e estrutural o período de 1999 a 2015 da Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (Revista EPTIC), o primeiro periódico científico a dedicar-se à divulgação e ao fomento de pesquisas em EPC na América Latina. Assim, o trabalho, a partir de uma amostra, analisará quais conceitos ligados a este eixo teórico-metodológico são apresentados neste período, levando em consideração os artigos que têm a EPC como palavra-chave; e, a partir disso, verificará quais autores são citados e se isso tem influência do objeto de estudo.

**PALAVRAS-CHAVES:** Economia Política da Comunicação; Revista EPTIC Online; Epistemologia.

## RESUMEN

Este artículo es parte de un proyecto que busca un mapa de los estudios de Economía Política de la Información, Comunicación y Cultura (EPC) en Brasil, a raíz de una investigación que analizó de manera más cuantitativa y estructuralmente el período de 1999 a 2015 el Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (Revista EPTIC), la primera revista dedicó a la difusión y promoción de la investigación en EPC en América Latina. Así que el trabajo, a partir de una muestra, analizar cuales conceptos vinculados a este eje teórico-metodológico se muestra en este período, teniendo en cuenta los elementos que tienen el EPC como palabra clave; y, a partir de eso, comprobar que los autores se citan y si afecta el objeto de estudio.

**PALABRAS-CHAVES:** Economía Política de la Comunicación; Revista EPTIC; Epistemología.

## ABSTRACT

This article is part of a project that seeks to map the studies of Political Economy of Information, Communication and Culture (EPC) in Brazil, following on from research that analyzed more quantitatively and structurally the period 1999-2015 the Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (Revista EPTIC), the first journal dedicated himself to the dissemination and promotion of research in EPC in Latin America. So the work, from a sample, analyze what concepts linked to this theoretical-methodological axis is displayed in this period, taking into account the items that have the EPC as a keyword; and, from that, check which authors are cited and if it affects the object of study.

**KEYWORDS:** Political Economy of Communication; Revista EPTIC; Epistemology.

## INTRODUÇÃO

Este artigo faz parte de um projeto que busca mapear os estudos da Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura – doravante EPC, sigla que este eixo teórico-metodológico se difundiu no âmbito científico – no Brasil, dando sequência a dois trabalhos anteriores que analisaram de forma mais quantitativa e estrutural o período de 1999 a 2015 da Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (Revista EPTIC).

A Revista EPTIC é produzida pelo Observatório de Economia e Comunicação (OBSCOM), ligado ao Núcleo de Pós-Graduação e Pesquisa em Economia (NUPEC) e ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (UFS). Publicada ininterruptamente desde 1999, com periodicidade quadrimestral, é a primeira revista eletrônica, de acesso público e gratuito, publicada no Brasil, sendo voltada especificamente para a EPC e suas interfaces.

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. O periódico apresenta interlocução com outras matrizes teóricas do pensamento social e comunicacional, com abertura para contribuições plurais, ao tempo em que congrega em torno de si grandes expoentes da EPC.

Ainda que a Ibero-América seja sua circunscrição natural, a quase inexistência<sup>1</sup> de outros periódicos voltados para essa temática reforça o impacto mundial que a revista tem, ainda que suas edições não sejam bilíngues ou em inglês. Recuperar e analisar, pois, sua história torna-se fundamental para o melhor entendimento da consolidação desse subcampo no Brasil e na América Latina e, por conseguinte, no resto do mundo.

Este trabalho analisará como e quais conceitos ligados a este eixo teórico-metodológico são apresentados na revista. Logo, o intuito deste artigo é aproveitar a coleta de dados e elementos de análise apresentados de forma inicial nos textos anteriores para verificar o importante papel da revista para a consolidação deste subcampo comunicacional.

Para realizar a análise, foi utilizada a metodologia que segue:

1 – Seleção dos artigos que continham termos como “Economia Política”, “Economia Política da Comunicação” e “Economia da Comunicação e da Cultura” nos títulos, resumos ou palavras-chave, partindo, assim, do sítio do periódico como fonte primária (<http://revistaeptic.ufs.br>). Dado o espaço disponível para apresentação dos dados, optou-se por uma amostragem, que considera metade das edições (2000, 2002, 2004, 2006, 2008, 2009, 2011 e 2013);

2 – A partir deste primeiro filtro, realizamos uma leitura dos artigos, verificando conceitos criados e desenvolvidos pela EPC, como nos casos de “padrão tecno-estético”, “funções da Indústria Cultural”, “mercadoria audiência” e “Fase da Multiplicidade da Oferta”. Optamos por resgatar

<sup>1</sup> Outras duas revistas internacionais, de periodicidade semestral, que têm uma perspectiva teórico-metodológica parecida são: Triple C: Communication, Capitalism & Critique (<http://www.triple-c.at>), que existe desde 2003; e The Political Economy of Communication, periódico publicado pela seção de Economia Política da International Association of Media and Communication Research (IAMCR) – (<http://polecom.org>), existente desde 2013.

o conceito de “barreiras de mercado” (barreiras à entrada e à saída) dos estudos de estruturas de mercado, vinculados à Ciência Econômica, entendendo o desenvolvimento deste termo como uma das principais colaborações dos estudos do subcampo;

3 – Realizar as comparações e produzir a análise de como determinados conceitos podem ser utilizados de forma diferente e/ou serem aprimorados conforme o tempo, tentando estabelecer algumas diferenças de acordo com o autor referenciado.

