



Resumos do II Encontro da Ulepícc-Brasil

RESUMOS DO II ENCONTRO DA ULEPICC-BRASIL

Preparação de originais: Marcelo Sacrini e Mateus Yuri Passos

Paginação: Mateus Yuri Passos

Capa: Leandro Cardoso de Barros

Ficha catalográfica elaborada por
DIVISÃO TÉCNICA DE BIBLIOTECA E DOCUMENTAÇÃO
UNESP - Bauru

Encontro da Ulepicc-Brasil (2. : 2008 : Bauru).

2º Encontro da Ulepicc–Brasil : resumos. — Bauru :
Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquite-
tura, Artes e Comunicação. LECOTEC, 2008.

70 p.

1.Comunicação – Congressos. 2. Ciência da infor-
mação – Congressos. 3. Economia da cultura – Congressos.4.
Economia política – Congressos. 5. Política de comuni-
cação – Congressos. I. UNESP.FAAC. II. Título.

CDD 302.2

Índices para catálogo sistemático

Informação : Congressos 020

Comunicação : Congressos 302.2

Cultura : Congressos 306

Economia política, digitalização e sociedade

O Capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (ULEPICC-BR), fundado em 2004 na Universidade Federal de Sergipe (UFS), em Aracaju, chega em seu segundo Encontro renovado em seu compromisso com as Ciências Sociais críticas, o rigor científico e os primados da democratização, em todos os planos. Com a realização deste 2º Encontro da ULEPICC-Brasil, entre 13 e 15 de agosto de 2008, na Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP), em seu campus de Bauru (São Paulo), o evento firma-se no calendário acadêmico como um importante espaço de apresentação de pesquisas, debate pluralista e intercâmbio de idéias.

Diante disso, e da seriedade de seus realizadores, projeta-se a repetição do êxito em que se constituiu o 1º Encontro, acontecido

em 2006, em Niterói (Rio de Janeiro), na Universidade Federal Fluminense (UFF). A cada dois anos, portanto, pesquisadores de Economia Política da Comunicação, da Informação e da Cultura reúnem-se para abordar as temáticas da área, encontrando-se professores e estudantes de regiões, instituições e formações diversas, num espaço de diálogo não só da Academia com ela própria, mas também com a sociedade civil. É também o momento de estabelecimento de relações, de todos os tipos, com abordagens teórico-metodológicas distintas, mas que estejam dispostas ao encontro, através da discussão franca e aberta, em cima de princípios e de propósitos.

O tema central do evento, “Digitalização e sociedade”, apresenta-se como da maior relevância, pela importância que as tecnologias da informação e da comunicação (TIC) assumiram no capitalismo contemporâneo. Isto porque a inovação tecnológica tem exercido um papel fundamental na reestruturação capitalista, estimulando o consumo, permitindo o funcionamento sincronizado de mercados e acelerando a transmissão de conteúdos. Ao mesmo tempo, reconhece-se que se trata de um problema complexo, na medida em que tem sido por intermédio dessas ferramentas digitais que os setores sociais preocupados com a exclusão têm buscado construir novos espaços de diálogo e de inclusão.

Trata-se de uma temática extremamente relevante à Universidade, aos movimentos sociais e aos profissionais da comunicação,

gerando uma expectativa de que os debates e reflexões deste 2º Encontro superem os muros acadêmicos e, de alguma forma, também contribuam para as experiências de avanço e superação de entraves históricos, reconhecendo-se que, hoje, a democratização em geral passa pela discussão sobre o papel das tecnologias sociomidiáticas. Afinal, pensar no espaço público contemporâneo inclui necessariamente o estudo da informação, da comunicação e da cultura, em suas continuidades, rupturas e contradições, considerando-se as dimensões econômica, política e cultural do fenômeno.

