
Proposta teórico-metodológica para pesquisa sobre regulamentação da venda de direitos de transmissão de eventos esportivos¹

Anderson David Gomes dos SANTOS²
Universidade Federal de Alagoas, Santana do Ipanema, AL

RESUMO

Este artigo busca apresentar a proposta teórico-metodológica para desenvolvimento de uma tese que tratará da comparação dos elementos sobre direitos de transmissão esportivos presentes nas políticas de comunicação dos três maiores países latino-americanos, Argentina, Brasil e México. A perspectiva de estudos apresenta um diálogo entre os eixos teóricos da Economia Política da Comunicação e de Políticas de Comunicação e de Cultura, utilizando como elemento metodológico principal os estudos comparativos. A escolha pelos três países se dá pela constituição histórica semelhante da Indústria Cultural, de maneira ainda a fugir da comparação com modelos ideais, baseados em outras formatações históricas do mercado comunicacional e seu conjunto de regulamentações e formas de regulação.

PALAVRAS-CHAVE: Metodologia; Direitos de transmissão; América Latina; Políticas de Comunicação e de Cultura; Economia Política da Comunicação.

INTRODUÇÃO

O negócio da venda de direitos de transmissão tem como marco inicial os anos 1990, contextualizado historicamente em uma nova fase de espacialização do futebol a partir da presidência da FIFA por João Havelange. Após a abertura dos mercados de radiodifusão na Europa, com um processo de maior centralização e concentração de mercado na produção de conteúdo, o futebol se consolida como um programa importante para adquirir audiência, gerando a partir de então inúmeras disputas judiciais.

Trazendo esse caso de estudo para a América Latina, sabemos que na Argentina, no Brasil e no México, os mercados de exibição de eventos esportivos funcionam de maneira diferente de acordo com as particularidades das legislações que servem de base

1 Trabalho apresentado no GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

2 Professor da Unidade Educacional Santana do Ipanema/Campus Sertão da Universidade Federal de Alagoas (UFAL) e secretário-geral do capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura (ULEPICC-BR). Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília. Jornalista graduado em Comunicação Social pela UFAL, mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) e membro do grupo de pesquisa Comunicação, Economia Política e Sociedade (CEPOS), e-mail: andderson.santos@gmail.com.

para a propriedade dos clubes e de seus direitos de imagem. No México, por exemplo, grupos de comunicação são donos de clubes; enquanto na Argentina o foco de exibição era a TV fechada; ao contrário do Brasil, em que o peso da transmissão gratuita é mais presente.

Numa observação prévia, verifica-se que enquanto Argentina e México apresentaram em novas proposições legais sobre o mercado comunicacional o entendimento de algumas transmissões esportivas como de interesse nacional, logo, com acesso que deva ser universal e gratuito; o Brasil só mudou a legislação quanto ao serviço de audiovisual de acesso condicionado a pagamento, ainda assim, sem citar diretamente os produtos esportivos, o que já gerou acompanhamento de algumas condutas de mercado pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE).

É a partir deste contexto que surge o interesse em desenvolver uma pesquisa em nível de doutorado para comparar as políticas públicas dedicadas à comunicação e/ou propostas de lei específicas que tenham sido aprovadas de 2001 a 2020 nos três maiores países da América Latina, no que cada uma delas se referir à transmissão de eventos esportivos.

A escolha pelos três países se dá pela constituição histórica semelhante da Indústria Cultural, de maneira ainda a fugir da comparação com modelos ideais, baseados em outras formatações históricas do mercado comunicacional e seu conjunto de regulamentações e formas de regulação mais próximas ao ideal, considerando os limites do modo de produção capitalista.

O objetivo deste artigo é apresentar a proposta de procedimento teórico-metodológico para a realização dessa pesquisa maior, de maneira a apresentar um diálogo entre os subcampos científicos da Economia Política da Comunicação e de Políticas de Comunicação e de Cultura, utilizando como elemento metodológico principal os estudos comparativos.

Assim, este artigo está dividido em duas partes: apresentação da importância dos estudos da Economia Política da Comunicação e de Políticas de Comunicação e Cultura, perpassando parte da base dessas duas teorias para estudo de objetos comunicacionais, numa perspectiva interdisciplinar; e uma tentativa de sistematização dos procedimentos metodológicos que serão aplicados para atingir o objetivo geral da pesquisa de doutorado.