#### A ABRANGÊNCIA DA ANÁLISE NOS DEZ PRIMEIROS ANOS

Santos e Mota (2014) apontam que nos 10 primeiros anos da Revista EPTIC apenas 6 vezes aparecia “Economia Política da Comunicação” entre as palavras-chave – ver na Figura 1. Como aqui ampliamos um pouco a análise, mesmo com uma amostra pela metade dos volumes publicados, apareciam 7 artigos que continham o termo ou algum de seus derivados no título, resumo ou palavras-chave, apesar de constar como título de alguns dossiês (“Economía Política, Comunicación y Educación” (2001.1) e “Especial Comunicação, conhecimento e economia” (2004.3)).

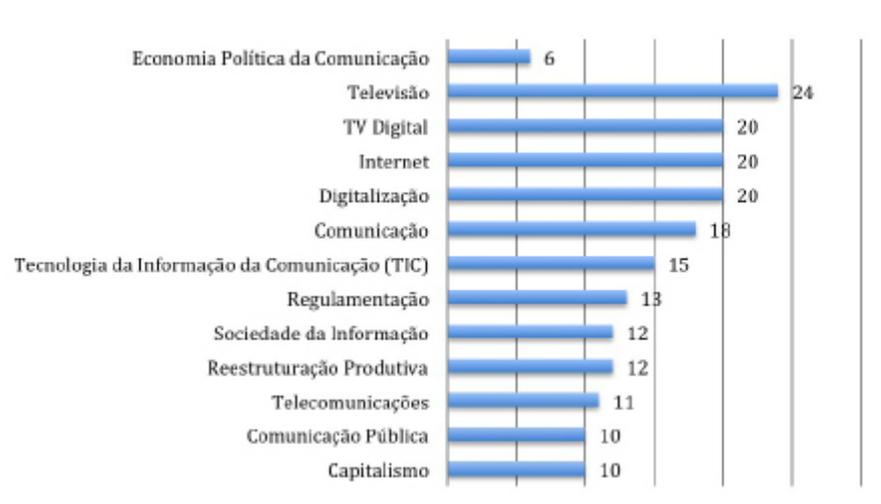


Figura 1: Descritores com mais citados em 1999 e 2008 (MOTA e SANTOS, 2014).

Em meio ao processo inicial da revista e da consolidação do eixo teórico-metodológico e do periódico, os textos trazem especialmente dois tipos de análises: de temáticas gerais via Economia Política, não necessariamente EPC e aplicações comunicacionais; e análises a partir deste eixo teórico-metodológico de objetos, mas sem tocar necessariamente em discussões conceituais dele.

É importante comentar que a origem da EPC no Brasil é considerada em 1987, a partir da publicação na Intercom-Revista Brasileira de Ciências da Comunicação de artigo de César Ricardo Siqueira Bolaño denominado “A questão do público de televisão no Brasil: reflexões sobre a pesquisa de Lintas”. Este processo se dá de forma independente ao realizado em outros

países, com a proposta de Bolaño de desenvolver uma teoria marxista da comunicação a partir de seus estudos na Comunicação e na Economia.

Os anos 1990 e a primeira metade dos anos 2000 serviram para o avanço, inclusive organizacional, deste subcampo científico. É a partir da segunda metade da década passada, com a consolidação institucional de associações e espaços em importantes congressos da área na América Latina, que se parte para a preocupação em definir epistemologicamente o lugar da EPC na disputa no campo científico das Ciências da Comunicação.

Assim, não é à toa que a Figura 1 (acima) aponta como palavras mais descritas “televisão”, “TV digital”, “internet” “digitalização”, que representam mudanças nos meios de comunicação; e, a seguir, “Sociedade da Informação” e “Reestruturação Produtiva”, temáticas mais gerais que estão no âmago da defesa do modelo de alteração que a atual fase do capitalismo estava promovendo, mas a partir de um olhar crítico e não determinista a este processo, com foco maior em apresentar a análise.

Temática presente nos estudos de comunicação e tecnologias digitais a partir da popularização da informática e da internet em meados dos anos 1990 e para o milênio que se iniciou, a SI tinha como um de seus principais defensores o sociólogo espanhol Manuel Castells, que defendia uma perspectiva de que a sociedade passa a atuar a partir de redes, incluindo aí as empresas, o que poderia possibilitar uma democracia virtual, gerando transparência das ações político-econômicas (dentre outros, CASTELLS, 2003).