Com mais este Encontro, a ULEPICC-Brasil atinge enfaticamente três de seus objetivos, ao “impulsionar uma ampla organização da Economia Política da Comunicação, da Informação e da Cultura, em diálogo com outros aportes; empreender esforços para consolidar o campo científico da Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura; e realizar eventos de estudos de Comunicação, numa abordagem interdisciplinar”. Reafirma assim sua missão, de “fomentar a organização do campo acadêmico da Comunicação, Informação e Cultura, na perspectiva crítica da Economia Política”. Simultaneamente, busca a permanente revitalização intelectual de seus sócios, em consonância com a Carta de Buenos Aires, que demarca as bases de atuação da entidade desde sua origem.

É com estas convicções que expresso minhas boas vindas aos participantes deste 2º Encontro da ULEPICC-Brasil, só possível

graças ao trabalho de seus organizadores e à presença de todos. Através de uma conferência, quatro painéis, cinco GTs (Políticas de comunicação, Políticas culturais e Economia da cultura, Indústrias Midiáticas, Comunicação pública, popular ou alternativa e Teorias), duas reuniões e uma assembléia, o Capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Comunicação, da Informação e da Cultura acredita estar colaborando no processo de debate dos problemas comunicacionais, com a contribuição fundamental dos colegas da UNESP-Bauru, a disposição para a reflexão de seus sócios e a elevada qualidade dos trabalhos em exposição pela comunidade acadêmica neste evento.

Valério Cruz Brittos

Presidente da ULEPICC-Brasil

Resumos

GT 1 - Políticas de Comunicação

GT 1 - Políticas de Comunicação - Sessão 1

Coordenação: Maria Teresa Miceli Kerbauy (UNESP)

Comentador: Gustavo Gindre Monteiro Soares (Intervozes)

O financiamento do cinema no Brasil: as leis de incentivos e as possibilidades de autonomia

Patricia Bandeira de Melo (Fundação Joaquim Nabuco)

A proposta deste artigo é apresentar estudos iniciais sobre o modelo de financiamento para a produção cinematográfica no Brasil, correspondendo ao princípio da pesquisa que está sendo feita na Fundação Joaquim Nabuco. A intenção é refletir sobre o fomento estatal e privado ao cinema, lançando os primeiros passos do estudo sobre a oportunidade futura de autonomia do setor. Para isso, partimos de dados

secundários que indicam a destinação de recursos para a produção cinematográfica brasileira.

Palavras-chave: Economia Política da Comunicação. Indústrias Culturais. Cinema. Políticas Públicas.

A Radiodifusão em Tempos de Digitação: Confluências e Contradições de uma Legislação Fragmentada

Octavio Penna Pieranti (FGV)

Em 2006, o governo federal promulgou o decreto 5.820, voltado à implantação da TV Digital no Brasil. Este artigo objetiva analisar esse marco legal e sua inserção no âmbito da legislação referente à radiodifusão no país. É feita uma investigação histórica voltada ao resgate dos princípios que regem a regulamentação desse setor. Nesse processo serão revisados o Código Brasileiro de Telecomunicações, o decreto-lei 236, a Lei Geral de Telecomunicações e outros documentos.

Palavras-chave: TV Digital. Radiodifusão. Telecomunicações. Regulamentação.

Agenda da regulação - uma proposta para o debate

Gustavo Gindre Monteiro Soares (Intervezes)

O texto procura construir o esboço de uma agenda para a regulação do processo de convergência de mídias, a partir da identificação de quatro camadas regulatórias: infra-estrutura, nomes e números, arquitetura e conteúdo. Esta pesquisa assume o pressuposto de que a regulação é um processo político, marcado pelas disputas entre os diferentes atores sociais envolvidos no processo, não sendo, portanto, nem neutro nem imparcial.

Palavras-chave: Regulação da convergência. Governança da internet. Regulação por camadas.

Observatórios de Mídia Brasileiros como Instrumentos de Controle Público

Patrícia Cunha (UFPE)

Os observatórios de mídia brasileiros surgem como instrumentos de controle público frente ao poder privado, a fim de combater abusos e acenar com soluções. Eles servem como canal de comunicação entre público, sociedade civil organizada, Estado, academia e empresas do setor. O presente trabalho procura divulgar a atuação dos diversos observatórios de mídia no Brasil e estimular o surgimento de novas iniciativas na área. Para isso, tenta demonstrar, por exemplo, como os observatórios surgem, como funcionam e como se mantêm.

