

O AUDIOVISUAL  
NO CAMPO DA  
ECONOMIA  
POLÍTICA DA  
COMUNICAÇÃO:  
ABORDAGENS,  
MÉTODOS E  
NOTAS PARA  
UMA AGENDA  
DE PESQUISA

[ ARTIGO ]

Kátia Morais  
Othon Jambeiro  
Fábio Ferreira

## [ RESUMO ABSTRACT RESUMEN ]

O artigo investigou como o tema “audiovisual” tem figurado na produção científica brasileira dentro das perspectivas contidas na Economia Política da Comunicação (EPC). O objetivo foi identificar as abordagens e métodos priorizados em publicações acadêmicas do campo da Comunicação. Partiu-se de duas categorias centrais: (1) Políticas de mídia e (2) Estruturas de mercado do audiovisual. O mapeamento dos trabalhos foi desenvolvido a partir da base de dados do Portal de Periódicos Capes, baseado em dois critérios: com acesso livre e classificação como Qualis B2 à A1 na área de Ciências Sociais Aplicadas. A busca se deu por título e resumo, utilizando-se termos previamente definidos.

**Palavras-chave:** Audiovisual. Economia Política da Comunicação. Mercado do audiovisual. Políticas de Comunicação.

This paper investigated how research within the Political Economy of Communication (PEC) in Brazil have been addressing issues related to the audiovisual sector. The goal was to identify which approaches and methods were a priority within selected publications in the field of Communication. For analytical purposes, two main categories were used: (1) Media policies and (2) Audiovisual market structure, and the selected publications were analyzed based on them. Papers were selected from Capes' Journals Portal database, based on two criteria: free access, and rank (from Qualis B2 to A1 in the field of Applied Social Sciences). The selection process was based on keywords that were searched in the articles' titles and abstracts.

**Keywords:** Audiovisual. Political Economy of Communication. Audiovisual Market. Communication Policies.

Este artículo investigó como el tema “audiovisual” se tiene presentado en la producción científica brasileña dentro de las perspectivas contenidas en la Economía Política de la Comunicación (EPC) desde dos categorías centrales: (1) Políticas de los medios y (2) Estructuras del mercado del audiovisual. El objetivo fue identificar los abordajes y rutas metodológicas priorizados en las publicaciones académicas del campo de la Comunicación. La cartografía de los trabajos fue desarrollada desde la base de datos del Portal de Revistas Académicas Capes a partir de dos criterios: acceso gratuito y clasificación como Qualis B2 a A1 en las Ciencias Sociales Aplicadas. La búsqueda fue dada por título y resumen, utilizándose términos previamente establecidos.

**Palabras clave:** Audiovisual. Economía Política de la Comunicación. Mercado del Audiovisual. Políticas de Comunicación.

## INTRODUÇÃO

---

**Estudos da Economia Política da Comunicação (EPC) têm procurado demonstrar que pressões econômicas, regulatórias, financeiras e políticas não apenas influenciam a dinâmica de mercados específicos, como condicionam as atividades tanto das empresas quanto do próprio Estado, na regulação e operação da infraestrutura e dos serviços de comunicação e informação.** Campo relativamente amadurecido de análise das relações entre Estado, mercado, sociedade e mídia, os estudos nele realizados têm-se voltado para a maneira pela qual essas relações afetam ou determinam o tipo de serviços de informação e comunicação disponíveis na sociedade; como se comportam e operam as empresas que prestam esses serviços; os tipos de conteúdo que essas forças externas criam na mídia; e as implicações desses fatores para a cultura, a política e as atividades sociais como um todo.

O audiovisual tem figurado como recorte relevante em estudos desta natureza. Temas como a transnacionalização dos mercados de mídia e o poder de regulação do Estado são alguns exemplos. No Brasil, pesquisadores têm explorado tópicos como contextos de produção de conteúdos, peso do Estado e dos mercados nas estruturas da indústria do audiovisual, e relações que se estabelecem com o público.

Este artigo se propõe a desenvolver um estudo exploratório para identificar como o tema audiovisual tem figurado na produção científica brasileira no campo da Comunicação, dentro das perspectivas contidas na EPC. Parte-se de dois eixos centrais:

(1) Políticas de mídia e (2) Estruturas de mercado do audiovisual. São identificadas as abordagens priorizadas e os respectivos percursos metodológicos dos trabalhos, tornando assim possível conhecer os enfoques predominantes na agenda brasileira de pesquisa, neste campo específico.

Ressalta-se que foram contempladas produções cujas reflexões se orientam por literatura da Economia Política e também por outras abordagens teóricas, desde que adotadas para balizar análises dentro dos dois eixos estabelecidos por este trabalho. Optou-se por este direcionamento tendo em vista o reduzido número de periódicos científicos especializados em EPC no Brasil e cujas investigações se sustentam em literatura oriunda deste campo.

Por outro lado, embora seja extensa a produção científica brasileira dedicada a análises de fenômenos do audiovisual, entende-se que parte dessa produção se desenvolve a partir de óticas que não diretamente se relacionam com os interesses de investigação da Economia Política. Enquadram-se neste perfil, por exemplo, estudos sobre autoria, marcas estéticas e aspectos da linguagem de produtos audiovisuais em sentido estrito. A análise desenvolvida neste artigo teve como ponto de partida trabalhos dedicados a fenômenos do audiovisual onde questões estruturais são priorizadas, seja na indústria ou em ações de políticas voltadas para este mercado. O estudo aqui apresentado contempla o total de 452 produções mapeadas, publicadas em quinze periódicos nacionais do campo da Comunicação entre 1987 e 2016.

O trabalho está estruturado em quatro partes, além desta introdução. Primeiro, faz-se uma contextualização da EPC e do setor audiovisual. Em seguida são apresentadas a metodologia, a análise empírica e as conclusões do artigo.

## 2. NOTAS SOBRE A ECONOMIA POLÍTICA DA COMUNICAÇÃO E SOBRE O AUDIOVISUAL

---

**A essência da Economia Política da Comunicação está no postulado de que a conjunção de fatores econômicos e políticos são centrais para a compreensão do que ocorre no setor e para a formulação de políticas públicas voltadas para os serviços de informação e comunicação.** O exame dos processos comunicacionais a partir desta perspectiva teórica e metodológica parte do princípio de que os grupos econômicos são atores permanentes no controle do que é produzido. Daí decorrem os estudos sobre como se dá o desenvolvimento de produtos e serviços de comunicação, quem os concebe, sob que condições e sob que controles, atendendo a que interesses (BABE, 1993).

Os estudos do campo da EPC procuram, em primeiro lugar, explicar as forças que pressionam as empresas, compelindo-as a adotar determinados comportamentos, ao mesmo tempo que elas próprias pressionam os consumidores a aceitar seus produtos. Busca-se, com isso, conhecer as tendências e transformações do setor. As investigações voltam-se também para estruturas das

indústrias e dos prestadores de serviços de comunicações e informações. O interesse desta linha está em conhecer as direções em que se desenvolvem as políticas e estratégias de empresas e governos, a fim de controlar variáveis decorrentes do comportamento do mercado e do conflito de interesses econômicos envolvidos (OWEN et. al., 1974; OWEN; WILDMAN, 1992).