Até por conta desta fase de mudanças, alguns dos artigos publicados neste período optam por trazer uma crítica que aponte a perspectiva da Economia Política acerca deste processo. Caso de texto publicado em 2002 por Herscovici, em que critica os defensores da “Sociedade da Informação”, analisando a economia oriunda da tecnologia digital em “A ‘Sociedade da Informação’: os mitos da Tecnologia e da Economia. Uma análise em termos de Economia Política”. Para o autor, as possíveis rupturas com a sociedade industrial seriam coerentes com as evoluções históricas do capitalismo.

Para salientar que, em termos econômicos, as formas de concorrência não são tão transparentes como Castells defende a partir do modelo de economia de rede, o pesquisador trata das barreiras à entrada das empresas de internet e telecomunicações. Conceito importante para o desenvolvimento da análise industrial dos mercados midiáticos, após utilizar autores como Schumpeter e Marshall, ele define como seria um modelo sem elas, em que a livre concorrência estaria presente num modelo utópico para o modo de produção capitalista:

A ausência de barreiras à entrada significa que uma firma que queira entrar neste mercado não vai sofrer prejuízos em termos de condições de acessibilidade à tecnologia ou em termos de taxa de lucro; a ausência de barreiras à saída implica que seja possível revender o capital sem perda (HERSCOVICI, 2002: 57). inscritos em estratégias de interlocução, em posições sociais ou em conjunturas históricas. O termo ‘discurso’ e seu correlato ‘análise do discurso’ remetem exatamente a este último modo de apreensão de linguagem (MAINGUENEAU, 1989: 12).

Ainda no que se refere às mudanças com a atual fase do capitalismo, ressalta-se outros textos que trazem a discussão sobre a subsunção do trabalho intelectual, lembrando ser a categoria trabalho fundamental para os estudos da Crítica à Economia Política, base importante dos estudos em EPC.

O primeiro a aparecer é o de Souza (2006), que, apesar de usar a terminologia da escola francesa da economia da comunicação e da cultura (Flichy, Miège, Pajon e Saloum, citados no texto) para analisar a “aproximação entre os setores da imprensa (jornal e revista) e de onda (rádio e televisão)”, é a partir de Bolaño que interpreta o atual momento como o de uma dupla subsunção do trabalho intelectual, incluindo aí o cultural e o artístico: “as energias que o capital procura extrair do trabalhador são fundamentalmente mentais e não mais essencialmente físicas, o que, diga-se de passagem, não representa em si nenhum ganho real para a classe trabalhadora mas, num certo sentido, o contrário” (BOLAÑO, 2002, apud SOUZA, 2006: 2).

Há o entendimento de renovação do trabalho a partir das novas condições socioeconômicas possibilitadas pelo avanço das tecnologias digitais de informação e comunicação, que reflete uma perspectiva econômica não ortodoxa, mas não interligada ao determinismo tecnológico de outros subcampos comunicacionais.

Neste sentido, Monteiro (2008), ao discutir a subsunção do trabalho intelectual na atual fase do capitalismo, traz o conceito de “mercadoria-informação” como marca de produção de empresas de internet como o Google, que é analisado em seu texto. Considera-se assim que a informação “se agrega como mais um insumo ao processo produtivo [...], controlada pelo corpo técnico e burocrático da empresa capitalista” (BOLAÑO, 2002, apud MONTEIRO, 2008: 18).

Partindo para a segunda parte indicada a partir do primeiro filtro dos artigos, três textos deste período inicial analisam o audiovisual. Sob perspectivas e locais diferentes, dois deles constroem os artigos com a aplicação de alguns conceitos da EPC.

Em “Las productoras independientes en los '90: una introducción desde la economía política”, Juan e Quin (2002) analisam a produção audiovisual da Argentina e trazem definições, ainda que divergentes com outras escolas do subcampo. Primeiro, citam Garnham (1979 apud JUAN e QUIN, 2002: 56) para dizer que os meios de comunicação de massa cumprem duas funções: “la directamente económica en cuanto creadoras de plusvalía a través de la producción de mercancías y del intercambio y una función económica indirecta, a través de la publicidad, creando plusvalía dentro de otros sectores de la producción de mercancías”. Após discutirem a partir de Bustamante, uma das referências nos estudos deste subcampo na Espanha, Juan e Quinn (2002: 70) concluem que: “el canal vende a los anunciantes una determinada línea editorial, que asegura cierto tipo de audiencia”.