Discussão teórico-metodológica da EPC e de Políticas Públicas de Comunicação

Os estudos críticos da comunicação na América Latina têm uma estruturação melhor a partir dos anos 1980, contando com a produção de Martín-Barbero que busca fugir da ligação da comunicação e da cultura apenas na esfera da superestrutura, o que desencadeou estudos que passam a se interessar mais pelo receptor que em quem produz, ao contrário, por exemplo dos estudos oriundos da primeira geração da Escola de Frankfurt.

Os subcampos científicos que seguirão numa perspectiva crítica serão a Economia Política da Comunicação, os Estudos Culturais e a área de Políticas de Comunicação e Cultura. Eles surgirão num momento de mudança nos estudos marxistas, saindo do estruturalismo althusseriano, para seguir em outras direções.

Bolaño (2016, p. 40) apresenta “o caldo de cultura” de outras áreas que foram importantes para a tríade desses estudos críticos desenvolvidos na América Latina, vinculado “ao grande pensamento social da região, do estruturalismo latino-americano da CEPAL [Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe] à pedagogia de Paulo Freire, passando pelas teorias da dependência”.

No caso dos anos 1970 é importante afirmar ainda que a década marca os estudos por uma Nova Ordem Mundial de Informação e Comunicação (NOMIC), no âmbito da Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura). Além da hegemonia da distribuição cinematográfica estadunidense, havia também o conteúdo dublado de séries que marcava a programação latino-americana e a produção das agências de notícias focada em notícias sobre Estados Unidos e Europa, algo tratado pelos estudos sobre o imperialismo cultural, que também fazem parte do “caldo cultural” tratado acima.

O contexto dos “problemas da comunicação” foi analisado no Relatório MacBride “Um Mundo Múltiplas Vozes – Comunicação e Informação em nosso tempo”, publicado em 1980, documento importante para a formatação dos estudos críticos da comunicação, especialmente no que se refere à necessidade de aprimoramento das políticas de comunicação e cultura existentes nos países subdesenvolvidos.

A investigação para doutorado que relatamos aqui, do ponto de vista teórico, partirá de uma revisão de literatura de estudos de políticas públicas especialmente

voltados à comunicação, casos de Saravia (2006), Ramos e Santos (2007) e Bolaño (2007). Entende-se que o objeto de estudo que tratamos na pesquisa se encaixa nessa discussão ao considerar, inclusive, que das sete perspectivas apontas por Aguilar Villanueva (1992, p. 22) para analisar uma política, atinge pelo menos três delas:

[...] estudos do processo das políticas, em que se presta atenção às etapas pelas quais passa um assunto e se procura verificar a influência de diferentes setores no desenvolvimento desse assunto; informação para a elaboração de políticas, em que os dados são organizados para ajudar os tomadores de decisão a adotar decisões; [...] e] análise de políticas, em que o analista pressiona, no processo de política, em favor de ideias ou opções específicas.³

Quanto às pesquisas de Políticas de Comunicação, Geraldes e Souza (2011, p. 4) afirmam que elas trazem a pretensão de serem “pragmáticas, normativas, assertivas, trazer respostas, embasar opções, se transformar em instrumento que norteie tomadas de decisão e esclarecer dúvidas”.

O objeto de estudo da pesquisa trata da apropriação de um bem cultural pela Indústria Cultural (o futebol transmitido pelos meios de comunicação), que é transformado em valor de troca, ao mesmo tempo que ao ser consumido atende às necessidades de seu público. Para além da análise das políticas de comunicação e cultura, percebe-se como necessário apresentar a contextualização do esporte apropriado pelos meios de comunicação e do potencial das mídias no atual estágio do modo de produção capitalista, com capitais em concorrência o tempo todo e no mundo inteiro.

A análise das políticas de comunicação precisam andar em conjunto com as mudanças das tecnologias digitais de informação e comunicação especialmente a partir do último quarto do século XX. O novo cenário comunicacional possibilitou a maior oferta de conteúdo informacional, para além da radiodifusão tradicional e do impresso. De início, com as novas modalidades de transmissão audiovisual e, em seguida, com as ferramentas criadas para uso a partir da internet. Isso possibilitou que mais capitais, inclusive de ramos industriais e financeiros, disputassem a produção e a distribuição de conteúdo tanto pelo aumento de janelas para a transmissão quanto por mudanças de regulamentação que se voltam a facilitar a atuação dos agentes de mercado, casos do

3 Tradução nossa de: “[...] estudios del proceso de las políticas, en que se presta atención a las etapas por las que pasa un asunto y se busca verificar la influencia de diferentes sectores en el desarrollo de ese asunto; información para la elaboración de políticas, en que los datos se organizan para ayudar a los tomadores de decisión a adoptar decisiones; [...] análisis de políticas, en que el analista presiona, en el proceso de política, en favor de ideas o opciones específicas”.

fim do monopólio estatal da radiodifusão em alguns países da Europa e da permissão de participação de capital estrangeiro no controle dos meios de difusão.