Há ainda uma vertente de estudos voltada para a análise dos fenômenos da concentração e monopolização do setor, seus efeitos culturais e sociais e as mudanças impostas às sociedades por sua transformação em sociedades da informação (MOSCO; WASKO, 1988; DYSON; HUMPHREYS, 1990; GARNHAM, 1990). Um foco de interesse dos pesquisadores muito disseminado nos anos recentes é o estudo do vertiginoso e convergente desenvolvimento tecnológico das áreas de comunicações, informática e microeletrônica, com consequências altamente significativas na mídia e nos serviços de informação e comunicações. A integração das tecnologias de telefonia, computação, radiodifusão, cabodifusão, satélites artificiais e robótica, entre outras, é analisada como fator de profundas mudanças na maneira pela qual se produz, distribui-se e consome-se produtos e serviços de informação, cultura e comunicações. Essas mudanças levantam questões de natureza econômica e política, sobre demandas de tecnologia, sua distribuição e acesso universal, relações de trabalho e impactos sociais e culturais sobre as várias camadas da população.

A linha comum entre essas vertentes da EPC é o postulado de que os *media*, a indústria eletroeletrônica e os prestadores de serviços de informação e comunicação são entidades econômicas que operam em um

contexto político-econômico, tendo como objetivo produzir e vender processos, tecnologia, serviços, produtos e conteúdos. São, portanto, atores dos processos políticos, culturais e econômicos da sociedade, dos quais sofrem influência e aos quais influenciam. As condições de competição entre esses atores variam significativamente, a depender da forma como interagem com os poderes econômico e político da sociedade, particularmente com o Estado e suas instituições.

Os trabalhos no campo da Economia Política da Comunicação têm se mostrado de grande relevância na compreensão das articulações de interesses que se estabelecem, nos níveis nacional e internacional, na montagem e exploração de infraestruturas e serviços deste setor. Têm, igualmente, obtido grande impacto na investigação do papel do Estado e dos grupos de interesse nos processos regulatórios, particularmente a crescente redução de poder do primeiro frente aos conglomerados multinacionais financeiros, que aumentaram substancialmente sua participação nas atividades econômicas relacionadas à comunicação (KELLNER, 2009).

No campo do audiovisual, os estudos filiados à EPC têm identificado claras e intensas articulações entre o Estado e a economia, enfatizando os conflitos e acordos que emergem da tomada de ações de regulação de Estados nacionais dentro de um contexto global de economia (SANTOS; CAPPARELLI, 2005; SAINT-LAURENT; TREMBLAY, 1994; STRAUBHAAR, 2007).

Especialmente nas últimas duas décadas o fenômeno da convergência tecnológica tem tornado mais complexas as negociações envolvendo as macroestruturas do setor de audiovisual (BALDESSAR; GIGLIO, 2010; CANNITO, 2010). A lógica de

rede e de cadeia produtiva tende a ampliar as possibilidades de organização do mercado, com consequente aumento da exploração comercial dos produtos desta indústria, que podem ser concebidos e comercializados para diversas mídias simultaneamente. Em razão disso, a classificação de um produto audiovisual tornou-se mais complexa, como no caso dos games, que podem ser ao mesmo tempo vídeo, software e jogo. Além disso, a convergência vem provocando uma reformulação da propriedade e controle desta indústria, por meio de frequentes fusões de empresas, visando ganhar escala e penetração nas diversas plataformas de distribuição para o consumo.

Paralelamente, essa dinâmica desafia o Estado a revisar os marcos regulatórios para um setor em permanente mutação, com ações que sofrem constante pressão do mercado e, em menor escala, de grupos de interesse da sociedade (SIMIS, 2008). No Brasil, o extenso processo decisório sobre o modelo de sistema de TV digital (DOMINGUES DA SILVA, 2013) e, mais recentemente, as disputas e pressão dos agentes de mercado sobre o Estado para a regulação de serviços de distribuição conteúdos audiovisuais por *streaming*, bem como a disputa entre *majors* do setor de telecomunicações e agentes regulatórios do audiovisual em torno do recolhimento da Condecine<sup>1</sup>, deixam

---

[1] A Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Nacional (Condecine) é devida a todos os agentes econômicos que atuam na cadeia produtiva do audiovisual, o que inclui empresas de telefonia que exploram o setor por meio dos serviços de distribuição no mercado de TV Paga. Estas empresas têm reivindicado o não pagamento da taxa, em uma extensa disputa judicial com a Ancine. A Condecine é a grande provedora de recursos do Fundo Setorial do Audiovisual, que vem sendo responsável pela dinamização dos investimentos públicos ao audiovisual no Brasil.

claro como a convergência tecnológica aprofunda os processos de negociação entre Estado e mercado no setor de mídia audiovisual, bem como os impactos dessas negociações para a dinâmica do campo, a depender das agendas priorizadas em cada disputa.

A lógica de estruturação em redes é evidenciada por Hesmondalgh e Baker (2010) ao demonstrarem, numa perspectiva crítica, a importância dos contatos e do pertencimento a redes específicas de produção em alguns setores criativos, dentre eles o audiovisual. Na análise que esses autores empreendem sobre o trabalho criativo, fica claro que a lógica de networking é tanto um elemento de oportunidades quanto de precarização das relações de produção estabelecidas, mas ela é quase impositiva para àqueles que desejam atuar nesses setores.

Aspectos específicos da lógica de cadeia no audiovisual são reforçados ainda por Miguez et al (2010), em um diagnóstico da cadeia produtiva do setor no estado da Bahia, Brasil. No estudo, os autores circunscreveram esta cadeia nos seguintes elos: produção, distribuição, exibição e infraestrutura. A produção é o momento em que as ideias são transformadas em um produto audiovisual, a ela estando associadas as fases de pré-produção e pós produção (MIGUEZ et. al. 2010). A distribuição envolve a aquisição e distribuição dos programas por agentes para as diversas mídias; a difusão engloba as salas de exibição, TVs abertas, TVs por assinatura, internet, entre outros; e a infraestrutura diz respeito a toda a parte de equipamentos e de serviços especializados envolvidos no processo. Os autores defendem que os produtos gerados pela cadeia produtiva

do audiovisual são de alta complexidade e demandam capacitações técnicas e artísticas diversas, motivo pelo qual há uma série de atores (institucionais ou não) envolvidos na produção de um único conteúdo desse tipo.

