

SISTÊMICA, CRÍTICA... E INCANSÁVEL: a contribuição da EPC para a análise de cenários complexos

[SYSTEMIC, CRITICAL... AND UNWEARYING: an EPC contribution to complex scenario analysis]

**Adilson Vaz Cabral Filho
Eula Dantas Taveira Cabral**

Resumo: As ferramentas metodológicas da Economia Política da Comunicação (EPC) oferecem o desafio de abordar objetos de estudo e universos de análise de forma crítica e sistêmica. O que se apresenta como diferencial para a construção de uma crítica pertinente, também se coloca como um exaustivo desafio para uma incessante e contínua compreensão da realidade que caracteriza a EPC como campo. Nesse texto, a partir de uma abordagem fundamentalmente bibliográfica, abordamos a complexidade desse campo e seus imbricamentos com a área da Comunicação, a necessidade de afirmação de um pensamento sistêmico e crítico para enfrentar demandas de análise, pensando, por fim, uma proposta de atuação político-epistemológica para pensar a EPC como campo acadêmico de contribuição para a construção de uma sociedade mais democrática.

Palavras-chave: Economia Política da Comunicação; teoria crítica; cotidiano; diversidade cultural; políticas de Comunicação.

Abstract: The methodological tools of the Political Economy of Communication (EPC) offer the challenge of approaching study objects and analysis universes in a critical and systemic way. What presents itself as a differential for the construction of a pertinent criticism also poses as an exhaustive challenge for an incessant and continuous understanding of the reality that characterizes the EPC as a field. In this text, based on a fundamentally bibliographical approach, we approach the complexity of this field and its overlaps with the area of Communication, the need to affirm a systemic and critical thinking to face the demands of analysis, thinking, finally, a proposal for action political-epistemological to think of the EPC as an academic field of contribution for the construction of a more democratic society.

Keywords: Political Economy of Communication; critical theory; everyday life; cultural diversity; Communication policies.

Introdução

Os recursos metodológicos que viabilizam pesquisas no campo da Economia Política de Comunicação (EPC) reforçam a perspectiva crítica e a abrangência sistêmica compreendidas em sua abordagem, a partir de uma dimensão de análise mais ampla e complexa. Articula princípios e referências da Economia, da Política e da Economia Política e suas interfaces com a Economia, a Política e os Estudos Culturais em diversos contextos históricos, sociais e filosóficos.

Compreende a própria Comunicação em suas dimensões não apenas econômicas e políticas, como também sociais, culturais, históricas, educacionais, tecnológicas e profissionais. Além disso, as dimensões propriamente comunicacionais são levadas em conta, a partir da compreensão de meios, produtos e processos, demandando um intenso e incessante esforço de produção de conhecimento comprometido com a construção de uma sociedade mais democrática, mas agregando o componente da exaustão diretamente atrelado à produção do conhecimento na conformação do campo da EPC, no que se compreendem também a circulação e o debate em torno de seus conteúdos.

A construção desse olhar articulado busca afirmar um processo investigativo comprometido ao analisar a Comunicação em sua complexidade e abrangência, não apenas no conjunto de suas linguagens e ferramentas de criação, mas como negócio que envolve vultuosos investimentos e aciona movimentações políticas em diversos setores e níveis da sociedade. Ou seja: não se trata apenas de compreender a Comunicação como uma derivação das Ciências da Linguagem, mas de uma construção transdisciplinar entre campos e áreas que possam oferecer uma visão sistêmica compatível com a extensão da crítica demandada.

Se a visão instrumental da Comunicação caracteriza uma tradição constitutiva do campo, seu enfrentamento implica num esforço de articulação de saberes diversos para a composição de críticas contundentes que contribuam com perspectivas adequadas de análise e propostas significativas de transformação da realidade. Essa perspectiva está tanto presente nos conteúdos produzidos, veiculados e debatidos, como na própria composição dos pesquisadores do campo: guerreiros incansáveis que oferecem consistentes contribuições para uma ampla compreensão dos fenômenos analisados, a partir de uma visão totalizante do universo no qual estão inseridos.

Trata-se não apenas de um problema epistemológico, relativo à fundamentação científica que constitui e move o conhecimento produzido, mas da conformação de uma relação mais intensa e abrangente do pesquisador com seus objetos de estudo, implicando no enfrentamento a um emaranhado de referências e metodologias que constituem o ferramental analítico do pesquisador que se propõe a essa empreitada.