A nova estrutura do capitalismo, com comunicação e informação ganhando mais importância infraestrutural, justifica ainda para os estudos críticos de comunicação terem uma perspectiva interdisciplinar. Empresas como Google e Facebook estão entre os principais valores de marca entre todos os mercados, conquistando a sua mais-valia a partir da internet. Ao mesmo tempo que a possibilidade de melhor filtragem de dados e opções de consumo das pessoas apresenta impactos político-econômicos cada vez mais claros.

É a partir desse contexto que se faz relevante trazer as contribuições teóricas dos estudos da Economia Política da Comunicação (EPC), subcampo científico que parte da Crítica da Economia Política, logo, do pensamento marxista, sendo uma linha teórica transversal em diferentes campos das Ciências Sociais. Brittos (2008, p. 205-206) apresenta o objetivo dos estudos da EPC:

Nesta perspectiva, a crítica da mídia sob o capitalismo tem sido a tônica da Economia Política da Comunicação, o que a afasta de abordagens que buscam transformar os estudos comunicacionais numa ciência neutra e objetiva, como se isso fosse possível. As relações sociais – de poder, em decorrência – constituem as pesquisas desta abordagem, trabalhando as alterações históricas, com suas dimensões política, econômica e cultural, e assim relacionando a comunicação com o sistema que a controla, numa identificação de interpenetrações complexas e dialéticas.

Como o próprio nome indica, a Economia Política da Comunicação é um subcampo científico interdisciplinar, com seus pesquisadores transitando entre a Comunicação, a Economia e outras ciências. Dentre os conceitos criados e/ou trabalhados pela EPC para analisar a Indústria Cultural, Bolaño (2006, p. 54) indica que:

No modelo teórico que proponho, as determinações que se impõem à estrutura de mediação que é a Indústria Cultural, são de três ordens: publicidade, propaganda e programa, cada uma delas vinculada a um ator particular, a saber, capital, Estado e público. Ocorre que a capacidade de ação e os interesses de cada um deles estão diferenciados em função de sua posição na estrutura de poder do sistema.⁴

4 Tradução nossa de: “En el modelo teórico que propongo, las determinaciones que se imponen a la estructura de mediación que es la Industria Cultural, son de tres órdenes: publicidad, propaganda y programa, cada una de ellas vinculada a un actor particular, a saber, capital, Estado y público. Ocorre que la capacidad de acción y los intereses de cada uno de ellos están diferenciados en función de su posición en la estructura de poder del sistema”.

No caso dos estudos da Economia, dentre as áreas que são apropriadas está a de estruturas de mercado, donde sai a definição das barreiras que impedem a entrada ou a disputa da liderança no caso da informação, da comunicação e da cultura: político-institucionais e estético-produtivas. Estas barreiras representam “pontos de domínio mais técnico, aquilo que é popularmente conhecido como competência”, com a determinação de padrões de produção audiovisual (barreiras estético-produtivas); “com outros de perfil político, ou seja, de relacionamento privilegiado com organismos pretensamente públicos”, em que as normas ou decisões jurídicas se fazem presentes (barreiras político-institucionais) (BRITTOS, 2004, p. 38).

Para um estudo sobre regulamentação, o entendimento sobre as barreiras político-institucionais é fundamental. A EPC se dedica a isso especialmente ao tratar da concentração nos setores da Indústria Cultural de maneira a analisar melhor os impactos da relação da mídia com o espaço público, com a valorização para o capital dos mercados oligopolizados, que possuem peso maior na definição das políticas. Brittos (2004, p. 33) define esse tipo de barreira da seguinte forma:

Em linhas gerais, pode-se dizer que é a regulamentação que determina a barreira político-institucional. Para que a regulamentação transforme-se em barreira político-institucional é necessário que se traduza em posição que garanta ao agente econômico lugar privilegiado na disputa, dificultando a outros atores de ingressarem ou crescerem no mercado. A edificação desta barreira pode decorrer de vitória regular em processo de disputa decidido por instâncias governamentais ou de relações privilegiadas com tais organismos.