Do lado do Estado, é possível observar uma crescente sistematização das ações voltadas para o audiovisual no Brasil, que têm na Agência Nacional do Cinema (ANCINE), o órgão direcionador das políticas de regulação e fomento. Até mesmo a produção e distribuição em múltiplas plataformas vem sendo contemplada pela Ancine, por meio das linhas de produção para demo e games, dialogando com uma demanda de mercado. Destaca-se ainda a atuação de órgãos como o Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX) como apoiadores/fomentadores ao desenvolvimento de um mercado do audiovisual no Brasil.

Os relatórios mais recentes da Ancine e o plano de diretrizes para o setor evidenciam como as lógicas de estruturação em redes e de cadeia produtiva têm sido contempladas nas ações pensadas para orientar a regulação do audiovisual no Brasil (ANCINE 2013; MINC; ANCINE 2014; 2013). Além disso, a estruturação do fomento ao audiovisual em torno do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), gerido pela Agência, em linhas de investimento que estabelecem uma obrigatória relação em cadeia entre os agentes do setor produtivo, tem sido responsável pelo alto incremento da produção do setor, com a inserção de novos agentes (pequenos produtores) à cadeia ao mesmo tempo em que têm sido preservada a posição

das grandes empresas que dominam esta indústria, desde o elo de produção até a distribuição dos conteúdos.

A publicização das ações do Estado e de dados oficiais sobre o audiovisual nacional demonstram uma significativa evolução do setor, com expressiva participação no PIB nacional (ANCINE, 2015). Diversos indicadores, a exemplo de aumento de público e renda de filmes nacionais, progressivo incremento da participação da produção nacional no mercado de TV Paga, mostram o peso da indústria do audiovisual no país.

Os estudos com base em perspectivas da Economia Política da Comunicação parecem acompanhar essa dinâmica, por meio de investigações que analisam diferentes aspectos relacionados ao fenômeno do audiovisual em suas relações econômicas e políticas. O poder de pressão e de controle por parte de grandes grupos econômicos que tradicionalmente têm ocupado posição de destaque na cadeia do audiovisual tem sido uma discussão recorrente nos estudos em EPC.

Estudos sobre barreiras à entrada (BRITTOS, 2005), o poder dos grandes conglomerados de mídia (BOLAÑO, 1999; CAPPARELLI, 1982) e sua forte influência sobre a constituição dos marcos regulatórios do setor (JAMBEIRO, 2000; MATTOS, 2002), constituem-se como temas clássicos na literatura de EPC voltada para o audiovisual no Brasil. Nos últimos anos, temáticas como a Lei da TV Paga (LOPES, 2015), regulação dos meios (MONJE, 2014; PIERANTI, 2015), a compreensão do audiovisual na perspectiva de indústrias criativas (FERREIRA; JAMBEIRO, 2014), dentre outros, têm figurado com destaque na produção nacional, acompanhando a dinâmica de negociações entre Estado, mercado e sociedade.

A questão que se coloca, portanto, é que, embora existam atualmente no Brasil uma crescente indústria do audiovisual e uma produção acadêmica consistente sobre o setor a partir de enfoques afins à Economia Política da Comunicação, há ainda uma carência quanto à reflexão em torno do desenvolvimento destes estudos. O olhar exercitado neste texto, voltado para a compreensão dos enquadramentos priorizados, temáticas em evidência e escolhas metodológicas, pode contribuir para o desenvolvimento da pesquisa no campo.

### 3. METODOLOGIA

---

**A pesquisa foi realizada a partir do mapeamento e categorização de publicações científicas em periódicos brasileiros dedicados à pesquisa em Comunicação e classificados com Qualis<sup>2</sup> A1, A2, B1 ou B2 na área das Ciências Sociais Aplicadas<sup>1,3</sup>.** Como segundo critério de corte, optou-se por englobar no estudo aqueles periódicos com acesso livre pela internet e que permitam a busca de trabalhos por título e resumo.

---

[2] Qualis é uma plataforma online da Capes (agência governamental do Brasil dedicada à formação de quadros profissionais de alto nível, particularmente por meio de cursos de Mestrado, Doutorado e pós-Doutorado no país e no estrangeiro.

[3] Na Capes os cursos de pós-graduação são agrupados por área de conhecimento. Os mestrados e doutorados em Comunicação são parte da Área de Ciências Sociais Aplicadas 1.

Por fim, foram considerados os periódicos que, mesmo não tendo a literatura da Economia Política da Comunicação como principal base teórico-metodológica, abrigassem trabalhos que discutam o audiovisual a partir de enquadramentos de interesse da EPC. Periódicos com foco e escopo dedicados a segmentos e abordagem muito específicos no campo da Comunicação não integraram o *corpus*. Alguns exemplos são os periódicos Interface (B1), dedicado a estudos em comunicação e saúde; Estudos em Jornalismo e Mídia (B1), que prioriza estudos sobre as rotinas as atividade jornalística e modos de produção textual; Organicom (B1), voltado para o segmento de Relações Públicas; Sessões do Imaginário (B1), dedicada a estudos em criação em audiovisual e tecnologia; e Novos olhares (B2), voltada para estudos de recepção.

A proposta foi verificar que enquadramentos analíticos têm sido adotados pelos pesquisadores na investigação de fenômenos em torno do audiovisual. Os trabalhos foram identificados a partir de dois grandes eixos: (1) Políticas de mídia e (2) Estruturas de mercado do audiovisual.

O primeiro engloba investigações como o papel do Estado na formulação e implementação de políticas para o setor, regulação de mídia, projetos de TV pública, dentre outros similares. Já o segundo eixo abriga textos que tratem desde o audiovisual, numa perspectiva macroestrutural, até processos e modos de produção, exibição, distribuição, tecnologias envolvidas, enfim, discussões que tragam em sua gênese preocupação com o lugar do mercado de audiovisual como parte de um contexto econômico, social e político mais amplo<sup>4</sup>.

Não houve um recorte temporal padrão para o levantamento da produção, tendo em vista especificidades de cada periódico quanto ao ano de lançamento e periodicidade. Assim, optou-se por realizar as buscas na totalidade das produções disponíveis para consulta, o que, em termos gerais, representou um recorte de textos publicados entre 1987 e 2016. A partir de levantamento exploratório inicial, chegou-se a um corpus de quinze revistas científicas brasileiras:

---

[4] Inserem-se no escopo deste trabalho textos dedicados ao audiovisual de modo geral, bem como a campos específicos como televisão (pública e comercial), cinema, documentário, videoarte, webtv e vídeo experimental. Trabalhos na linha de análise de produtos foram considerados, desde que tivessem como objeto de análise discussões aderentes ao campo da EPC. Textos dedicados a questões de autoria ou análise de temáticas específicas, por exemplo, foram suprimidos.