Cabe, portanto, enfrentar as razões que constituíram essa tradição acadêmica e suas implicações no campo político-institucional, identificar seus limites diante dos atuais desafios para a construção de um pensamento crítico e sistêmico e propor a superação desses limites a partir de uma proposta político-epistemológica de produção científica e de atuação institucional que estabeleça bases consistentes de pesquisa para uma Comunicação que se compreenda como democrática.

1. Posicionamento crítico da EPC como campo acadêmico

A Economia Política da Comunicação lida diretamente com a identificação de problemas e teorias que analisam o novo entorno informativo, compreendendo sua reconstrução histórica, a partir das contraditórias condições sociais, acadêmicas e político-culturais, além do posicionamento e compromisso social da teoria com a prática da sociedade em suas organizações e movimentos.

Especialmente em relação a países periféricos, faz-se necessário entender o cenário de forma sistêmica, levando-se em consideração o poder político das grandes empresas que atuam no negócio da mídia, geralmente privadas, mas não apenas; o poder econômico de corporações transnacionais do setor de telecomunicações; a propriedade dos meios, a legislação e as interferências políticas, econômicas, culturais e tecnológicas diante da realidade cotidiana da população, prejudicando as iniciativas comunitárias assentadas na pluralidade e na diversidade de conteúdos, produtos, realizadores, gestores e de expressões.

O desenvolvimento da radiodifusão corporativa permitiu, por um lado, expertise técnica e artística das redes implementadas, legitimando a verticalização de suas estruturas, bem como de seus profissionais na sociedade. A partir dessa consolidação junto ao grande público – considerando suas diferentes segmentações – afirmam-se ídolos nacionais, surgindo ricos e famosos como celebridades nos mais diversos setores: jornalismo, novelas, entretenimento, esportes etc. Quanto maior a incidência de concentração midiática, maior o poder exercido em relação à sociedade local.

Ao mesmo tempo que as redes influenciam culturalmente as populações, o aprimoramento da qualidade técnica e artística levou à formação de um público mais exigente com a linguagem de programas televisivos e radiofônicos. Uma crítica, porém, rasa, uma vez que não inibe o consumo de programas de conteúdo questionável, presentes em quantidade significativa nas emissoras, já que a audiência é compreendida como vetor determinante a despeito de critérios de responsabilidade social por parte das emissoras. Outro aspecto relevante dessa tendência popular é a intensificação de uma demanda reprimida por mais e melhores espaços de veiculação de iniciativas distintas, que geralmente buscam lugar na mídia convencional.

As contradições políticas, que também se estabelecem em níveis de afirmação e disputas regionais, agravam uma cada vez mais crescente demanda por produção e veiculação democratizadoras. Além disso, o barateamento dos equipamentos e etapas do processo de produção de programas, bem como da transmissão de conteúdos por parte de emissoras de rádio e TV, também engrossam o coro pela recomposição do setor em seus vários aspectos: financiamento, capacitação, espaços para veiculação, diante da iminência do acesso ou de um simulacro de participação impingido à população, potencialmente produtora no que diz respeito à efetivação do suporte digital.

Faz-se necessário entender e analisar criticamente e de forma sistêmica, portanto, a concentração midiática das grandes corporações, pois causa impactos sociais e culturais na sociedade. Como observou Dênis de Moraes (2013), existe uma lógica concentracionária midiática e reprodutiva do mercado e da cultura tecnológica que tem como eixos a digitalização, a virtualização, a mercantilização simbólica e a internacionalização de negócios. Se for altamente concentrado, como observou Paulo Faustino (2013), traz impacto profundamente negativo na diversidade e pluralismo de ideias.

De acordo com os estudos de Paulo Faustino (2013, p.415), “a concentração dos Media pode reduzir a informação a pontos de vistas dominantes e, por conseguinte, constituir uma ameaça para os interesses da sociedade”. Além disso, “a concentração da propriedade dos Media pode ser prejudicial para a sociedade não só por causa da ameaça ao pluralismo e à democracia mas também porque estes movimentos (de concentração empresarial) podem afetar a forma como a indústria dos Media está habilitada para gerir os recursos disponíveis”.

