



**Universidade Federal do Pará  
Instituto de Letras e Comunicação  
Faculdade de Comunicação**

## **Economia Política da Comunicação**

Prof. Dr. Fábio Fonseca de Castro

Belém, 1º semestre de 2023

### **Ementa**

---

O curso discute as formas e as dinâmicas dos processos comunicativos e midiáticos, bem como das mediações socioculturais e socioeconômicas, presentes na sociedade contemporânea – e em especial no espaço amazônico. Procuraremos fazer uma introdução à natureza econômica e política da comunicação, observando as relações entre estrutura e processos midiáticos conservadores e hegemônicos e as estratégias de comunicação contra-hegemônica, alternativa, popular e comunitária. A estrutura do sistema brasileiro de mídia. Políticas democráticas de comunicação: coronelismo eletrônico e a privatização da esfera pública. Sociedade, Estado e a regulação dos meios de comunicação. O discurso economicista em torno das políticas de comunicação. A economia política das comunicações na era digital.

### **Programa**

---

#### **Unidade I – O que é economia política da comunicação**

1. Introdução ao curso
2. Constituição histórica do campo da comunicação: os sentidos de público, estatal e privado
3. Aspectos estruturantes da indústria cultural
4. Aspectos estruturantes da organização, defesa e auto-produção do espaço público
5. Elementos de análise em economia política
6. Modelos liberais, modelos social-democratas e modelos autoritários na organização dos sistemas comunicacionais

#### **Unidade II – O processo de concentração de mídia no Brasil na sua perspectiva histórica**

1. Formação histórica das indústrias culturais no Brasil
2. Formação histórica das indústrias culturais em outros países
3. Perspectivas críticas sobre a concentração e desconcentração midiática no Brasil
4. A questão da produção regional

#### **Unidade III – Estratégias de regulamentação da mídia**

1. Modelos de regulamentação e enfrentamentos da concentração em diversos países
  - Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, França, Itália, Alemanha, Portugal, México, Argentina, Japão, China, Coreia do Sul, Noruega, Suécia, Dinamarca.

#### **Unidade IV – Economia mundializada da mídia**

1. As estruturas empresarias de mídia em diversos países
  - Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, França, Itália, Alemanha, Portugal, México, Argentina, Japão, China, Coreia do Sul, Noruega, Suécia, Dinamarca.
2. Processos de globalização das empresas de mídia
3. Economia da Internet
4. Economia das Telecoms

#### **Unidade V - Marcos legais, regulamentações e regulações**

1. Leis, códigos de ética e deontologia da comunicação no Brasil
2. Leis, códigos de ética e deontologia da comunicação em outros países
3. Os problemas causados pela ausência de regulamentação
4. Por que não se regulamenta? O que impede a regulamentação?
5. A luta pela regulamentação e pela democratização da comunicação

#### **Unidade VI - Geopolítica da comunicação no Brasil e na Amazônia**

1. Territorialidades da comunicação no Brasil
2. Territorialidades da comunicação na Amazônia
3. Sistemas e processos da economia da mídia na Amazônia
4. Características políticas, econômicas e ideológicas da mídia amazônica

#### **Unidade VII – Modelos, problemas e estratégias da comunicação pública**

1. O que é comunicação de interesse público?
2. Modelos de comunicação pública na Europa
3. Modelos de comunicação pública nas Américas
4. Os anti-modelos: sistemas estatais de comunicação
5. A comunicação pública do Brasil

#### **Unidade VIII – A convergência midiática e o futuro da comunicação**

1. Dinâmicas socioeconômicas da convergência digital e midiática
2. Economia das empresas de telecomunicações e os mercados de mídia
3. Paradoxos e estratégias do jornalismo contemporâneo
4. Economia política do emprego na área da comunicação
5. Experiências de comunicação popular, alternativa e comunitária
6. A luta pela democratização da comunicação

### **Bibliografia**

---

ALBORNOZ, Luis A. A integral digitalização das indústrias culturais: tensões e reestruturações em andamento. In: CARVALHO, Juliano Maurício; MAGNONI, Antonio Francisco Magnoni; PASSOS, Mateus Yuri (orgs.). Economia Política da Comunicação. Digitalização e Sociedade. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2013, pp. 20-41

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. Economia política da Internet : jornalismo online. São Cristóvão : Editora UFS, 2017, Cap III, pp. 74-144.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz. TV pública, políticas de comunicação e democratização: Movimentos conjunturais e mudança estrutural. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho "Economia Política e Políticas de Comunicação", do XVII Encontro da Compós, na UNIP, São Paulo, SP, em junho de 2008.

BRITTOS, Valério Cruz (Org.). Economia política da Comunicação. São Paulo: Mauad, 2011.

CABRAL, Eula D. V. A mídia brasileira sob o ângulo constitucional. In: INTERCOM, Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio Janeiro: Uerj, 2005.

CABRAL FILHO, Adilson Vaz; CABRAL, Eula D. V. Estratégias de legitimação social por parte dos conglomerados midiáticos no Brasil. In: MARTINS, Moisés de Lemos; OLIVEIRA, Madalena (eds.). Comunicação ibero-americana: os desafios da Internacionalização. Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho, 2014, pp. 1499 -1507.

CASTRO, Fábio Fonseca de. Comunicação, poder e democracia. s.l.: Labor, 2013.

\_\_\_\_\_. Comunicação, identidade e TV pública no Pará. Em *Questão*, 2012, 18 (2) : 149-167.

\_\_\_\_\_. Geopolítica da comunicação na Amazônia. *Comunicação & Sociedade*, 2012, 57 (1) : 151-171.

\_\_\_\_\_. Sistemas de comunicação na Amazônia. *Fronteiras – estudos midiáticos*, 2012, 14 (3) : 179-191.

\_\_\_\_\_. Macrodinâmicas da comunicação midiática na Amazônia. *Bol. Mus. Para. Emílio Goeldi. Cienc. Hum.*, 2013, 8 (2) : 435-445.

DEMARCHI, Carlos Henrique; KERBAUY, Maria Teresa M. Políticas de comunicação no Brasil: a proposta de um novo marco regulatório para a radiodifusão. In: *pragMATIZES - Revista Latino Americana de Estudos em Cultura* 5:8 (66-76).

LEAL FILHO, Laurindo Lalo. A Televisão pública brasileira, um vazio histórico. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Economia Política e Políticas de Comunicação”, do XVI Encontro da Compós, na UTP, em Curitiba, PR, em junho de 2007.

VALENTE, Jonas. Regulação da mídia: a invisibilidade de uma agenda essencial à democracia. In/ *Le Monde Diplomatique Brasil. Dossier Proprietários da mídia No Brasil*, outubro, 2018