Palavras-chave: Observatório. Mídia. Sociedade. Democracia.

GT 1 - Políticas de Comunicação - Sessão 2 (Sala 60)

Coordenação: Murilo César Soares (UNESP)

Comentador: Danilo Rothberg (UFSCar)

A luta pela democratização dos meios e as Tecnologias Digitais

Murilo Soares (UNESP)

O texto examina as iniciativas de luta pela democratização da comunicação a partir de um olhar retrospectivo. Procura situar a temática contemporânea da democratização, a partir das tecnologias digitais, comparando a radiodifusão e a Internet.

Palavras-Chave: Democratização. Tecnologias Digitais. Internet.

Informação e economia política da comunicação no contexto da cidadania informada

Danilo Rothberg (UFSCar)

É preciso problematizar o papel da informação no aprofundamento do sistema democrático, considerando-se características das mídias comerciais e da natureza da cidadania atualmente desejada. O artigo

recapitula a função da informação para a expansão da cidadania informada, indica a importância de preocupações ligadas à economia política da comunicação e às relações entre sistemas político e de mídia e oferece sugestões para intervenções e propostas comprometidas com a ampliação da democracia.

Palavras-chave: Mídia. Cidadania. Informação. Democracia.

Rádios comunitárias, participação democrática e soberania popular

André Luís Lourenço (UNESP)

O presente artigo descreve as dificuldades de participação popular em democracias representativas, em países socialmente desiguais. Neste contexto, aponta a necessidade de se pensar em veículos populares de comunicação, em especial as rádios comunitárias, para o fortalecimento do debate político na esfera pública, a promoção da educação política e da transparência democrática, como condições fundamentais para a consolidação de um regime verdadeiramente democrático, no qual o povo é soberano.

Palavras-chave: Rádios Comunitárias. Transparência Democrática. Soberania Popular.

A campanha “Quem financia a baixaria é contra a cidadania” e suas estratégias para melhorar a TV no Brasil

Carlos Henrique Demarchi (UNESP)

Nas últimas décadas, a sociedade civil vem assumindo destaque diante da insuficiência do Estado em garantir o acesso pleno aos direitos de cidadania no país. Ciente dessa realidade, o presente artigo se propõe analisar a campanha “Quem financia a baixaria é contra a cidadania”, organização criada em 2002 e voltada para preservar o cidadão diante do que é exibido pela TV brasileira. A proposta é compreender a contribuição da campanha para melhorar a qualidade da programação televisiva.

Palavras-chave: Cidadania. Qualidade da Programação. Baixaria. Controle social.

GT 1 - Políticas de Comunicação - Sessão 3 (Sala 70)

Coordenação: Maria Teresa Miceli Kerbauy (UNESP)

Comentador: Maximiliano Max Martin Vicente (UNESP)

Os novos regimes de visibilidade na sociedade da informação: alguns apontamentos sobre a midiaticização de um novo ethos social

Laura Fernanda Cimino (PUC-SP)

Os novos regimes de visibilidade agenciados pelas tecnologias digitais têm provocado o surgimento de novas modalidades de vinculação coletiva que vão alterar o ethos social. Tal fenômeno foi denominado de midiaticização e representa mudanças nas categorias de espaço e tempo clássicos. Este novo bios virtual implica ainda uma inflexão epistemológica no âmbito das atuais políticas da comunicação. As novas representações do real vão afetar ontologicamente a própria idéia moderna do social e do exercício do poder a partir de uma nova economia da atenção que estimula as demandas da multidão.

Palavras-chave: Espacialidade. Midiaticização. Biopolítica. Subjetividade Contemporânea.