Surge, em função desse cenário, a necessidade de realização de pesquisas quantitativas e qualitativas a partir de estudos de caso, verificando tipo de concentração (vertical, horizontal etc), quantidade e tipos de empresas midiáticas controladas, abrangência (local, regional, nacional e internacional) e a influência na opinião pública. Entender se é vista simplesmente como negócio e se leva ou não em consideração a legislação do setor, respeitando os interesses da população.

No caso da mídia impressa, de acordo com Ignacio Ramonet (2013, p.92), os conglomerados investem na área, mesmo não tendo tanto lucro, “para ganhar influência, para ter um projeto ideológico, um projeto dominante”, pois o interesse “é difundir ideologias disfarçadas de informação”. Ou seja, se a ideologia vem por trás do projeto de grupo de comunicação, faz-se necessário estudar o veículo de comunicação, sua linha editorial, tipos e como os conteúdos são divulgados. Além do estudo de caso, faz-se necessário fazer análises de conteúdo, recepção, análises gráficas, tendo como base as pesquisas bibliográfica e documental, além de entrevistas semi-estruturadas.

Além disso, observa-se ainda que os dispositivos legais não são cumpridos. Anamaria Fadul (1998) chama a atenção para o grande poder de concentração dos grupos que atuam na radiodifusão, demandando outorgas de concessões, permissões e autorizações dos serviços da radiodifusão, assim como de incentivos na área de telecomunicações feitas por governos e legisladores. Mesmo tendo abertura à participação de vários empresários em nível local e regional, poucos grupos controlam os cenários nacionais, graças a contratos de afiliação que fazem com empresas de pequeno alcance.

No que tange às audiências, em muitos casos, observa-se que, em muitos lugares onde há tecnologia precária, as emissoras que prevalecem são as que oferecem melhor sinal, mesmo em tempos de digitalização de TV. Não se leva em consideração se o conteúdo é bom ou não, mas se é possível obter uma informação ou se comunicar um pouco melhor com outras pessoas. É preciso entender processos legais e tecnológicos sob o ângulo da comunicação porque interferem diretamente no cotidiano da população, tarefa enfrentada no campo da EPC.

A falta de diversidade e de pluralidade de conteúdos também é um problema crônico que reflete a ausência de melhores regulamentações e regulações, bem como uma melhor compreensão do papel da Comunicação nos meios político, acadêmico e social. Faz-se necessário estudar a democratização da comunicação, levando em consideração as necessidades da reformulação de políticas públicas, a diversidade de produtores capacitados e qualificados para acessar e exercer o controle sobre os meios de grande circulação, além da implementação de meios de alcance local e comunitário. Olhar para a comunicação como direito, em função do qual há mobilização dos que buscam exercê-lo mais diretamente na prática - ativistas e jornalistas, por exemplo - como expandir esse direito àqueles que têm potencial competência para tanto, ou seja, à sociedade como um todo.

No que tange à diversidade cultural, que deve ser considerada no conteúdo midiático, além das legislações nacionais e internacionais, é de vital importância trabalhar com pesquisas que analisam a comunicação, a mídia e a informação, além de conceitos clássicos e críticos sobre cultura. Como observou José Augusto Lindgren-Alves (2018, p.188), “no âmbito dos direitos humanos, os direitos culturais são direitos dos indivíduos”.

Como verificou Othon Jambeiro (2000, p.15), “o Estado continua com forte presença em todos os processos regulatórios da região, mas é crescente o poder dos conglomerados de mídia nacionais e internacionais na regulamentação, operação e programação do setor”. Como entender por que o Estado não atua e evita a concentração midiática? Como ignorar o quadro atual?

Faz-se necessário conhecer o cenário e evitar que se mantenha e se fortaleça o abuso de poderio e a influência sobre a sociedade, uma vez que para se entender a realidade precisa-se levar em consideração fatores econômicos, políticos, sociais, culturais e tecnológicos. Há espaços disponíveis acionados a partir da legislação já existente ou ainda a conquistar, a partir de novas regulações ou da ampliação do acesso a partir da redefinição das leis existentes: rádios e tvs comunitárias, telecentros, pontos de cultura, dentre outras iniciativas.