[ TABELA 1 ] CORPUS DE INVESTIGAÇÃO

QUALIS	REVISTA	ISSN	INÍCIO	ENDEREÇO
A1	Transinformação <i>Quadrimestral</i>	0103-3786	1999	<a href="http://periodicos.puc-campinas.edu.br/seer/index.php/transinfo">http://periodicos.puc-campinas.edu.br/seer/index.php/transinfo</a>
A2	E-Compós <i>Quadrimestral</i>	1808-2599	2004	<a href="http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos">http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos</a>
	Famecos Online <i>Trimestral</i>	1980-3728	1994	<a href="http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/index">http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/index</a>
	Intercom Online <i>Semestral</i>	1980-3508	1980	<a href="http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/issue/current">http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/issue/current</a>
	Matrizes Online <i>Semestral</i>	1982-8160	2007	<a href="http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/index">http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/index</a>
B1	Comunicação Midiática <i>Quadrimestral</i>	2236-8000	2010	<a href="http://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/comunicacaomidiatica/index">http://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/comunicacaomidiatica/index</a>
	Comunicação e inovação <i>Quadrimestral</i>	2178-0145	2000	<a href="http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/index">http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/index</a>
	Comunicação e sociedade <i>Quadrimestral</i>	2175-7755	1979/2000 <sup>5</sup>	<a href="https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO">https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO</a>
	Compolítica <i>Semestral</i>	2236-4781	2011	<a href="http://compolitica.org/revista/index.php/revista/index">http://compolitica.org/revista/index.php/revista/index</a>
	Contemporânea <i>Semestral</i>	18099386	2003	<a href="http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/index">http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/index</a>
	Eptic Online <i>Quadrimestral</i>	1518-2487	1999	<a href="http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic">http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic</a>
	Significação <i>Semestral</i>	2316-7114	1974/ 2011 <sup>6</sup>	<a href="http://www.revistas.usp.br/significacao/">http://www.revistas.usp.br/significacao/</a>
	Rumores <i>Semestral</i>	1982-677X	2007	<a href="http://www.revistas.usp.br/Rumores/">http://www.revistas.usp.br/Rumores/</a>
Intexto <i>Quadrimestral</i>	1807-8583	1997	<a href="http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/index">http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/index</a>	
B2	Extraprensa <i>Semestral</i>	2236-3467	2007	<a href="http://revistas.usp.br/extraprensa">http://revistas.usp.br/extraprensa</a>

Fonte: Elaboração própria.

[5] A revista está disponível em versão online desde 2000.

[6] A partir de 2011 a revista passa a contar com periodicidade regular.

O levantamento dos trabalhos se deu a partir de dez termos de busca, por título e resumo. Tais termos foram definidos com base em levantamento piloto na revista Eptic Online, que, dentre as revistas nacionais, concentra a maior parte das produções dedicadas a estudos de interesse da EPC. Os dez termos de busca foram: Televisão, TV, audiovisual, cinema, radiodifusão, financiamento, fomento, mídia, regulação e mercado<sup>7</sup>. Localizados os trabalhos, foi feita uma triagem a partir dos resumos.

A investigação junto às páginas online das revistas foi realizada entre os meses de junho e agosto de 2015 através dos navegadores Google Chrome e Internet Explorer. Uma atualização do mapeamento foi realizada entre agosto e setembro de 2016. Algumas revistas não foram investigadas por problemas no acesso ao website durante o período de levantamento. Periódicos que não oferecem sistemas de busca por título e resumo também não foram incluídos. Ficaram de fora em decorrência de um destes fatores as revistas Galáxia (A2), Alceu (B1), Ciberlegenda (B1) e Líbero (B1). Por outro lado, alguns periódicos que apresentavam problemas técnicos na primeira fase do mapeamento puderam ser verificadas na segunda etapa, a exemplo da Revista Compólitica (B1) e da Revista de Comunicação Midiática (B1).

---

[7] Durante o teste piloto, o termo telecomunicações foi suprimido uma vez que os trabalhos localizados a partir deste termo apresentavam conteúdo voltado para questões mais ligadas à telefonia. Por outro lado, textos contendo este termo no título e propondo um estudo sobre o audiovisual entraram no escopo a partir da associação a uma das dez palavras de busca.

Os trabalhos localizados na etapa de mapeamento foram categorizados a partir de um quadro de análise desenvolvido pelos autores, em conformidade com os objetivos deste estudo e com base no levantamento piloto na revista Eptic Online. As categorias criadas foram: (1) Objeto de estudo: (A) Políticas de mídia ou (B) Estrutura de mercado do audiovisual; (2) Variáveis metodológicas: Padrão de investigação, tipo de método e tipo de técnica empregada; (3) Características gerais do *paper*: Ano de publicação/apresentação, palavras-chave. Informações referentes à autoria e respectivas instituições de origem foram coletadas mas não foram exploradas neste trabalho. A análise se deu pela leitura do resumo, introdução e conclusões dos trabalhos. Em alguns casos foi necessária a leitura de outras sessões do texto.

