

10 anos da ULEPICC-Br: contribuições para o desenvolvimento da EPC no Brasil¹

Anderson David Gomes dos SANTOS²

Joanne Santos MOTA³

Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE

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 completa dez anos de existência em 2014. O artigo aponta a importância do surgimento da entidade, num momento de diminuição de espaços para área, e a consolidação da mesma através da realização de quatro 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.

INTRODUÇÃO

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

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

¹ Trabalho apresentado no DT – 8 GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista, graduado em Comunicação Social pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL); mestre em Ciências da Comunicação, formado pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS); e membro do grupo de pesquisa Comunicação, Economia Política e Sociedade (CEPOS), e-mail: anderson.santos@gmail.com.

³ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (PPGCOM-UFS); Pós-Graduada em Globalização e Cultura, pela Faculdade de Sociologia e Política de São Paulo (Fespsp). Bacharel em Comunicação, pela Universidade Federal de Sergipe (UFS). 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, email: joannemota@gmail.com.

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 é 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 quatro encontros – o quinto a ocorrer em novembro deste ano –, 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 análise da 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 (EPTIC) na Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), a partir de 1992, e na Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC). 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 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 formação 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, tendo em vista o atraso das referências estrangeiras quanto aos estudos realizados no subcontinente, ocorrem em 2001. Como afirmam Bolaño, Narvaez e Lopes (s/d, p. 3):

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, incorporando 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 Universidade de Sevilha, 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), em Barcelona, foi que 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 visa 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 de 2004 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 histórica mesa em 2004, reunindo, no auditório do Museu de Arte do Rio Grande do Sul (MARGS), a nata dos pesquisadores das Ciências da Comunicação presentes no congresso.

Como proposta, a entidade defende 5 pontos centrais para sua ação organizativa: 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, 71 pesquisadores associados e o curso de Especialização em Jornalismo Cultural da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ) como associado institucional, que desenvolvem reflexão pluralista e crítica sobre as questões emergentes no âmbito das ciências sociais e ciências sociais aplicadas, revitalizando o pensamento dos investigadores ligados à ULEPICC-Br, reforçando o 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 comemora 10 anos, tendo realizado 5 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 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 principais 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 tema: 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, o 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); Michael 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 Santos (Obscom-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 e traçaram propostas para a área de políticas públicas, em um momento importante e de transformação da chamada indústria cultural brasileira.

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 dos mercados 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 dos Grupos de Trabalho, com ementas definidas a partir de um processo de amadurecimento iniciado após o I Encontro (SIMIS, 2009).

QUADRO 2 - NÚMERO DE PAPERS PUBLICADOS NO II ENCONTROS 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	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 Ulepigg-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 indústria “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 do tema apresentado naquela edição.

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, 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 II ENCONTROS 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 pesquisadores do Brasil e da América Latina, como: José Marques de Melo (UMESP); Delia Crovi (Univ. Nacional Autônoma do México); Antônio Albino Canelas Rubim (UFBA); Anita Simis (Unesp-Araraquara); 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 Cruz 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 o 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 apresentados nos 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 II ENCONTROS 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

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 dentre a qualificada programação foram os painéis “Economia Política da Arte e da Cultura” e “Estudos críticos, comunicação e esportes”, que acompanham o avançar de debates importantes na sociedade atual, 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 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). Dentre o debate sobre a relação cultura e desenvolvimento, para a secretária de Economia Criativa, o Brasil carece:

[...] de uma política pública na área de cultura que, alargando o próprio conceito de cultura, desse voz e direito a uma parcela mais ampla da população, donde a recuperação da contribuição de Celso Furtado, ex-ministro da Cultura do governo de José Sarney, entre 1986 e 1988, que já àquela época vinculava desenvolvimento, atenção à diversidade cultural regional brasileira e acesso democrático aos bens artísticos, científicos e tecnológicos (LOPES, 2013, p. 242).

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.\

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 quatro encontros realizados até a elaboração deste trabalho percebe-se uma dupla preocupação. A primeira, verificada no primeiro e no terceiro 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 saiu 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.

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 neles, 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. Assim, como afirma 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 no grupo 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, a ser realizado no Rio de Janeiro, tenha-se acrescido 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 que conforma 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 aplicados à comunicação, mas tendo em vista a utilização de proposições teórico-metodológicas que surgiram na comunicação e em outras áreas correlatas desde então, permitem o avançar da área, especialmente 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 culturais 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 do ano de 2012 para a Economia Política da Comunicação, 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 prática, com a primeira muitas vezes presa às exigências de resultados de produção em vez de pensar em repassar o que é produzido. A partir disso, a ULEPICC-Br tenta construir, junto com outras entidades de sociedade civil, 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 Brasil, 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, 2014b).

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).

CONCLUSÕES

Até mesmo pela necessidade de demonstração de dados e a análise sobre quatro encontros nacionais, este artigo dedicou mais 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, da necessidade de novas práticas de mercado e de uma maior democratização da comunicação nestes dez anos de existência.

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 as 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 manutenção das ações desenvolvidas nestes dez anos de existência da ULEPICC-Br podem permitir a manutenção e a evolução dos estudos na área.

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 em objetos diferentes e alcançam outros diálogos para o aprimoramento da EPC no país. Mantendo assim o intuito de elaborar estudos críticos, mas proposicionais, algo fundamental para a produção de conhecimento em qualquer parte do mundo.

REFERÊNCIAS

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

BOLAÑO, César. **Entrevista concedida aos autores**, São Cristóvão. São Cristóvão-SE, 09 jun. 2014.

BOLAÑO, César R. S.; NARVÁEZ, Ancízar; LOPES, Ruy Sardinha. **Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura**. “Artigo não publicado”.

BRITTOS, Valério Cruz. Gênese e constituição da Biblioteca EPTIC. **Bibliocom**, São Paulo, v.2, n.2, p. 2-13, mar.-abr. 2012.

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, 2010, Rio de Janeiro. **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. Publicado em: <http://www2.eptic.com.br/ulepicc_internacional/interna.php?c=35>. Acessado em: 02 jun. 2014.

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. 2014b.

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