Há uma demanda contínua de construção de crítica eficaz, pautada na disposição para se contrapor à mídia tal como atualmente configurada, que exponha a necessidade de incorporar vários e diversos atores, de assumir a disseminação e o compartilhamento de ideias, seja no âmbito governamental/partidário, seja no que diz respeito às organizações sociais e acadêmicas, um cenário que necessita mobilizar políticos do campo dito progressista em distintos países.

O debate sobre a compreensão do direito humano à comunicação e, por consequência, sobre o sistema público de comunicação, possibilitou a visibilidade do problema por parte de outros grupos sociais que não os diretamente vinculados ao tema, incrementando a questão no âmbito da sociedade e contribuindo com diferentes formas de identificar novas ou as mesmas questões: mulheres, negros, idosos, crianças etc. evocam a necessidade de uma mídia capaz de valorizá-los como sujeitos em suas produções.

A EPC não tem outro papel, como paradigma focado na produção de análises críticas estruturais, que não o de se contrapor firmemente à lógica de mercado, expondo evidências das contradições do sistema capitalista e a própria recomposição da participação dos setores sociais nos diversos processos de produção comunicacional, compreendendo a atual dinâmica de circulação de mercadorias e redefinição dos mercados na chamada sociedade da informação.

Várias áreas das ciências da comunicação vêm conduzindo o debate crítico sobre seus objetos de estudo de forma bastante consistente. Nesse contexto, busca-se construir reflexões abrangentes, compreendendo tarefas como a do jornalista ou suportes tecnológicos como a televisão enquanto engrenagens dentro de um sistema amplo e integrado. Não cabe, portanto, situar determinada reflexão em aspectos eminentemente culturais sem analisá-los sob a fundamentação de sua existência e de possibilidades de sua efetivação, numa abordagem que compreenda dimensões políticas e econômicas da acumulação capitalista.

Por toda série de fatores imbricados nesse processo, mesmo se reconhecendo a capacidade de formulação crítica de outras subáreas, a EPC busca contribuir para compreender a estruturação dos negócios de mídia, considerando suas constantes mutações como inerentes ao próprio processo, e a afirmação do sistema capitalista no bojo dessas mudanças, que conjugam aspectos político-econômicos e socioculturais na renovação de suas formas de controle.

Nesse sentido, a EPC proporciona o redimensionamento do papel da teoria crítica no âmbito dos estudos comunicacionais, recolocando-a em outras bases pela compreensão das funções das redes comerciais corporativas, do Estado, dos diversos governos e dos processos regulatórios como subservientes às práticas de concentração e formação de monopólios e oligopólios do setor. Somado a isso, o comprometimento das organizações da sociedade civil diante dessa configuração.

O mesmo pode-se dizer com a reprodução de estruturas neoliberais e/ou institucionalizantes no âmbito do em si mesmo já controverso terceiro setor. Tal definição, que busca caracterizar uma série de organizações não representativas, relaciona-se também com as contradições de outros dois setores (o Estado e o mercado) e a atuação complementar entre os três, proporcionando diversas incoerências, como a assimilação da lógica neoliberal nos projetos das organizações sem fins lucrativos. Para além da abordagem da composição do mercado tal como ele atua e se estrutura, bem como do papel do Estado como mediador das relações do setor produtivo, existe uma forte demanda por reflexões em torno da Economia Política da Comunicação, no que diz respeito à compreensão do papel da sociedade como sujeito dos processos comunicacionais, formulador e viabilizador de políticas públicas do setor.

2. Perspectivas de enfrentamento e contribuição para a sociedade

Uma das contradições pertinentes à atuação da sociedade organizada na composição de políticas públicas democráticas no setor é o debate em torno do sistema público de comunicação, na complementaridade com os sistemas estatal e privado. Poderia ser definido pela existência de meios e processos comunicacionais não geridos por iniciativas estatais ou empresariais, já que a concepção dos três sistemas distintos, mas complementares deveria ser fundamentada no interesse público que os transversaliza, partindo de um profundo debate com os setores estatal e privado a ser estabelecido na forma de marcos para uma regulação mais atualizada, especialmente no que se refere às concessões públicas de rádio e TV.