Neste diálogo entre os estudos de Políticas de Comunicação e Cultura com a EPC, destaca-se também a mudança de perspectiva sobre os elementos necessários para análise, pois apresenta-se uma nova conjuntura em que a concorrência na Indústria Cultural ocorre entre as mídias e com os então líderes locais tendo que concorrer com capitais transnacionais.

Desta forma, se os estudos sobre as políticas de comunicação no Brasil indicam que estas se deram a partir de uma maior liberdade dos agentes privados de mercado no sentido de garantir a maior concentração de capitais que atuem em determinado setor. Este é o caso, por exemplo, do ainda ativo Código Brasileiro de Telecomunicações, criado na década de 1960 e que regula a radiodifusão de acesso gratuito no país, mas ainda havia uma clara barreira ao capital estrangeiro, que só em 2002 passou a poder atuar também no rádio, na TV aberta e no impresso.

A legislação sobre o serviço de audiovisual de acesso condicionado a pagamento tem outra lógica. Primeiro que não há concessão de utilização, o que diminui o peso do Estado enquanto agente concernente da autorização de atuação, ficando restrito ao papel de regulador. Além disso, não há limite para participação do capital estrangeiro, gerando parcerias e disputas, no caso brasileiro, entre grandes conglomerados de comunicação locais (Grupo Abril, inicialmente, e Grupo Globo) com agentes estrangeiros, inclusive na disputa pela criação e mudanças de regulamentações sobre a comunicação. Não à toa que é neste setor em que as disputas são mais visíveis e as mudanças também são mais frequentes. O que confirma a seguinte assertiva de Bolão (2004, p. 73-74):

A legislação, de fato, reflete a estrutura hegemônica em uma determinada situação histórica, tal como foi constituída pela dinâmica das lutas entre os atores relevantes. Ela não é mais que a formalização de um determinado consenso social, retratando a posição relativa dos diferentes atores na estrutura hegemônica da sociedade em um dado momento e sua validade se estende no tempo de acordo com a extensão da estabilidade daquela estrutura. Desse modo, se apresenta sempre em alguma medida aberta, de forma a poder incorporar o resultado das mudanças em curso.

Outra discussão mais difícil é sobre a regulação das ferramentas de comunicação propiciadas pela internet, debate contemporâneo no mundo, especialmente porque se a internet comercial existe desde os anos 1990, a regulamentação sobre o setor segue sem ter claros marcos regulatórios, mesmo depois de os grupos empresariais que atuam nele estarem entre os principais do globo.

O Marco Civil da Internet (Lei n. 12965/2014) aprovado no Brasil foi, inclusive, um dos primeiros marcos regulatórios sobre o tema no mundo, mas tanto falta regulamentá-lo, a partir de leis que tratem especificamente de cada caso tratado ali; quanto é necessário pensar em regulamentações que tratem da perspectiva econômica destes setores de mercado. Não é à toa que há uma batalha nas (tele)comunicações para legislar sobre agentes como Whatsapp e Netflix, que não pagam impostos por dependerem apenas da rede para difusão.

Entende-se para esta pesquisa que a continuidade dos estudos em Economia Política da Internet se faz necessária, trazendo a discussão também para o nível de políticas públicas, de maneira a acompanhar a trajetória de mudanças na produção, na

circulação e na distribuição dos bens culturais apropriados nessas ferramentas de comunicação e informação.

Essa perspectiva de análise deve considerar ainda, apesar dos limites do próprio sistema capitalista, que as políticas de comunicação e de cultura devem atingir para além dos interesses dos capitais em disputa no campo da hegemonia, também o que interesse à sociedade civil organizada – não entrando ainda no debate sobre o conceito de “sociedade civil”. Como afirma Brittos (2009, p. 28-29):

Considera-se política pública nacional e democrática de comunicação não a simples regulamentação dos fenômenos midiáticos, mas um marco regulamentar (o de investimentos) coerente e amplo, previamente debatido, planejado e construído, visando os interesses da maioria da população e em articulação com as diversas organizações representativas da heterogeneidade do país, a partir de objetivos econômicos, políticos e culturais, de curto, médio e longo alcances.