Imprensa e Política em Mossoró/RN: a profissionalização do jornalismo local

Lerisson Nascimento (UFSCar)

O presente trabalho procura compreender o processo de profissionalização de um grupo ocupacional (jornalistas) e como isso está relacionado ao desenvolvimento da nova imagem de uma elite política no interior do nordeste brasileiro. Através de entrevistas com jornalistas de Mossoró/RN procuramos entender a forma como estes vivenciam seu trabalho – as regras institucionais ou não que “regulam” a profissão – e como esse processo está diretamente ligado a configuração política local.

Palavras-chave: Imprensa. Jornalismo. Regulamentação e Política.

Os docentes e as novas tecnologias

Maximiliano Martin Vicente (UNESP)

Este texto se propõe a analisar as transformações provocadas pela entrada das novas tecnologias de informação e comunicação (TIC) na sociedade, assim como sua influência na educação. Desta maneira, inicialmente, exploramos a mudança de paradigma dos últimos anos com a conseqüente desmobilização social e a acentuação do individualismo e triunfo do mercado. Posteriormente destacamos o significado da sociedade em rede e examinamos seus possíveis desdobramento e repercussões no âmbito das relações sociais responsáveis pela tentativa de construir uma nova ordem mundial. Continuando, apresentamos os princípios da pedagogia libertadora principalmente em sua relação com a tecnologia para, finalmente, procurar aproximar as TIC a práticas pedagógicas mais críticas e libertadoras.

Palavras-chave: Sociedade. Globalização. Novas Tecnologias da Comunicação e Informação. Paulo Freire.

A transfiguração de novos espaços comunicacionais: o Papel das Novas Tecnologias

Vanessa Matos dos Santos (UNESP)

Para iniciar uma reflexão sobre a temática do tempo e espaço num mundo globalizado temos que adotar um método, ou uma linha de raciocínio que permita realizar comparações e, possivelmente, abstrações. Com a chegada das redes telemáticas impulsionando o processo de globalização, a noção de tempo e espaço foi subvertida, re-modelada, re-pensada, criando novas ancoragens para entender e pensar a sociedade atual – aprendente e digitalizada. O uso de novas tecnologias – como o computador e a Internet, enquanto canais de comunicação – potencializa a ação comunicacional e educativa humana. A interação agora é mediada pelo suporte tecnológico, possibilitando novas formas de estar e viver. Nesse sentido, as novas tecnologias de informação e comunicação proporcionam um novo espaço – ciberespaço – para a construção do real.

Palavras-chave: Comunicação. Novas tecnologias. Tempo-espaço. Ciberespaço.

GT 2 - Políticas Culturais e Economia da Cultura

GT 2 - Políticas Culturais e Economia da Cultura - Sessão 1 (Sala 71)
Coordenação: Alexandre Barbalho (Universidade Estadual do Ceará)

O ambiente cinematográfico brasileiro contemporâneo . Onde estamos e para onde vamos?

Hadija Chalupe (UFF)

Passados mais de dez anos da “Retomada do cinema brasileiro”, ainda se luta pela consolidação de um sistema de produção cinematográfica que atenda as necessidades e as exigências do ambiente sócio-político-econômico brasileiro. Como o processo de produção e disponibilização dessas obras está sendo articulado entre mercado, Estado e sociedade? Como o Brasil está re-acomodando a estrutura de sua cinematografia nos processos de globalização cultural? É deste amplo espectro de questões que trata esta comunicação.

Palavras-chave: Mercado Cinematográfico. Cinema Brasileiro. Indústria Audiovisual

1994-2008: Filmes Brasileiros e Ditadura Militar

Caroline Gomes Leme (UNESP)

Resumo:

A partir dos anos 90, o Estado brasileiro induziu a vinculação da cultura ao mercado. Quais as implicações para o cinema? É possível a realização de um cinema nacional com autonomia para dialogar com as peculiaridades históricas e políticas do país, em meio à massificação e ao pragmatismo do mercado? Apresentamos as novas e atuais condições de produção cinematográfica no Brasil e dados sobre a forma como filmes