#### 4. ANÁLISE DOS DADOS EMPÍRICOS

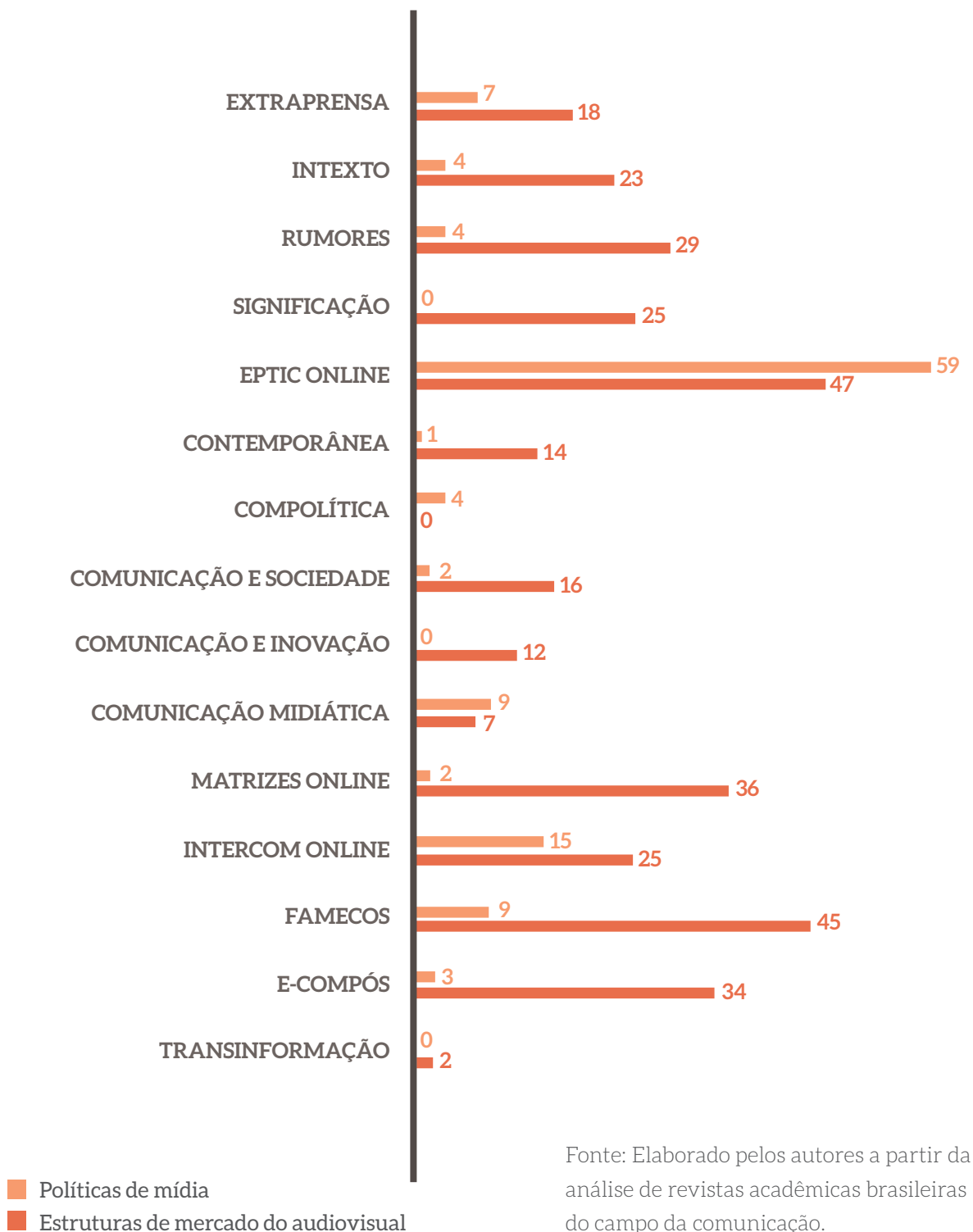
---

**O estudo empírico da produção científica em periódicos brasileiros no campo da Comunicação mostrou que o audiovisual tem se constituído em tema de pesquisa sob diversos enquadramentos e linhas de pesquisa.** Trabalhos que priorizam debates de interesse das linhas de investigação da Economia Política da Comunicação, no entanto, tem-se concentrado em poucas revistas, o que demonstra uma carência na difusão de estudos desta natureza.

No total, foram identificados 452 trabalhos em todo o corpus da pesquisa, considerando artigos (420), entrevistas e/ou conferências (5) e resenhas (27). O gráfico abaixo apresenta

um detalhamento por revista, considerando-se a categoria Objeto de Estudo (1), dividida entre os eixos Políticas de mídia (A) e Estruturas de mercado do audiovisual (B):

[ GRÁFICO 1 ] AUDIOVISUAL NA PERSPECTIVA DA EPC EM REVISTAS NO BRASIL



Fonte: Elaborado pelos autores a partir da análise de revistas acadêmicas brasileiras do campo da comunicação.

Os dados apresentados indicam uma maior concentração de publicações no eixo aqui nomeado como Estruturas de mercado do audiovisual (333), embora Políticas de Mídia (119) também se apresente como um tema de relevo nas investigações publicadas no Brasil. Como ponto de partida, deve-se considerar que grande parte dos quinze periódicos contemplados neste artigo se vinculam a programas de pós-graduação em Comunicação em universidades brasileiras, o que lhes confere certa identidade em termos de foco e escopo, a depender das linhas de investigação priorizadas por cada programa. Estes perfis se refletem na abordagem e temáticas exploradas pelos trabalhos publicados nos periódicos.

No caso de revistas vinculadas a organizações, como E-Compós, Intercom e Compolítica, é possível também notar certa identidade. A Compolítica, por exemplo, embora contenha em seu foco e escopo a confluência entre comunicação e política – o que inclui os dois eixos estabelecidos por este trabalho – apresenta um conjunto de textos mais voltados para pesquisas sobre internet. Durante o levantamento, não foram localizados textos vinculados ao que aqui está sendo chamado de Estruturas de mercado do audiovisual, enquanto o eixo Políticas de mídia foi identificado com apenas quatro produções da revista.

Outra observação importante é o impacto de Dossiês Temáticos no *corpus* deste trabalho. Grande parte das revistas acadêmicas brasileiras do campo da Comunicação vêm dedicando edições a Dossiês sobre temáticas específicas, relacionadas aos seus respectivos escopos e que, por vezes, distanciam-se de estudos com foco no audiovisual. Este dado ajuda a explicar a baixa incidência de textos dentro dos eixos

Políticas de Mídia (1) e Estruturas de mercado do audiovisual (2) em alguns periódicos.

Por outro lado, a publicação de Dossiês também ajuda a explicar a alta incidência de textos dentro dos eixos estabelecidos por este artigo em alguns periódicos. Como pode ser observado no gráfico 1, a Eptic online se destaca em relação às demais revistas, sobretudo concentrando mais da metade de todo o *corpus* alocado no eixo Políticas de mídia. Além de ser, tradicionalmente, o periódico nacional com maior aderência aos estudos em Economia Política da Comunicação, a revista tem dedicado algumas edições a estudos do audiovisual, o que impactou o número de textos identificados na fase de levantamento deste trabalho.

Destaca-se o Dossiê “Cinema: suas políticas e sua economia”, coordenado pela pesquisadora Anita Simis. O Dossiê foi publicado em dois volumes (2015, v. 17, n. 3; 2016, v. 18, n. 2), com o total de dezenove trabalhos, sendo oito dedicados a questões ligadas a estruturas de mercado do audiovisual e onze textos sobre estudos em Políticas de mídia. Interessante observar que somente em um Dossiê a Eptic online reúne mais artigos no eixo Políticas de mídia do que outras treze revistas o fazem no somatório total de publicações, conforme apresentado pelo Gráfico 1.

Por fim, a dificuldade de acesso a alguns periódicos ou edições específicas deve ser apontada como uma variável importante, o que pode ter causado impacto na configuração do *corpus* deste trabalho. Para citar um exemplo, os textos do Dossiê “Televisão e Cultura da Convergência” da revista Contemporânea (2012, v.10, n.2) não estão disponíveis para visualização. Embora seja possível acessar o sumário da edição, o

acesso aos textos não foi possível, o que impediu a inclusão deste volume na análise.

Do total de trabalhos mapeados, os textos categorizados como Políticas de Mídia se concentram na revista Eptic Online e na Intercom Nacional, o que se justifica por ambos tradicionalmente reunirem pesquisadores filiados à EPC e, dentre eles, aqueles cujo objeto de estudos se referem a questões como a ação do Estado na formulação e implementação de políticas para o campo do audiovisual, bem como a projetos de cinema e televisão, sobretudo televisão pública.