Quando tratamos ao longo de nosso histórico de pesquisa sobre a apropriação midiática do futebol, a discussão sobre mercados de comunicação aparece de forma mais fácil para um público maior. Não à toa que coletivos sobre o tema estão crescendo inclusive dentro dos movimentos sociais (da comunicação), que ainda restringiam o debate sobre este esporte à alienação.

Processualidades metodológicas pretendidas para a pesquisa

Toda pesquisa precisa ser desenvolvida a partir de um plano de trabalho, com a programação sendo definida para a realização de cada elemento da investigação. Aqui, apresentamos a discussão da processualidade metodológica da pesquisa para comparar os direitos de transmissão nas legislações ou propostas de lei existentes em Argentina, Brasil e México.

A escolha desses países conformou uma atividade inicial na construção do projeto, realizando o que Monteiro (2006, p. 277) indica como uma “tentativa de encontrar políticas já disponíveis, eventualmente já praticadas em circunstâncias análogas”, o que será especificado ao longo do desenvolvimento da investigação.

De início, é preciso deixar claro que trata-se aqui de pesquisa qualitativa, em que a análise partirá não de representações numéricas, mas das condições que marcam o nosso objeto de pesquisa frente ao contexto da legislação e da Indústria Cultural de cada país estudado.

Entende-se ainda que, devido à base marxista, alguns estudos em Economia Política da Comunicação buscam usar o materialismo histórico-dialético como base metodológica. A partir do trabalho de Lukács (1965, p. 25), poderíamos explicar os dois elementos do conceito entendendo que o materialismo histórico apresenta as determinações e peculiaridades históricas de determinado objeto de estudo, enquanto “uma tese fundamental do materialismo dialético sustenta que qualquer tomada de consciência do mundo exterior não é outra coisa senão o reflexo da realidade”. Assim, seria necessário entender o nosso objeto de estudo a partir de suas peculiaridades, mas dentro do contexto de evolução e mudanças que demarcam seu processo histórico.

Até pela discussão realizada no tópico anterior, seguiremos o materialismo histórico-dialético como base filosófica de entendimento do objeto em análise. Markoni e Lakatos (2003, p. 100) apresentam quatro leis fundamentais para o método de abordagem dialético: “a) ação recíproca, unidade polar ou ‘tudo se relaciona’”, que entende que qualquer objeto está em processo, não é fixo, logo o que se apresenta é uma visão de momento, que pode indicar outros ao final da pesquisa; “b) mudança dialética, negação da negação ou ‘tudo se transforma’”, que é a descrição dos processos de negação ao longo da análise, apresentando o seu contrário, mas não necessariamente como melhor modelo e sim para gerar uma terceira coisa, a síntese; “c) passagem da quantidade à qualidade ou mudança qualitativa”, que representa a mudança de um estágio para outro na análise do objeto de pesquisa, para além da cronologia ou qualquer dado quantitativo; “d) interpenetração dos contrários, contradição ou luta dos contrários”, em que podem ser identificadas o que causou as mudanças no processo.

Pela perspectiva teórico-metodológica, concordamos com Franco (2000, p. 208):

Podemos, assim, chegar a construir o objeto científico no âmbito do particular ou do geral, mas nunca como objeto isolado, separado daquilo que lhe dá significado, a totalidade social que é o conjunto de relações onde ele se situa em um tempo e espaço determinados, e que constitui sua particularidade histórica.

A partir desta abordagem, a pesquisa se propõe a utilizar como método de procedimento a comparação, que serve tanto para comparar tempos históricos diferentes quanto setores sociais menores ou sociedades maiores, como nações, mesmo que com desenvolvimento distinto. Sua finalidade é “verificar similitudes e explicar divergências” a partir de dados concretos e elementos constantes (MARKONI;

LAKATOS, 2003). O projeto o utilizará para uma forma de estudo descritiva, em que se analisará, observará e correlacionará aspectos que envolvem os direitos de transmissão nos três países escolhidos, considerando especificamente as possíveis novidades nos mesmos no século XXI.

No caso dos estudos em Políticas de Comunicação e de Cultura, o uso dos estudos comparativos é comum, de maneira a poder observar como uma série de variáveis ocorrem em distintas localidades. Geraldes e Souza (2011) destacam a comparação porque ela pode tirar de certa zona de conforto ao se estudar um objeto muito próximo, jogando luz em aspectos que poderiam não ser imaginados ao tratar de apenas um observável de pesquisa, assim como, auxiliam a trazer respostas ou embasar opções para a proposição ou justificativa de normas.

