

**Culturas Industriais:  
Contribuições contemporâneas dos Estudos Culturais para Economia Política da  
Comunicação<sup>1</sup>.**

João Guilherme Bastos dos Santos<sup>2</sup>  
Fernanda Freire<sup>3</sup>

**Resumo**

Este artigo propõe uma articulação entre contribuições dos estudos culturais de Raymond Williams envolvendo a economia política da comunicação, seu tratamento em diferentes autores da literatura internacional contemporânea que levaram algumas de suas propostas de pesquisa a cabo e o modo como estes estudos contribuem para estudos de maior profundidade sobre a relação entre economia política, cultura e tecnologias da comunicação.

**Palavras-chave:** economia política; comunicação; cultura; indústrias; estudos culturais.

**Corpo do trabalho:**

A pluralidade de áreas acadêmicas que abordam a questão da comunicação e da cultura faz com que referenciais teóricos que conferem diferentes sentidos ao conceito de *cultura* – a sociologia observacional norte-americana, a sociologia cultural européia, a antropologia, a crítica artística, os estudos multiculturalistas, entre outros – sejam avaliados, apropriados ou descartados seguindo conceitos de cultura, muitas vezes, incompatíveis com os referenciais em questão. O mesmo acontece com o termo *indústria* e seus tratamentos em diversas análises de *economia política* – escola das Indústrias Culturais, economia política neoclássica, economia política institucional e economia política radical. É necessário, para qualquer contribuição no sentido proposto por este trabalho, avançar nas definições conceituais que perpassam os estudos culturais e a economia política da comunicação.

Este trabalho pode ser dividido em quatro partes: a definição conceitual de cultura e sua relação com diferentes estudos de comunicação; a definição das indústrias culturais e as

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutorando em Comunicação/Uerj, sob orientação da Profa. Dra. Alessandra Aldé. E-mail: gui\_bsantos@hotmail.com

<sup>3</sup> Mestranda em Comunicação/Uerj, sob orientação da Profa. Dra. Alessandra Aldé. E-mail: fernanda\_afreire@yahoo.com.br

diferentes vertentes da economia política que buscam dar conta destas indústrias; o estudo das culturas de produção como área de convergência entre economia política e estudos culturais; e as agendas de pesquisa possíveis articulando diferentes propostas de Williams com relação à tecnologia com os estudos de tecnologias da comunicação online.

Iniciaremos nossa discussão mapeando as definições conceituais envolvidas com o tema em questão. Afinal, estamos falando de que *culturas* e de que *indústrias*?

### *A Cultura, as culturas e os multiculturalismos*

Entre as diversas formas de conceituar a cultura entendida como categoria de vida social, cinco se destacam nos estudos sobre o tema:

(i) cultura como comportamento aprendido, contrastando cultura e natureza, considerando a posse de cultura como aquilo que diferencia humanos de outros animais (Sewell, 1999, p.40-41).

(ii) cultura como esfera cultural dedicada à criação de significados. O estudo da cultura definida deste modo é o estudo das atividades que tomam forma nestas esferas institucionalmente definidas e nos sentidos produzidos nelas (Sewell, 1999, p.42).

(iii) cultura como criatividade ou agenciamento. A cultura seria o reino da criatividade em contraste com a “estrutura”, escapando à determinação da ação social por estruturas políticas e econômicas. Esta acepção contrasta cultura com a “estrutura” – uma distinção comum na sociologia norte-americana, mas que não faria sentido nas perspectivas antropológicas (Sewell, 1999, p.43).

(iv) cultura como sistema de símbolos e significados. Vertente que se tornou famosa por Clifford Geertz (entre outros) e seu termo “sistema cultural”. A expressão é derivada de Talcott Parson, para quem o sistema cultural era um nível de abstração de relações sociais, contrastado com sistema social (sistema de normas e instituições) e sistemas de personalidade (sistema de motivações). Um dos pontos relevantes em conceituar cultura como sistema de símbolos e significados é separar, para propósito de análise, as influências semióticas sobre a ação de outras influências – demográficas, geográficas, econômicas, etc. – com as quais ela está integrada. Lévi-Strauss propõe um modelo alternativo da cultura como sistema de símbolos e significados (seguindo a divisão de Saussure entre significantes e significados), exemplificando a influência da “virada lingüística” (Sewell, 1999, p.44).

(v) cultura como prática, como reação à concepção da cultura como sistema de símbolos e significados. Esta vertente defende a cultura como uma esfera de atividade prática e performática, compatível com a maior parte dos estudos de história cultural. Os sentidos seriam, fragmentados, contraditórios e mutáveis. A hegemonia da metodologia causal força os pesquisadores da área a demonstrar a influência da cultura, reduzindo-a a uma série de variáveis que influenciariam o comportamento e seriam comparáveis a outras variáveis sociológicas, encarando a cultura como “caixa de ferramentas” (Sewell, 1999, p.45).