A análise dos 452 textos coletados permite-nos tecer algumas considerações em torno do perfil da produção sobre o audiovisual em aderência a linhas da EPC. No que se refere à categoria *Objeto de estudo*, foi possível identificar alguns temas de investigação como os mais recorrentes em cada um dos dois eixos, com destaque para os seguintes:

a) *Políticas de mídia*: regulação dos meios; projeto de TV Pública; projeto de cinema nacional; outorgas; lei de TV a Cabo; leis de mídia em países da América Latina; formulação de políticas e principais atores; participação popular em processos decisórios; digitalização/convergência da TV; o papel da televisão (educação, cultura, compromisso social); Lei da TV Paga; fomento à produção audiovisual e ao cinema nacional; mídia e poder; cinema, história e memória nacional.

b) *Estruturas de mercado do audiovisual*: TV Digital; mercado de TV Paga; coronelismo eletrônico; concorrência, estratégias de mercado, modos de produção, tecnologia e processos; concentração de mercado de TV; internacionalização da produção; segmentação da programação; lógica econômica;

conteúdo e conquista de mercado; relações entre mídia e poder; relações entre os meios (cinema e TV); qualidade da programação televisiva; indústrias criativas; consumo e interatividade; cinema, história e memória nacional; dinâmicas e estruturas da televisão.

Dentre as revistas que concentram maior parte da produção de trabalhos no eixo Estruturas de mercado do audiovisual, a revista Famecos, dedicada a abordagens em mídia, cultura e tecnologia, ocupa posição de destaque, juntamente com a Eptic online. Grande parte dos textos identificados sobre audiovisual publicado na Famecos investigam como processos de inovação e tecnologia aplicada aos meios de audiovisual promovem uma reconfiguração nos modos de produção e no posicionamento dos meios, considerando o papel social do audiovisual nas sociedades contemporâneas. Neste escopo, foram identificados diversos trabalhos dedicados a temáticas como TV e convergência, TV interativa, autonomia da indústria audiovisual, representações da cultura, reconstituição histórica a partir do desenvolvimento tecnológico do audiovisual, participação social da TV Pública, dentre outros.

Importante ressaltar o registro significativo de trabalhos onde questões de Políticas de mídia e estruturas de mercado do audiovisual são desenvolvidos com base em reflexão histórica e social dos contextos onde se localizam os fenômenos estudados. Sobreretudo em revistas com foco e escopo mais aberto e transdisciplinar é possível identificar trabalhos com esta característica. Um dos casos mais representativos é a revista Extraprensa, cujo foco abrange estudos nas áreas de cultura e comunicação no Brasil e na América Latina. Nesta revista trabalhos como a participação da mulher na cadeia

produtiva do audiovisual, o diálogo entre convergência e regionalização, mídia alternativa versus mídia tradicional, questões de identidade e memória versus constituição e desenvolvimento dos meios audiovisuais foram alguns temas levantados.

Vale aqui o registro de alguns trabalhos de autores estrangeiros nas revistas nacionais, cujos objetos tendem a dialogar com as preocupações de pesquisa dos investigadores brasileiros. Cita-se, por exemplo, uma edição de 2006 da revista *E-Compós* que conta com trabalhos de autores como Graham Murdock, Colin Sparks e James Lull, com trabalhos dedicados a relações entre poder, globalização, estratégias dos mercados de mídia para expansão e conquista de novos territórios.

De modo geral, é possível identificar uma tendência nos trabalhos que compõem o *corpus*: uma relação direta entre agenda pública, agenda da mídia e agenda de pesquisa, o que sugere uma preocupação dos estudiosos em analisar questões de relevância em contextos políticos e históricos específicos. Neste ponto, destaca-se a produção sobre TV Digital, com alta incidência na primeira década dos anos 2000. Este foi o período de maior aquecimento nas discussões em esfera pública sobre o projeto de digitalização da televisão no Brasil, quanto à tomada de decisões sobre modelos e implementação do sistema. Alguns trabalhos dedicados ao tema enfatizam aspectos como o poder do mercado de radiodifusão na tomada de decisões do governo, disputas em jogo e aspectos da convergência dos meios.

Nas edições mais recentes aumenta a incidência de temas como TV Pública e modelos de financiamento, considerando-se aqui textos voltados para TV educativa,

TV Universitária, e o canal TV Brasil, este último com grande número de produções; mídias interativas, relacionadas tanto a aspectos de potencial produtivo dos meios a partir da convergência, quanto à relação com o público, e como estas dinâmicas promovem uma reorganização dos mercados de mídia; e a Lei da TV Paga, que promoveu uma reorganização na cadeia produtiva do audiovisual, com impactos para a economia e políticas do setor de audiovisual. Nota-se um universo de investigação com possibilidades de expansão e cooperação entre grupos e centros de pesquisas, tendo em vista a necessidade de maior visibilidade às produções e intercâmbio entre os pesquisadores.

A incidência de trabalhos comparativos de cenários entre estados brasileiros ou entre Brasil e outros países, sobretudo na América Latina, também foi observada na análise. Textos discutindo a regulação para o audiovisual são os mais recorrentes neste sentido. Por exemplo, a Lei de Meios na Argentina, com impactos naquele país ou em estudos comparativos com legislação do Brasil e outros países latinos, figuram como temas de trabalhos publicados em diferentes revistas. Outros tópicos como cinema de baixo orçamento; a produção e distribuição de filmes; modelos de financiamento ao audiovisual no Brasil e em países vizinhos, são alguns exemplos.

Sobre as variáveis metodológicas, a análise do *corpus* indica um equilíbrio no número de produções por padrões de investigação (estudos teórico-conceituais, revisões bibliográficas, e investigações empíricas). Os dados analisados não nos permitem indicar uma tendência a qualquer relação direta entre padrão de investigação e objeto de pesquisa. No caso das revisões bibliográficas, a análise localizou textos

dedicados sobretudo a discussões conceituais. Para exemplificar, há artigos abordando como o conceito de indústria cultural aparece nos trabalhos apresentados no GP de Economia Política da Intercom; o cinema educativo na bibliografia contemporânea; um panorama de pesquisas sobre audiências televisivas na América Latina; dentre outras investigações.

Diferentemente, há uma predominância do método qualitativo entre os trabalhos analisados, o que pode ser explicado pela tradição deste método nas Ciências Sociais Aplicadas, onde se localiza o campo da Comunicação. A incidência de *papers* desenvolvidos com métodos quantitativos ou qualiquantitativos é muito pequena. Nos casos identificados os quantitativos se referem a investigações que apresentam propostas como: a mensuração da concentração e diversidade de mídia e estudos de fluxos de comunicação. Já os qualiquantitativos têm abordado: relações entre telejornalismo e o campo da política; experiência de webtvs universitárias; estudos sobre o documentário e seu público; qualidade da televisão; o papel da televisão e do vídeo na formação de professores; e regionalização da mídia.

Dentre as técnicas empregadas, tendo em vista a aderência com o método qualitativo, a análise documental ocupa lugar de destaque nas produções que integram o *corpus*. Análise de leis e atos normativos, relatórios de conselhos e gestão de emissoras, pesquisas sobre o setor e material divulgado na mídia estão entre os principais documentos analisados pelos trabalhos. Outras técnicas como entrevistas, questionários, análise de conteúdo, análise fílmica, análise de grades de programação e de conteúdos televisivos também figuram com destaque.