Essas definições seguem alguns conceitos europeus. Comparando aqui com a escola latino-americana, Bolaño (2000) vai identificar três funções básicas, que, apesar de trazerem semelhanças com o que foi publicado por Juan e Quin (2002), apresentam diferenças importantes:

a publicidade, responsável por acelerar a circulação de mercadorias; a propaganda, cuja função está ligada à construção ideológica, ideias e modos de viver; e o programa, que é o produto cultural oriundo da venda de força de trabalho dos trabalhadores culturais. Para o autor, a mercadoria vendida será na verdade, a audiência, pois é daí que consegue seus recursos, não necessariamente da linha editorial – que corresponde a uma das funções, não à mercadoria.

A função propaganda é citada por Bolaño e Brittos (2008), em artigo que analisam a TV pública e as políticas de comunicação no Brasil, mas sem trazer definição para o conceito – apenas uma nota de rodapé para Bolaño (2000). Além disso, trazem conceitos como o de padrão tecno-estético aplicado à análise do mercado brasileiro de televisão, esta que é uma importante barreira de mercado deste setor econômico. Ambos, propaganda e padrão tecno-estético, foram usados pela líder do oligopólio, a Rede Globo de Televisão, para criar um padrão também para a produção educativa no país, após servir como ferramenta de propaganda para o regime militar que viveu no Brasil nas décadas de 1960 a 1980, resgate histórico realizado pelos pesquisadores.

O terceiro artigo, escrito por Miller (2006), propõe um estudo em que possa utilizar os subcampos da Economia Política da Comunicação e dos Estudos Culturais para fazer a análise textual do filme “Gilda” como um objeto industrial. O autor cita a diferença entre os dois eixos teóricos a partir de Garnham (1995 apud MILLER, 2006: 37):

Critical political economy is at its strongest in explaining who gets to speak to whom and what forms these symbolic encounters take in the major spaces of public culture. But cultural studies, at its best, has much of value to say about... how discourse and imagery are organised in complex and shifting patterns of meaning and how these meanings are reproduced, negotiated, and struggled over in the flow and flux of everyday life.

Por mudanças na avaliação dos periódicos científicos no Brasil em 2008, a Revista EPTIC passou por mudanças estruturais. Dentre elas, a presença de um modelo de texto, o que possibilitou mais artigos com descritores que no período anterior. A partir da construção teórica que se aprimora nos anos iniciais da Revista EPTIC e de sua evolução enquanto um dos principais periódicos científicos do campo da Comunicação no Brasil, os conceitos ligados à EPC aparecerão mais nos últimos anos, como veremos a seguir.

#### CONCEITOS MELHOR DEFINIDOS NOS ÚLTIMOS ANOS

Como indicado por Lopes, Santos e Mota (2015) em análise sobre a Revista EPTIC de 2009 a 2014, os descritores que continham “Economia Política” e “Economia Política da Comunicação” apareceram em maior quantidade nos últimos anos, o que representa um avanço do reconhecimento da EPC enquanto área de estudo – ver Gráfico 2.

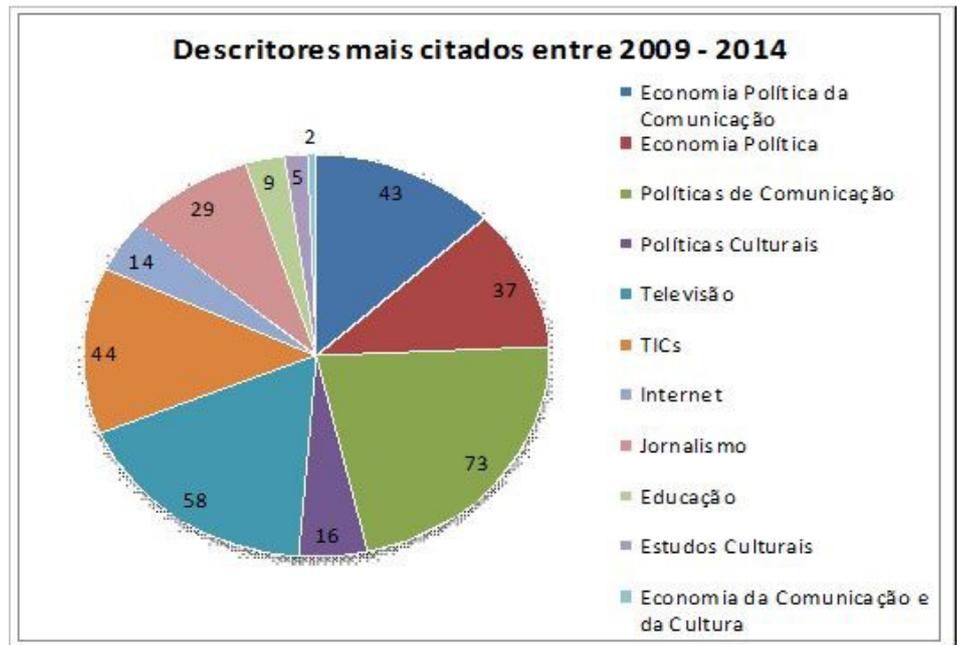


Figura 2: Descritores mais citados entre 2009 e 2014 (LOPES, SANTOS e MOTA, 2015).