Tal ponto de partida implicaria na afirmação e no compromisso com valores tais como a pluralidade de vozes e a diversidade de espaços para veiculação, a participação de todos em processos compartilhados, a interatividade envolvendo não só produtores, mas a sociedade em geral, potencialmente produtora na medida de seus interesses diversos, a horizontalidade de processos que garanta a devida solidariedade entre os envolvidos, voltados ao desenvolvimento de meios e da dialogicidade no estabelecimento de relações recíprocas de construção do conhecimento e da apropriação social das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs).

Outras importantes frentes de atuação para futuros estudos no campo são os aspectos relacionados às transformações tecnológicas e seus impactos na recomposição dos mercados e na entrada de novos e diferentes atores. As dinâmicas de produção, circulação e consumo de conteúdos e os negócios estabelecidos em torno de tecnologias como a internet, a digitalização das comunicações e suas implicações na configuração de novos cenários, podem ser apreendidos como variações de aprofundamento do capitalismo contemporâneo, mas cabe compreender as nuances de sua lógica para melhor assimilar seus impactos. O espaço público informatizado a que muitos autores se referem no tocante à web não é apenas o lugar de encontro de usuários – cidadãos/consumidores – no ambiente cibernético, mas também um lugar a partir do qual são adquiridos e armazenados importantes dados sobre preferências e hábitos de consumo, com base em conceitos de banco de dados e programação.

Tal acúmulo de informações implica em valor agregado para as empresas que vendem e/ou analisam esses elementos, operando-os como matéria-prima extraída de usuários que simplesmente estão alheios às transações realizadas, ficando à mercê dos negócios estabelecidos por empresas cujos portais são desenvolvidos em função dessas tecnologias.

Embora dentro da lógica geral de apropriação por parte do capitalismo, o que se empreende no momento é a capacidade de trabalhar não só com a replicação do intangível, através de arquivos de música e vídeo, mas também com a elaboração de modelos de negócio pautados em mecanismos de acúmulo e distribuição de oferta que fogem ao controle da sociedade, em especial daqueles que deveriam ter, no mínimo, uma compensação pela participação no lucro dessas empresas. Desse modo, conceitos como poder, trabalho, produção e valor necessitam ser retrabalhados no que diz respeito à compreensão do que atualmente significam os modos de contraposição à lógica de mercado, na busca por superar a exploração político-econômica vigente, que empobrece a expressividade cultural dos povos nos tantos meios e processos comunicacionais à disposição.

O enfrentamento da formação de corporações que intensificam essa lógica no cenário contemporâneo é uma meta a ser perseguida e aprimorada pelos estudos no campo da Economia Política da Comunicação. A importância da construção de uma perspectiva contra-hegemônica no desenvolvimento desses processos, nos dizeres de Gramsci, consiste na “produção de consensos emancipatórios pela via de uma cultura e uma prática política revolucionária”, como constatou o pesquisador Murilo César Ramos (2005).

As organizações da sociedade que atuam no campo democrático consistem, portanto, em alternativas viáveis de produção de novas hegemonias emancipatórias. Cabe compreender a composição e orientação destas organizações, sua consequente visão de transformação do Estado e a elaboração de leis mais democratizantes e estruturas co-gestionárias como resultados e não causas da mobilização de organizações e movimentos civis.

Dessa forma, ao atuar separadamente, as duas vias tensionam direcionamentos possíveis no âmbito da sociedade: a determinadamente institucional, em detrimento de ações políticas cotidianas que a legitimem, e seu contraposto ativista, caracterizado pelas ações diretas ausentes e carentes da preocupação de estabelecer uma regulação possível para o uso de espaços e dos meios. Essas ações acabam cumprindo o mesmo papel de enfraquecer a radicalidade de um necessário movimento pela democratização da comunicação, capaz de afirmá-la como direito humano.

De modo geral, o desenvolvimento da percepção sobre a importância da comunicação para a transformação social contribuiu para o resgate do direito à comunicação de todos, para todos e por todos, nas dimensões de produzir, disseminar e incrementar a participação de mais atores, englobando outras noções mais recentemente trabalhadas.

A formulação atual do direito à comunicação está relacionada à definição de políticas públicas e marcos regulatórios, mais na forma de princípios a serem estabelecidos e reivindicados do que de leis democratizantes a serem efetivadas nos diversos países. Tal abordagem se conecta a outras temáticas na esfera dos chamados novos movimentos sociais, sem deixar de incluir os tradicionais, prioritariamente focados em questões do mundo do trabalho e do trabalhador. Portanto, a compreensão desse cenário sob a ótica da Economia Política da Comunicação se faz também determinante.