Por fim, sobre o recorte temporal dos trabalhos, as pesquisas sobre o audiovisual em perspectivas de interesse da EPC aparecem com certa regularidade nas publicações investigadas, com maior número em alguns períodos e/ou periódicos. As ressalvas podem ser relacionadas ao perfil dos periódicos. É o caso, por exemplo, da revista Comunicação e Inovação, onde não foram identificados textos relacionados ao eixo Políticas de mídia.

A revista Transinformação constitui um caso específico. Trata-se da única revista A1 que integra o *corpus* desta pesquisa dentre os periódicos da área das Ciências Sociais Aplicadas 1, e, embora contenha em seu escopo Ciências da Informação, apresenta baixa incidência de textos relacionados ao audiovisual. Contudo, a fase de levantamento permitiu identificar a presença de textos da área de Comunicação dedicados a outras temáticas publicados em edições da revista.

Reforça-se novamente a importância dos Dossiês Temáticos para ajudar a explicar o perfil das produções nos periódicos nacionais da área de Comunicação. Ao incentivarem a produção em subáreas específicas, pensadas a partir do escopo de cada periódico, algumas abordagens parecem mais exploradas pelo campo acadêmico independentemente de recortes temporais específicos.

Em perspectiva mais ampla, o exame da produção nacional relacionada a Políticas de mídia e Estruturas do mercado de audiovisual mostra que os pesquisadores têm empreendido o esforço de buscar compreender a dinâmica de interações entre Estado, mercado e sociedade em torno de fenômenos do audiovisual. A análise dos trabalhos a partir dos resumos e com

base nos procedimentos metodológicos adotados, deixa claro o esforço dos investigadores em olhar para estas questões buscando identificar onde estão os conflitos, que agendas têm sido priorizadas, que atores ditam as regras, o que têm sido priorizado pelo Estado em termos de políticas para o setor, como alguns agentes do mercado efetivam seu poder de orientar a dinâmica das cadeias produtivas e como exercem poder de barganha junto ao governo em questões de regulação, dentre outros pontos.

Os trabalhos têm demonstrado ainda a dificuldade de penetração das demandas apresentadas por grupos da sociedade civil organizada nos espaços de negociação entre Estado e mercado. Além disso, evidenciam as condições em que têm se dado a inserção de pequenos realizadores na cadeia produtiva do audiovisual, em espaços também negociados com aqueles que já exercem certo poder na cadeia, bem como os movimentos contra-hegemônicos que correm em paralelo ao grande mercado, com desdobramentos nas diferentes linguagens do audiovisual. Os desafios impostos pela convergência dos meios, com impactos nas políticas e na economia do audiovisual, são outra temática fortemente absorvida pela produção científica brasileira, com análises que buscam cada vez mais localizar que caminhos ou alternativas se colocam para os agentes, e chamam a atenção para a necessidade de investigações mais profundas sobre questões desta natureza.

O conjunto das produções mapeadas parece dialogar com os postulados centrais da Economia Política da Comunicação ao discutirem fenômenos contemporâneos que envolvem as negociações entre Estado, economia e sociedade, bem como as relações de força em torno dos processos

produtivos do audiovisual. O exame dos trabalhos deixa evidente a complexidade que orienta estes processos e os desafios ao campo da pesquisa em comunicação, em acompanhar as transformações da sociedade, em seus aspectos social, político, econômico e cultural, nos quais o audiovisual se insere enquanto indústria e linguagem.

## CONCLUSÕES

---

**Este artigo representa um esforço de aproximação e compreensão da pesquisa sobre audiovisual publicada no Brasil, particularmente trabalhos desenvolvidos em torno de abordagens aderentes ao campo da Economia Política da Comunicação.**

Buscou-se sobretudo identificar que caminhos têm sido traçados por pesquisadores dedicados a temas de interesse deste campo. Contudo, algumas ressalvas precisam ser feitas, a fim de tornar mais claras as motivações e também o método adotado.

Em primeiro lugar, ao estabelecer como eixos centrais do trabalho Políticas de Mídia e Estruturas de Mercado do Audiovisual, assumiu-se que esta distinção não significa considerar que tais eixos sejam excludentes. Pelo contrário —e os resultados desta pesquisa comprovam isto— há uma relação indissociável entre esses dois campos. Partiu-se da compreensão de que os estudos, por mais que transitem entre questões de natureza política ou estrutural, indicam uma preocupação central, um ponto de partida que nasce vinculado diretamente a um destes dois eixos. Em termos



metodológicos, o entendimento dos autores é de que a categorização em duas grandes áreas pode favorecer a compreensão sobre os estudos, auxiliando na identificação de questões-chave e na percepção sobre como o debate em torno de temas específicos se comporta, durante diferentes períodos e em relação a contextos externos ao ambiente acadêmico.

O segundo ponto é que, embora nem todas os periódicos que compõem o *corpus* sejam especializados em EPC, é possível identificar trabalhos cuja problematização dialogue com este campo e este foi o critério aqui adotado. É preciso salientar que o estudo aqui apresentado não dá conta da totalidade da produção acadêmica no Brasil dentro da temática proposta, nem este foi o objetivo. Algumas revistas não foram contempladas na análise porque um levantamento que visasse esgotar todas as possibilidades não se mostrou, por várias razões, exequível. Neste sentido, a pesquisa foi guiada por critérios adotados com base em levantamento exploratório, e a não inclusão de algumas revistas nada tem a ver com o nível de qualidade dessas produções. O grande norteador foi o audiovisual como objeto de análise a partir dos dois eixos estabelecidos.

De todo modo, o trabalho cobriu uma parte significativa da produção nacional, tornando legítimos, na compreensão dos autores, os resultados aqui apontados, não como respostas a um cenário em constante transformação, mas como achados capazes de identificar caminhos pelos quais os estudos de Economia Política da Comunicação sobre o audiovisual vêm sendo desenvolvidos no Brasil. Os resultados deste trabalho podem fomentar o debate e a realização de estudos similares que procurem ampliar o seu escopo. Além disso, a partir deste

trabalho podem ser observadas as relações que estão ou vêm sendo estabelecidas entre a tradição de pesquisa internacional em EPC e os estudos publicados no país. ■

\*Versão ampliada e revisada de texto originalmente apresentado no IX Congresso Internacional da União Latina da Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura (ULEPICC), entre 07 e 11 de dezembro de 2015, Havana, Cuba.

#### [ KÁTIA MORAIS ]

Doutoranda no Programa de Comunicação e Cultura Contemporâneas (Póscom), Universidade Federal da Bahia (UFBA), com bolsa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Professora Assistente da Universidade do Estado da Bahia (UNEB).

E-mail: [katiamorais01@gmail.com](mailto:katiamorais01@gmail.com)

#### [ OTHON JAMBEIRO ]

Doutor em Comunicação pela Universidade de Westminster, Londres, Reino Unido. Professor Titular da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Bolsista de Produtividade em Pesquisa Nível 1B, CA AC.