Diferente do período anterior, o gráfico apresenta linhas teóricas apresentadas enquanto descritores, casos de Políticas de Comunicação, EPC, Economia Política, Políticas de Comunicação e Economia da Comunicação e da Cultura; além de Jornalismo e Educação, que podemos destacar aqui tanto enquanto objeto de estudo quanto como uma área de investigação nas Ciências da Comunicação.

Dessa informação, destaca-se a ampliação dos estudos que se autodenominam enquanto da Economia Política da Comunicação, o que representa um reconhecimento de seus pesquisadores, tendo em vista o já apontado amadurecimento deste subcampo após a organização institucional dos anos anteriores, que a Revista EPTIC faz parte.

Além desse descritor, o período recortado demonstra uma característica do periódico que é a abertura para o debate com subcampos científicos próximos, casos de Políticas de Comunicações, que mais aparece dado também o caráter propositivo dos estudos da EPC frente aos problemas de regulação governamental dos meios de comunicação; de Economia da Comunicação e da Cultura, vertente francesa ligada aos estudos de regulação, que se diferencia da EPC quanto à base da Crítica à Economia Política ao analisar os mercados comunicacionais; e os Estudos Culturais, que possuem origem em comum aos estudos da EPC, ao menos na América Latina, a partir da retomada dos estudos marxistas nos anos 1980 pós-althusserianos, mas que seguiram caminhos diferentes, com a busca por entender, no caso dos EC, as subculturas que se mantêm no e apesar do modo de produção capitalista.

Os demais descritores tratam da análise de suportes comunicacionais, ainda com a televisão bastante presente enquanto objeto de estudo dos artigos. Outros temas presentes em artigos são estudos referentes aos impactos das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs)

na sociedade, mas já para além do debate sobre a constituição de uma Sociedade da Informação, realmente mais representativo no campo na década anterior. Neste novo período caberá a análise dos impactos da internet, que aparece em número menor, mas razoável, e das demais TIC nas mudanças de sociabilidade, do trabalho e na reestruturação produtiva.

Assim, partindo dos 17 artigos filtrados inicialmente com descritores como “Economia Política da Comunicação” e termos próximos, a análise deste tópico parte de três aspectos mais característicos dos estudos deste subcampo: apresentação de conceituações à EPC; artigos que trazem o conceito de “barreiras à entrada”; apresentação de termos criados/desenvolvidos no âmbito dos estudos neste subcampo.

Definições de EPC aparecem em 4 textos, seja de forma objetiva ou para apontar as possibilidades de pesquisa neste eixo teórico-metodológico. Neste sentido, temos 3 visões diferentes sobre conceitos, que refletem a origem dos produtores dos artigos, pois, como afirmam Cardoso e Carvalho (2011) – a partir de Mosco –, podemos identificar três linhas destes estudos: a da América do Norte, a Europeia e a de Terceiro Mundo/América Latina.

Antes de apresentá-las a partir de seu aparecimento nos artigos no período recortado, importa ressaltar que as três linhas representam matrizes teóricas críticas de análise econômica das atividades ligadas ao campo da informação e da comunicação. Mesmo no caso da matriz da América Latina, elas apresentam elementos em comum que as caracterizam enquanto Economia Política da Comunicação, apesar das divergências de análise que apontaremos a seguir.

Todos eles vêm na crítica interna aos expoentes do pensamento marxista, como Baran e Sweezy, Dallas Smythe, Schiller, Raymond Williams, Althusser, e analisam as estratégias dos agentes, as modificações das modalidades de financiamento dos produtos e dos serviços e suas implicações em termos sociais e em termos de estruturação do espaço (HERSCOVICI, BOLAÑO e MASTRINI, 2007: 95).

Da escola da América do Norte, Mosco, por sinal, é o autor mais utilizado, representando uma das visões conceituais mais encontradas, especialmente por conta da esquematização da discussão apresentada em “La Economía Política de la Comunicación” (2009).

Cardoso e Carvalho (2011: 8) partem de Mosco ao afirmarem que os estudos nesta área “buscam compreender os personagens que envolvem as indústrias culturais e suas relações com processos econômicos e sociais mais amplos envolvendo poder, Estado, dinheiro, a sociedade e valores humanísticos”.

Outro artigo de brasileiros que cita Mosco para a definição de economia política é de Brittos e Menezes (2011: 4-5), que aplicam-no para o entendimento do objeto de estudo do artigo que publicam, a comunicação alternativa:

Segundo Mosco (2009), ‘a economia política contemporânea tende

a centrar-se em pontos de vista filosófico-morais que enfatizam a extensão da democracia para além do domínio político'. Esta análise considera, portanto, que os campos económico, social e cultural tendem a ser condicionados pelas necessidades de capital. Nesse sentido, a vida intelectual e a intervenção social revelam-se fundamentais para a descoberta do conhecimento e a promoção das transformações sociais.