Distinções entre essas perspectivas de atuação – o viés institucional e o ativista – nas edições dos Fóruns Sociais Mundiais, assim como os decorrentes embates evidenciados por terem essas diferentes vias como pano de fundo, são inerentes à fundação de um movimento altermundista, cujo desafio se situa mais na promoção do encontro entre essas duas vertentes, os novos e os tradicionais movimentos sociais, do que na afirmação de duas agendas distintas, refletidas nos espaços de construção dos fóruns. Cada temática e aglutinação de assuntos conta com características e dinâmicas específicas, e é necessário também aprofundar as análises em torno de cada cenário para uma melhor compreensão. No que tange à comunicação, esse dilema perpassa fronteiras nacionais e envolve temáticas próprias, como as rádios comunitárias, por exemplo, ou o debate mais recente em torno da digitalização dos meios.

O debate de fundo gira em torno do que se espera e se quer do Estado, como elemento fomentador de políticas e iniciativas de apropriação das tecnologias disponíveis e ocupação de espaços por parte de plurais e diversificados atores. Na relação com o Estado, ou ainda, na compreensão de que cabe a ele a vontade política para desempenhar esse papel, deve-se reivindicar a construção de espaços co-gestionários, mas a partir de uma correlação de forças correspondente à expressão da sociedade que assume tais processos.

Quando a sociedade organizada se preocupa mais em consolidar canais de interlocução com o Estado e de atuação neste, do que em compreender quem são os agentes que promovem a situação com a qual se defronta e com qual disposição isso acontece, dá-se um grande passo na configuração de uma ausência de legitimidade, voltando-se contra a suposta disposição empreendida pelo movimento.

Para além de organizações tradicionais que configuram o movimento pela democratização da comunicação atual, cujas práticas e orientações delineiam o *modus operandi* das iniciativas promovidas, tais como sindicatos (que reivindicam interesses de classe), ONGs (que reivindicam interesses particulares/autônomos, mesmo que em articulação com redes diversas) e partidos (determinados por interesses ideológicos), um movimento pela democratização das comunicações que se pretenda legítimo em suas reivindicações carece de iniciativas dispostas a afirmar transversalidade no seu cotidiano.

Se a partir dos anos 70, do século passado, com o desenvolvimento do movimento ambientalista, seus militantes começaram a tecer a ideia de pensar globalmente e agir localmente, ao final dos anos 90, com o fortalecimento das organizações da sociedade civil em redes globais, essa perspectiva veio se construindo com base no ideário do pensamento global e da ação global.

No entanto, o crescimento das articulações nos mais diferentes níveis e a necessidade de contar com pessoas das mais diversas comunidades, dos níveis mais simples aos mais complexos, a partir de consensos em torno de melhores práticas e estratégias, reforçou demandas relacionadas ao pensar e agir global, mas com os pés no local. Um local que gera movimentos em escala nacional e que recebe de volta os frutos das articulações regionais e globais geradas a partir daí.

A falta de transparência contribui principalmente para o limitado engajamento das organizações e movimentos de outros setores, tão fundamental para fortalecer lutas específicas no setor de comunicação, mas que efetivamente dizem respeito aos que não se reconhecem no sistema de comunicação atual. O envolvimento pleno de grandes organizações e movimentos fortalece uma desejável diversidade para enriquecer e legitimar uma reivindicação que, pelas demandas de cada setor, evidencia aspectos relacionados às práticas e processos comunicacionais, garantindo nestes a pluralidade de vozes e a diversidade de meios: quanto mais puderem ser, de quantas origens diferentes puderem ser, expressa no conteúdo e na gestão das iniciativas.

Fomentar a compreensão de que a comunicação é componente central nos movimentos sociais representa uma ação comprometida com o engajamento de grupos, organizações e movimentos nos processos em curso e a serem construídos, diferenciando-se efetivamente da simples ação de pautar a comunicação nos movimentos sociais para ampliar adesões ou construir legitimidade como braços comunicacionais de redes e fóruns diversos, atuando na condição de interlocutores nas questões de comunicação.