Franco (2000) e Geraldes e Souza (2011) apontam o cuidado ao tratar de comparação entre Nações, em que mesmo que o objetivo seja o de tratar do tempo presente, sempre será necessário contextualizar o como se chegou até aí, tendo em vista que a história é construída em processos. Assim a comparação a partir da perspectiva histórica se faz necessária para visualizar as semelhanças e diferenças correlacionadas com outros fenômenos:

A utilização do método histórico permite buscar as diferenças entre os países a partir dos processos históricos mais amplos (compreender a história como processo), e reconstruí-las como parte de uma determinada realidade complexa, aberta às transformações (utilizar a história como método) (FRANCO, 2000, p. 197).

Quanto aos procedimentos técnicos a serem utilizados, propõe-se realizar pesquisa bibliográfica, lançando mão de autores da Economia Política da Comunicação e dos estudos de Políticas de Comunicação e de Cultura, discussão inicialmente tratada no tópico anterior com alguns dos autores que serão estudados. Assim como, o trabalho também tratará de buscar referências que tratem dos esportes na mídia, especialmente as publicações que toquem na questão dos direitos de transmissão, casos de estudos já realizados, por exemplo, sobre o programa *Fútbol para Todos* (DIAS; BORELLI, 2012; SANTOS, 2015) e a constituição do Grupo Globo como exibidor exclusivo dos principais torneios brasileiros (SANTOS, 2013).

Geraldes e Souza (2011, p. 7) ratificam a importância deste importante procedimento de coleta de dados:

Para evitar que as pesquisas em Políticas de Comunicação superem a mera descrição dos acontecimentos, o autor deve manter uma boa relação com as teorias, que devem acompanhar o estudo desde o seu início. O referencial teórico deve ser construído à medida que a pesquisa caminha, pois permite iluminar alguns “detalhes” surgidos na descrição. Sem esse referencial forte, o risco da superficialidade é maior, pois o estudioso não consegue atingir a instância interpretativa – ele percebe semelhanças e diferenças entre os polos analisados, mas não pode compreendê-las em profundidade. Em estudo comparativo é preciso mergulhar, ir além da mera descrição, mas compreender a rede que envolve o objeto. Assim colocado, é preciso lançar mão da perspectiva histórica e ir além do presente, do descritivo e do comparativismo.

No nosso caso o “ir além” considerará também a coleta via pesquisa documental, tendo em vista que a temática é nova e se faz necessário percorrer arquivos de jornais, atas de reuniões de conselhos políticos e de direito econômico, assim como decretos e/ou leis que tocam o assunto. Além de, caso seja possível, a realização de entrevistas com agentes que participam ou participaram de processos que visam propor e/ou alterar a legislação comunicacional sobre transmissão de eventos esportivos.

Entende-se que o sucesso do método comparativo:

[...] depende da precisão das categorias adotadas: nenhuma comparação pode ser tão abrangente que parta do todo, pois assim as diferenças emergem e se tornam irredutíveis. Podemos comparar determinado aspecto, em determinada circunstância, em determinado lapso de tempo. Esse é um exercício de recortar, delimitar e construir categorias fortes (GERALDES; SOUZA, 2011, p. 5).

Assim, as categorias a serem analisadas serão melhor construídas após o primeiro ano de pesquisa, quando o contato com algumas referências sobre o tema nos três países, para além da organização de informações para o caso brasileiro, deverá ocorrer, o que possibilitará demarcar melhor o que será analisado.

Conclusão

Entendemos que teoria e metodologia andam de forma conjunta na elaboração de uma investigação científica. As escolhas feitas para analisar determinado objeto vão desde as bases teóricas que servirão de referência para o mesmo, até a metodologia e seus procedimentos de estudo e de coleta de dados que melhor compreendam a forma de se analisar. Ainda que esse processo se dê especialmente com o trabalho cotidiano e a relação com o objeto, procuramos aqui apresentar o tema enquanto “proposta” – daí a presença dessa palavra no título, em vez da demarcação normal de artigos e projetos de

pesquisa. Trata-se aqui, portanto, do estágio atual de uma proposta que está no início de sua constituição no doutorado.