Ainda que sem citá-lo diretamente, em artigo sobre a indústria cinematográfica de Nigéria e Gana, Meleiro (2009: 3), adapta a definição encontrada em Mosco (2009) para afirmar que a perspectiva da economia política introduz “a critical view of the economic issues and social and power relations that surround production, distribution, exhibition and consumption of film as a cultural product”.

Outra das escolas cujo conceito é apresentado em artigos de 2009 a 2014 é a europeia, mais especificamente a espanhola – há diferenças históricas e conceituais entre os estudos britânicos, espanhóis e franceses, que fogem ao escopo deste artigo. Autoras espanholas, Chávez, Berenguer e Martín (2011) resgatam autores do âmbito da “Economía Política de la Comunicación, la Información y la Cultura” (casos de Reig, Bustamante, Zallo, Almirón, Labio Bernal e Serrano) para embasar as duas definições que aparecem no artigo. Primeiro há a definição que a EPICC é “una rama de investigación de las Ciencias de la Información que aborda el objeto de estudio desde el enfoque crítico, heredero de la tradición europea de estudios humanísticos” (idem: 5-6), destacando a origem/exclusividade europeia da base do subcampo. A segunda é citada de Reig (2003 apud CHÁVEZ, BERENGUER, MARTÍN, 2011: 6), que concebe a EPC como: “una metodología interdisciplinaria, ilustrada, humanista, imprescindible para intentar aprehender el significado del mundo actual y, dentro de él, de las estructuras mediáticas y de poder, tan en contacto unas con otras”.

A terceira via de definições de EPC vem de Cardoso e Carvalho (2011) e Brittos e Menezes (2011), que trazem aplicações de autores brasileiros. Cardoso e Carvalho (2011: 4) resgatam inicialmente uma adaptação de citação de livro de Bolaño (2007) sobre políticas de comunicação:

A Economia Política da Comunicação permite uma análise crítica do assunto, voltando seu estudo à totalidade das relações sociais que formam os campos económico, político, social e cultural, objetivando compreender a mudança social e a transformação histórica e como ela repercute e se imbrica com o mundo da comunicação em todos os sentidos.

Mais adiante, aplicam outro conceito para sua análise referente aos limites da multiprogramação na TV Digital no Brasil:

Para Brittos, Bolaño e Rosa (2010) o posicionamento atual da Economia Política da Comunicação é o de ‘entender a comunicação social como bem público, ainda que, via de regra, seja apropriada privadamente, com vistas a dinâmicas de valorização’. [...] Outro ângulo de estudos da teoria está vinculado às questões da política,

‘enquanto representatividade, abrangendo as regulamentações do setor da comunicação e ações da sociedade como um todo, incluída aí não somente como quem está sob as consequências dessas duas grandes esferas, mas também como quem é partícipe e envolve-se nas decisões’ (CARDOSO e CARVALHO, 2009: 10-11).

Brittos e Menezes (2011: 2) apontam a EPC como eixo teórico-metodológico ideal para entender as novas possibilidades de produção audiovisual, tendo em vista que o objeto de estudo do trabalho é a produção alternativa a partir da TV dos Trabalhadores, pois este subcampo, “ao possibilitar a análise adequada do acirramento das disputas por posição no mercado de mídia oligopolizado, permite vislumbrar a adaptação destes embates, emergentes hoje na rede mundial de computadores”.

Passando para o conceito de barreiras de mercado, nos artigos analisados ele aparece geralmente citado e para indicar sua existência em determinada indústria cultural. Assim, separamos apenas os momentos em que há algum tipo de definição.

Brittos e Menezes (2011) definem o termo em nota de rodapé:

Conceitua-se barreiras à entrada como um conjunto de injunções dominadas pelas empresas líderes, que servem como impedimentos para o acesso de novas corporações num mercado ou para que, ingressando, as demais companhias que compõem o setor não alcancem a liderança (BRITTOS, 2004 apud BRITTOS e MENEZES, 2011: 13).

Como explicitado em outros momentos deste artigo, o conceito de barreiras de mercado é importante para análises de setores da Indústria Cultural, recebendo destrinchamentos específicos. Assim, são dois os tipos definidos por Bolaño (2000) de barreiras de mercado nas indústrias culturais: as estético-produtivas (que veremos mais adiante quando tratarmos do padrão tecno-estético) e as político-institucionais, que aparecem a partir de aplicações de análises sobre determinados setores de mercado.