Embora não deponha contra iniciativas relevantes recentemente conduzidas por uma e outra organização, cabe compreender em que essas formas de atuação contribuem na apropriação e na compreensão da comunicação pelos movimentos em geral. Esse é um papel que cabe aos estudos futuros da Economia Política da Comunicação no Brasil, em especial no que tange a coerência de uma proposta de análise crítica estrutural dos elementos relativos ao cenário contemporâneo das comunicações nesse atual estágio do Capitalismo.

A academia e os pesquisadores de EPC precisa se envolver na defesa mais ampla de uma comunicação democrática. Os diálogos precisam ser claros para que as pessoas entendam e apreendam melhor a realidade cotidiana, possam se apropriar das TICs e dos meios de comunicação, fazendo com que as vozes da comunidade se façam valer. E é partir dos estudos críticos e da realidade exposta pela EPC que o cenário poderá mudar.

Considerações finais, ou ainda, por uma EPC do cotidiano

A tradição da crítica da economia política se construiu e consolidou em bases críticas, comprometendo-se com uma análise sistêmica sobre seus objetos de estudo. Compreender a produção teórica como elemento de transformação em Marx, distinguir teorias críticas das tradicionais, como em Adorno e Horkheimer, dissecar a sociedade do espetáculo, tal qual realizou Debord, a cultura da mídia como propôs Kellner ou a subsunção do trabalho intelectual, proposta por Bolaño são algumas das tantas expressões que resultam em tarefas que conformam a constituição e a continuidade da EPC como campo do pensamento acadêmico sistêmico e crítico na Comunicação e em diálogo com outras áreas da ciência.

Apesar da extensão e da disposição trabalhadas neste texto, as contribuições e limites de um pensamento totalizante denotam um conjunto de atribuições que recorrentemente se assumem como tarefas individuais, quando poderiam ser referências na construção teórica e aplicada de pesquisadores em articulação.

Assim, cabe a necessidade de uma EPC que olhe para o cotidiano das questões pequenas e mais pontuais, mas conectadas com dimensões globais, sem que com isso seja rasteira e pueril, mas que não reivindique assumir um lugar na estratosfera. Recorrentemente vista em estudos do campo, tal posição pode limitar também uma melhor compreensão das implicações de importantes aspectos locais a serem considerados nas análises.

Pensar e agir global com pés no local é compreender, portanto, a capacidade de desvelar tais conexões sem a pretensão da totalidade, sem se assumir como divindade a partir de um lugar abrangente com uma visão sistêmica, mas descolada de compromisso com o que fazer e, na prática, com o processo de transformação.

Assim é possível também superar outro elemento recorrente na narrativa de textos do campo: a análise totalizante que descreve um cenário amplamente dominado, caracterizando a sociedade que poderá superá-lo em restritas e inconclusas palavras finais. É preciso aprender com as limitações de trajetórias anteriores, construindo uma perspectiva histórica dotada de capacidade de autocrítica, ao mesmo tempo em que capaz de identificar iniciativas e propostas relevantes que evidenciem caminhos para a transformação desejada.

Cabe maior empenho do campo em diagnosticar o já existente e identificar boas práticas, para além de constituir-se como revista de variedades do amplo mercado de mídia ou de forçar a necessidade de compreensão da realidade à adequação a um método pré-concebido. Cabe, para tanto, enfrentar criticamente variáveis de análise do mercado a partir da identificação de limites, brechas e possibilidades de articulação de forças capazes de superar tais cenários.

Desse modo, é possível pensar numa EPC do cotidiano, que não compreenda coisas pequenas como ordinárias, mas que supere o dilema de uma visão crítica e sistêmica, relacionada a saberes distintos e resultante de uma tarefa exaustiva, para uma disposição comprometida, coletiva e conectada, a partir da articulação de comuns, dispostos a traçar trajetórias que construam transformações capazes de compreender e fazer do cotidiano um lugar não ordinário.

REFERÊNCIAS

BOLAÑO, César (2000). **Indústria cultural: informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec: Polis, 2000.

BRITTOS, Valério Cruz (org.). **Economia Política da Comunicação: convergência tecnológica e inclusão digital**. Rio de Janeiro: Mauad, 2011.