O presente artigo apresentou o estágio atual da perspectiva teórico-metodológica que será aplicada para os estudos comparativos das políticas de comunicação de Argentina, Brasil e México quanto aos direitos de transmissão de eventos esportivos, negócio muito importante para a Indústria Cultural desses três países da América Latina e que gera há, pelo menos, duas décadas uma série de discussões no âmbito de regulação quanto a este produto midiático. Estudar a necessidade de uma regulação da mídia sobre um produto popular ajuda a chamar a atenção para o problema da concentração nos mercados de comunicação.

A separação realizada nos dois tópicos que conformam o artigo por um lado confirmam a necessidade de olhar para teoria e metodologia de maneira conjunta, sendo difícil separar as duas esferas. O que fez necessário optarmos também por apresentar a presença dos estudos sobre as políticas de comunicação e cultura no âmbito da Economia Política da Comunicação num primeiro momento, destacando a importância desse diálogo demarcado em distintas pesquisas do Brasil, enquanto apresentação teórica. E, em seguida, expor os procedimentos metodológicos que servem como base de abordagem e as técnicas a serem utilizadas para tratar do objeto.

Por fim, compreende-se que a proposta teórico-metodológica escolhida encontra-se no campo da Comunicação na contra hegemonia, mas sem essa perspectiva ficaria difícil atender os objetivos de seguir analisado a apropriação do futebol pela mídia num viés que considera a importância desse bem cultural e, devido a isso, o porquê de ele também estar em meio a processos de disputas e tentativas de controle por parte de grandes capitais. Espera-se com este artigo que surjam contribuições para o desenvolvimento da pesquisa, de maneira a apresentar resultados em outros momentos nos próximos anos.

REFERÊNCIAS

AGUILAR VILLANUEVA, L. F. **La hechura de las políticas**. México: Porrúa, 1992.

BOLAÑO, C. R. S. **Campo aberto**: para a crítica da epistemologia da comunicação. Aracaju: Edise, 2016.

BOLAÑO, C. R. S. **Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil?** São Paulo: Editora PAULUS, 2007.

BOLAÑO, César. Tapando el agujero negro. Para una crítica de la Economía Política de la Comunicación. **CIC Cuadernos de Información y Comunicación**, v. 11, p. 47-56, 2006.

BRITTOS, Valério Cruz. Digitalização, democracia e diversidade na fase da multiplicidade da oferta. In: _____ (Org.). **Digitalização, diversidade e cidadania: convergências Brasil e Moçambique**. São Paulo: Annablume, 2009. p. 17-30.

BRITTOS, V. C. Política da Comunicação no Brasil em perspectiva histórica. In: BOLAÑO, C. (Org.). **Comunicação e a Crítica da Economia Política: Perspectivas teóricas e epistemológicas**. São Cristóvão: Editora UFS, 2008. p. 193-208.

BRITTOS, V. C. Televisão e barreira: as dimensões estética e regulamentar. In: JAMBEIRO, O.; BOLAÑO, C.; BRITTOS, V. (Org.). **Comunicação, informação e cultura: dinâmicas globais e estruturas de poder**. Salvador: Edufba, 2004. p. 15-42.

DIAS, E. C.; BORELLI, V. Esporte na sociedade midiaticizada: o futebol argentino sob as lógicas políticas e midiáticas. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 13., Chapecó. **Anais do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul**. São Paulo: Intercom, 2012.

GERALDES, E.; SOUZA, J. O método comparativo na pesquisa de Políticas de Comunicação. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34., Recife. **Anais do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. São Paulo: Intercom, 2011.

LUKÁCS, G. **Ensaio sobre Literatura**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1965.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2013.

MONTEIRO, J. V. Os níveis de análise das políticas públicas. In: SARAIVA, E.; FERRARETE, E. **Políticas Públicas**. v. 1. Brasília: ENAP, 2006. p. 249-268.

RAMOS, M. C.; SANTOS, S. dos. **Políticas de Comunicação – busca teórica e práticas**. São Paulo, Ed. Paulus, 2007.

SANTOS, A. D. G. dos. **A consolidação de um monopólio de decisões: a Rede Globo e a transmissão do Campeonato Brasileiro de Futebol**. 269 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, São Leopoldo, RS, 2013.

SANTOS, A. D. G. dos. A possível estatização da transmissão de futebol no Brasil: ponderações a partir da comparação com Argentina e México. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 38., Rio de Janeiro. **Anais do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. São Paulo: Intercom, 2015.

SARAIVA, E. Introdução à teoria da política pública. In: _____; FERRARETE, Elisabete. **Políticas Públicas**. v. 1. Brasília: ENAP, 2006. p. 19-42.