Santos (2013), em análise sobre a relação entre a Rede Globo e o Campeonato Brasileiro de Futebol, destaca o último tipo como característico de seu estudo, porque as decisões tomadas por um ente vinculado à defesa da concorrência no Brasil beneficiaram, indiretamente, a emissora líder, pois vieram “através da obtenção de posições diante de determinantes político-institucionais, [...] incluindo ações de infraestrutura, regulação da concorrência, postura como poder concedente e opções frente à pesquisa e à tecnologia” (BRITTOS, 2004 apud SANTOS, 2013: 213). Santos (2013) ainda cita que o padrão tecno-estético (“Padrão Globo de Qualidade”) foi usado como argumento para os clubes assinarem contrato com a Rede Globo para a concessão de seus direitos de imagem no torneio nacional de futebol.

Seguindo, mas com citação de uma definição de padrão tecno-estético, Brittos e Menezes (2011: 13) afirmam que:

Ao debruçar-se sobre o conceito de estrutura tecno-estética, Bolaño (2000) utiliza uma acepção singular sobre o modelo específico da produção cultural, o qual, além de possuir a capacidade de fidelizar um público para transformá-lo em mercadoria audiência, também é dono de características próprias e, portanto, pode ser fonte de barreiras à entrada. Assim, o padrão tecno-estético é entendido como “uma configuração de técnicas, de formas estéticas, de estratégias, de determinações estruturais, que definem as normas de produção cultural historicamente determinadas de uma empresa ou de um produtor cultural”.

Os autores discorrem especialmente sobre o “padrão tecno-estético alternativo”, definindo-o como o:

capaz de desestabilizar a comunicação tal como posta na atualidade, ainda que, pelo menos num primeiro momento, com aplicação e resultados restritos a uma ou poucas comunidades, já que o modelo dominante é aquele desenvolvido pelas indústrias culturais (BRITTOS, 2011 apud BRITTOS e MENEZES, 2011: 13).

Além disso, propõem quatro sub-categorias para ampliar ainda mais o conceito de padrão tecno-estético: não-hegemônico, “concebidos e distribuídos de forma particular e desorganizada, sendo que a tônica destas produções é copiar o formato comercial” (BRITTOS e MENEZES, 2011: 14); público-estatal, os casos dos conglomerados público-estatais, como a TV Brasil, mas também as “concebidas sob a ótica da estrutura sindical” (ibid.), caso da TV dos Trabalhadores, com ligação política ao governo de turno; institucional, “de espaços que, em tese, fundamentam-se no interesse público e, portanto, originam-se através da sociedade civil”, caso de “sindicatos, universidades, organizações não governamentais, associações de bairro e, até mesmo, canais comunitários” (ibid.) e; popular ou contra hegemônico, a partir de “iniciativas oriundas de movimentos sociais que não tenham vínculo político-partidário, ou ainda, se pautem por interesses que vão além dessa ligação e, na mesma medida, sejam protagonizadas sem atravessamento de terceiros” (idem: 15).

Desta forma, o período final reflete o desenvolvimento das análises comunicacionais, agora mais próximas às apropriações dos meios de comunicação sob transformações dos avanços da tecnologia digital que de uma discussão macroconceitual. Isso exige também uma maior definição e evolução conceitual dos estudos da EPC, que passam a constituir um repertório teórico e de análise cada vez maior.

#### CONSIDERAÇÕES CONCLUSIVAS

Como apontado nos artigos anteriores sobre a Revista EPTIC, ainda que sob a perspectiva quantitativa, percebe-se o desenvolvimento epistemológico da Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura ao longo dos 15 anos que nossa amostra observa. Se nos primeiros dez anos, os conceitos são mais gerais e falta certa preocupação dentre os artigos publicados em demarcar esse subcampo comunicacional, o período

mais recente, de 2009 a 2014, discute a conceituação da área de forma mais abrangente dentre as escolas existentes, assim como apresenta um desenvolvimento de conceitos, criados ou melhor definidos.

Mesmo sob uma amostra, dado o espaço disponibilizado para a publicação, a importância da análise e desta demonstração permite verificar a diferença entre as 3 escolas identificadas (Europa, América do Norte e América Latina), mas também o crescimento da EPC no Brasil tendo como base dois autores cujas obras de doutoramento serviram de referência: Valério Cruz Brittos (sobre o mercado de TV) e César Ricardo Siqueira Bolaño (a partir de um debate epistemológico) –, pesquisadores estes, por sinal, responsáveis pela revista e também por importantes grupos de pesquisa em EPC no Brasil.

Espera-se com este texto chamar a atenção de experientes e novos pesquisadores para o desenvolvimento conceitual da EPC, ampliando as visadas de análise. A pesquisa sobre a Revista EPTIC serve para mostrar a importância de espaços de publicação sobre a temática, que necessitam se fortalecer e ampliar suas redes tendo em vista a disputa epistemológica no campo da Comunicação.