CABRAL, Eula D.T. **Concentração da Mídia no Brasil: Estudo dos Conglomerados de Radiodifusão e Telecomunicações**. Rio de Janeiro: Pesquisa de Pós-Doutorado. Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2015.

CABRAL FILHO, Adilson V. Economia política da Comunicação no Brasil: terreno fértil para análises maduras. In: BRITTOS, Valério C.; CABRAL FILHO, Adilson V. (Org.). **Economia Política da Comunicação: interfaces brasileiras**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2008, p. 76-88.

CABRAL FILHO, Adilson V. **Nossa TV digital: o cenário internacional da apropriação social da digitalização da TV**. Rio de Janeiro: E-papers, 2015.

CABRAL FILHO, Adilson V. Economia Política da Comunicação: interfaces sociais e acadêmicas no Brasil. I Encontro da ULEPICC Brasil. **Anais do I Encontro da ULEPICC Brasil**. Niterói: ULEPICC, 2006.

CABRAL, Eula D.T.; CABRAL FILHO, Adilson V. Mídia no Brasil: quem pode dar as cartas? Estudo à luz da EPC. In: DOURADO, Jacqueline L., LOPES, Denise Maria M, MARQUES,

Renan da S. (Org.). **Economia Política do Jornalismo**: tendências, perspectivas e desenvolvimento regional. Piauí: EDUFPI, 2016, p. 255-280.

CABRAL, Eula D.T (Org.); CABRAL FILHO, Adilson V. (Org.). A importância da EPC para entender a mídia no Brasil. IN: **Comunicação e cultura no Brasil**: diálogos com a Economia Política da Comunicação e da Cultura. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2018. P. 7 - 22. Disponível em https://docs.wixstatic.com/ugd/ad71bb_84dafc636bae4c6eb9e8e79e598ca1de.pdf

FADUL, Anamaria. A internacionalização da mídia brasileira. **Comunicação e Sociedade**. São Bernardo do Campo: UMESP, nº30, p.67 – 91, 1998.

FAUSTINO, Paulo. **Pluralismo dos Media e Indicadores de Mercado e Grupos Empresariais em Portugal e na Europa**. Lisboa: MediaXXI, 2013.

JAMBEIRO, Othon. **Regulando a TV**: uma visão comparativa no Mercosul. Salvador: UFBA, 2000.

LINDGREN-ALVES, José Augusto. **É preciso salvar os direitos humanos**. São Paulo: Perspectiva, 2018.

MÍDIA DADOS 2016. Disponível em <https://dados.media#!/mosaic>. Acesso em 28 jun.2017.

MORAES, Dênis de. Sistema midiático, mercantilização cultural e poder mundial. IN: MORAES, Dênis de, SERRANO, Pascual & RAMONET, Ignácio. **Mídia, Poder e Contrapoder**: da concentração monopólica à democratização da informação. Tradução: Karina Patrício. São Paulo: BOITEMPO; Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013.

RAMONET, Ignácio. A explosão do jornalismo na era digital. IN: MORAES, Dênis de, SERRANO, Pascual & RAMONET, Ignácio. **Mídia, Poder e Contrapoder**: da concentração monopólica à democratização da informação. Tradução: Karina Patrício. São Paulo: BOITEMPO; Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013. P.85-102.

RAMOS, Murilo César. A força de um aparelho privado de hegemonia. In: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. (Org.). **Rede Globo**: 40 anos de poder e hegemonia. São Paulo: Paulus, 2005. p. 60-84.

SOBRE OS AUTORES:

Adilson Vaz Cabral Filho

Professor da Universidade Federal Fluminense (UFF) no Curso de Comunicação Social e nos Programas de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano e de Estudos Pós-graduados em Política Social. Tem pós-doutorado, Doutorado e Mestrado em Comunicação. Atua nas áreas de Políticas de Comunicação e Comunicação Comunitária. E-mail: acabral@comunicacao.pro.br.

Eula Dantas Taveira Cabral

Professora do Programa de Pós-graduação em Memória e Acervo, trabalha com pesquisas e projetos no Setor de Políticas Culturais da Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB). Tem pós-doutorado, Doutorado e Mestrado em Comunicação Social. Atua nas áreas de Economia Política da Comunicação, Cultura e Informação. E-mail: eulacabral@gmail.com.