E-mail: [othonfernando@uol.com.br](mailto:othonfernando@uol.com.br)

#### [ FÁBIO FERREIRA ]

Doutor em Comunicação pela Universidade do Texas em Austin, Estados Unidos. Professor Adjunto da Universidade Federal da Bahia.

E-mail: [ferreira900@gmail.com](mailto:ferreira900@gmail.com)

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

---

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA. **Plano de diretrizes e metas para o audiovisual**: o Brasil de todos os olhares para todas as telas. 1ª edição, julho/2013. Rio de Janeiro: ANCINE, 2013. 182 p.

\_\_\_\_\_. **Valor adicionado pelo setor audiovisual**. Estudo anual 2015 – ano base 2013. Rio de Janeiro, RJ 2015. Disponível em: <http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/Estudos/VALOR-ADICIONADO-PELO-SETOR-AUDIOVISUAL.pdf>.

BABE, R. Communication: blindspot of Western economics. In Wasco, J., Mosco, V., Pendakur, M. **Illuminating the Blindspots, Norwood, New Jersey**: Ablex Publishing Corporation, 2003, p. 15-39.

BALDESSAR, Maria José; GIGLIO, Kamil. O papel dos sistemas digitais de televisão na economia do conhecimento. **Revista Famecos online**, Porto Alegre, v.17, n.1, p. 46-53, 2010.

BRITTOS, Valério Cruz. As barreiras à entrada dos processos televisivos. **Diálogos possíveis**. Salvador, v.4, n.1, p.75-87, 2005.

BOLAÑO, César. A Economia Política da Televisão Brasileira. **Rev. Bras.de Ciên. Da Com.** S. Paulo, v.XXII, nº 2, jul./dez. 1999, p. 15-32.

BRITTOS, Valério C. Televisão e barreiras: as dimensões estética e regulamentar. In: JAMBEIRO, Othon; BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério (Orgs). **Comunicação, informação e cultura**: dinâmicas globais e estruturas de poder. Salvador: Edufba, 2004, p. 15-42.

CANNITO, Newton. **A televisão na era digital**: políticas, interatividade, convergência e novos modelos de negócios. Revista Observatório Itaú Cultural/OIC, n.10, set/dez 2010, São Paulo, SP: Itaú Cultural, 2010, p.67-73.

CAPPARELLI, Sérgio. **Televisão e capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: L&PM, 1982.

DOMINGUES DA SILVA, Juliano. Policy developments and politics in Brazil: the digital TV decision-making process. **Journalism and Mass Communication**, v. 3, p. 34-47, 2013.

DYSON, K.; HUMPHREYS, P. Regulatory Change in Western Europe: from National Cultural Regulation to International Economic Statecraft. In: K. Dyson et alli, **Broadcasting and New Media Policies in Western Europe**, London, Routledge, 1990, p. 92-160.

FERREIRA, Fábio; JAMBEIRO, Othon. Fomentando as Indústrias Criativas: uma Análise das Políticas Federais para o Audiovisual no Brasil. **Revista Extraprensa (USP)**,v.8, n.1, 2014, pp.90-100.

GARNHAM, N.: The Media and the Public Sphere. In: **Capitalism and Communication**. London: Sage, 1990, p.104-114.

HESMONDHALGH, David; BAKER, Sarah. **Creative labour**: media work in three cultural industries. London; New York, NY: Routledge, 2010.

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

KELLNER, Douglas. **Media industries**, Political Economy and Media/Cultural Studies: an articulation. In: HOLT, Jennifer; PERREN, And Alisa. Media Industries: history, theory and method. Wiley-Blackwell Publishing, Malden, MA, 2009, p.95-107.

LOPES, Denise Maria. Avanços, retrocessos e estagnações: um balanço da Lei 12.485. In: **Revista Eptic online**, v. 17, n.2 (2015), p.39-56.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira**: uma visão econômica, social e política. Petrópolis: Vozes, 2002.

MIGUEZ, P.; LOIOLA, E.; ALVES, L.; FERREIRA, F.; GONZAGA, I.; RABINOVITZ, K. Diagnóstico do audiovisual baiano. In: Secretaria da Cultura do Estado da Bahia. (Org.). **Infocultura** - Economia do Audiovisual na Bahia e no Brasil: estudos e reflexões. 5 ed. Salvador: Secretaria da Cultura do Estado da Bahia, 2010, v. 2, p. 83-117.

MINISTÉRIO DA CULTURA; AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA. **Relatório de gestão do Fundo Setorial do Audiovisual** – Exercício de 2013. Rio de Janeiro, RJ: 2014. Disponível em: <http://fsa.ancine.gov.br/sites/default/files/relatorios-de-gestao/Relat%C3%B3rio%20de%20Gest%C3%A3o%20FSA%202013%20-%20%C3%BAltima%20vers%C3%A3o.pdf>

\_\_\_\_\_. **Relatório Anual de Gestão do Fundo Setorial do Audiovisual** – Exercício de 2012. Rio de Janeiro, RJ: 2013. Disponível em: [http://fsa.ancine.gov.br/sites/default/files/relatorios-de-gestao/Relat%C3%B3rio%20de%20Gest%C3%A3o%20FSA%202012\\_vale.pdf](http://fsa.ancine.gov.br/sites/default/files/relatorios-de-gestao/Relat%C3%B3rio%20de%20Gest%C3%A3o%20FSA%202012_vale.pdf).

MONJE, Daniela. Una larga revolución: reflexiones sobre la conformación del sector de medios públicos audiovisuales en Argentina y Brasil en la primera década del siglo XXI. **Revista Extraprensa**, v. 7, n.2 (2014), p. 144-155.

MOSCO, V.; WASKO, J. (eds). **The Political Economy of Information**. Madison, WI: University of Wisconsin Press, 1988.

OWEN, B.; BEEBE, J.; MANNING JR., W.G. **Television Economics**. New York: Lexington Books, 1974.

OWEN, Bruce M.; WILDMAN, Steven S. **Video Economics**. London: Harvard University Press, 1992.

PIERANTI, Octavio. Planejamento das outorgas de radiodifusão no Brasil: evolução histórica dos serviços e perspectivas futuras. **Revista Eptic online**, v. 17, n.1 (2015), p.20-32.

SAINT-LAURENT, Michel; TREMBLAY, Gaetan. Canadian television broadcasters and national audiovisual production: the attitude of the private sector. **Irish communications review**. v.4, 1994.

SANTOS, Suzy dos; CAPPARELLI, Sérgio. O setor audiovisual brasileiro: entre o local e o internacional. **Eptic online**. v.7, n.1, 2005.

SIMIS, Anita. **Estado e cinema no Brasil**. 2ª ed. São Paulo: Annablume; Fapesp; Itaú Cultural, 2008.

STRAUBHAAR, Joseph D. **World television: from global to local**. Los Angeles; London, New Delhi; Singapore: Sage Publications, 2007.