#### REFERÊNCIAS

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. *Indústria cultural, informação e capitalismo*. São Paulo: Hucitec, 2000.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. *Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil?* São Paulo: Paulus, 2007.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. Trabalho intelectual, comunicação e capitalismo – A re-configuração do fator subjetivo na atual reestruturação produtiva. *Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política*, SEP, 11, 2002. Disponível em: <<http://www.sep.org.br/revista/download?id=106>>. Acesso em: 02 set. 2015.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz. TV pública, políticas de comunicação e democratização: movimentos conjunturais e mudança estrutural. *Revista EPTIC*, UFS, 3, set.-dez. 2008. Disponível em: <<http://www.seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/199>>. Acesso em: 02 set. 2015.

BRITTOS, Valério Cruz; MENEZES, Eduardo Silveira de. Do vídeo popular às especificidades do padrão tecno-estético alternativo. *Revista EPTIC*, UFS, 3, set.-dez. 2012. Disponível em: <<http://www.seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/302>>. Acesso em: 30 out. 2015.

CARDOSO, Vivianne Lyndsay; CARVALHO, Juliano Maurício de. Face Paulista da TV Digital: Reflexão Sobre A Multiprogramação na TV Cultura. *Revista EPTIC*, UFS, 2, maio-ago. 2011. Disponível em: <<http://www.seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/111/96>>. Acesso em: 30 out. 2015.

CASTELLS, Manuel. *A galáxia da internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CHÁVEZ, Rosalba Mancinas; Berenguer, Belén Zurbano; MARTÍN, Sara Domínguez. La segmentación del mercado como estrategia de venta en España: el caso del diario Público. *Revista EPTIC*, UFS, 2, maio-ago. 2011. Disponível em: <<http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/121/85>>. Acesso em: 02 set. 2015.

HERSCOVICI, Alain. A “Sociedade da Informação”: os mitos da tecnologia e da economia. Uma análise em termos de economia política. *Revista EPTIC*, UFS, 1, jan.-abr. 2002. Disponível em: <<http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/327/305>>. Acesso em: 30 out. 2015.

HERSCOVICI, Alain; BOLAÑO, César; MASTRINI, Guillermo. Economia Política da Comunicação: uma apresentação. In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo; FRAU-MEIGS, Divina; SANTOS, Maria Salett Tauk (Org.). *Comunicação e informação*. São Paulo: Edições Bagaço, 2000. p. 87-103.

JUAN, Victoria; QUINN, Margarita. Las productoras independientes en los '90: una introducción desde la economía política. *Revista EPTIC*, UFS, 2, maio-ago. 2002. Disponível em: <<http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/327/305>>. Acesso em: 02 set. 2015.

MELEIRO, Alessandra. Nigerian and Ghanaian film industry: creative capacities of developing countries. *Revista EPTIC*, UFS, 3, set.-dez. 2009. Disponível em: <<http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/93/65>>. Acesso em: 02 set. 2015.

MILLER, Toby. GILDA as an industrial object—Recuperating Textual Analysis Through Political Economy. *Revista EPTIC*, Especial Cinema, UFS, 2, 2006. Disponível em: <[http://eptic.com.br/wp-content/uploads/2015/01/Revista-EPTIC\\_CulturaePensamento\\_vol-2.pdf](http://eptic.com.br/wp-content/uploads/2015/01/Revista-EPTIC_CulturaePensamento_vol-2.pdf)>. Acesso em: 02 set. 2015.

MONTEIRO, Arakin Queiroz. Orkut, Subjetividade Coletiva e Valor: considerações preliminares à luz da economia política da comunicação. *Revista EPTIC*, UFS, 2, maio-ago. 2008. Disponível em: <<http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/181/160>>. Acesso em: 30 out. 2015.

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

MOTA, Joanne Santos; SANTOS, Anderson David Gomes dos. 10 anos da Revista Eletrônica EPTIC Online. In: ENCONTRO NACIONAL DA ULEPICC-BRASIL, 5, Rio de Janeiro, 2015. *Anais do Encontro Nacional da ULEPICC-BRASIL*. Rio de Janeiro: ULEPICC-BR, 2014.

SANTOS, Anderson David Gomes dos. A Rede Globo e a transmissão do Campeonato Brasileiro. *Revista EPTIC*, UFS, 3, set.-dez. 2013. Disponível em: <<http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/1366/1367>>. Acesso em: 02 set. 2015.

LOPES, Ruy Sardinha; SANTOS, Anderson David Gomes dos; MOTA, Joanne Santos. *Revista Eptic Online: produção em EPC e*

interdisciplinaridade no campo comunicacional (2009-2014). *Liinc em Revista*, Ibict, 2, nov. 2015. Disponível em: <<http://liinc.revista.ibict.br/index.php/liinc/article/view/808/552>>. Acesso em: 18 abr. 2016.

SOUZA, Danielle A. A internet como suporte jornalístico em Aracaju: Adaptação dos jornais impressos à nova realidade tecnológica e econômica da mídia. *Revista EPTIC*, UFS, 2, maio-ago. 2006. Disponível em: <<http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/284/278>>. Acesso em: 30 out. 2015.