A relação entre cultura e comunicação perpassa a recorrente dimensão semiótica e a atenção concedida aos símbolos culturais e suas significações sociais. Seguindo a proposta de Sewell, a cultura não seria um modo particular de práticas, nem práticas que tomam forma em um ambiente social em particular, mas sim a dimensão semiótica da prática social humana em geral. É importante ressaltar que a rede de relações semióticas que compõe a cultura não são isomórficas em relação à rede de relações econômicas, políticas, geográficas, sociais ou democráticas que compõem a sociedade (Sewell, 1999, p.49):

My main points may be summarized as follows: culture, I have argued, should be understood as a dialectic of system and practice, as a dimension of social life autonomous from other such dimensions both in its logic and in its special configuration, and as a system of symbols possessing a real but thin coherence that is continually put at risk in practice and therefore subject to transformation (Sewell, 1999, p.52).

Não haveria correspondência entre sistemas de significados e fronteiras nacionais ou sociais e não seria mais possível aceitar que o “mundo” esteja dividido em “sociedades” como unidades discretas, cada um com uma cultura bem-integrada (Sewell, 1999, p.55-57). Esta crítica está presente em trabalhos de referência na área de estudos culturais, particularmente nos escritos de Stuart Hall.

A constituição do Estado-nação moderno toma forma em processos de adaptação cultural nos quais a lealdade e identidade antes associadas a esferas étnicas, tribais, religiosas, regionais foram gradualmente transferidas para ideia unificada de cultura nacional, colocando estas diversas diferenças sob o “teto político” do Estado-nação moderno e seu território, tornando o repertório cultural e a esfera política congruentes. Em geral, as culturas nacionais consistiriam em culturas diversificadas que só foram “unificadas” após um longo processo de conquistas violentas e supressão forçada da diferença cultural: o ‘povo britânico’ e sua cultura, por exemplo, se constituíram após

conquistas céltica, romana, saxônica, viking e normanda conjugando diferentes repertórios simbólicos e práticas culturais (Hall, 2011, p. 49-60).

Neste quadro, uma distinção conceitual importante envolve a vertente multiculturalista e o conceito de sociedade multicultural. Seguindo a distinção de Stuart Hall:

Multicultural é um termo qualitativo. Descreve que as características sociais e os problemas de governabilidade apresentados por qualquer sociedade na qual diferentes comunidades culturais convivem e tentam construir uma vida em comum, ao mesmo tempo em que retêm algo de sua identidade “original”. Em contrapartida, o termo “multiculturalismo” é substantivo. Refere-se às estratégias e políticas adotadas para governar ou administrar problemas de diversidade e multiplicidade gerados pelas sociedades multiculturais. É usualmente utilizado no singular, significando a filosofia específica ou a doutrina que sustenta as estratégias multiculturais” (Hall, 2013, p.57)

No entanto, esta definição não basta para caracterizar o multiculturalismo, uma vez que o termo designa diversas doutrinas ou estratégias políticas que lidam com os problemas das sociedades multiculturais. Entre os diferentes “multiculturalismos” e os diversos tratamentos dados à questão multicultural, encontram-se, na análise de Stuart Hall: (i) o multiculturalismo conservador - assimilação da diferença ao costume; (ii) o multiculturalismo liberal - integração dos grupos diferentes à sociedade majoritária; (iii) o multiculturalismo pluralista - concessão de direitos de grupo distintos em respeito a suas diferenças; (iv) o multiculturalismo comercial - dissolução dos problemas envolvendo diferenças culturais através do consumo privado; (v) o multiculturalismo corporativo público ou privado - administração dos interesses das diferenças culturais de minorias de acordo com políticas “do centro”; e (vi) multiculturalismo crítico - oposição à hierarquia de privilégios (Hall, 2013, p.58).

A relevância das distinções conceituais envolvendo a cultura pode ser exemplificada nas diferenças de tratamento do dentro da antropologia. A cultura pode ser entendida como um conjunto concreto de crenças e práticas, muitas vezes assumido como isomórfica com relação à “sociedade” ou à “nação”, que contrasta não com a “não-cultura”, mas com outras culturas (sentido mais compatível com a crença de Ruth Benedict de culturas como unidades distintas e internamente integradas), ou, em um segundo sentido, como categoria analítica ou aspecto da vida social que deve ser abstraído da realidade complexa da existência humana, no singular (sentido compatível com a teoria cultural de Lévi-Strauss e sua coerência semiótica da cultura como sistema de significados).

*Cultura e paradigmas das teorias da comunicação*

Cultura é, portanto, um termo complexo, começando como nome de um processo – cultivo, criação de reprodução de plantas, animais e da mente humana –, passando a designar, particularmente no alemão e no inglês no fim do século XVIII, um nome para configuração ou generalização do “espírito”. O desenvolvimento dos estudos sobre as “ciências do espírito” ou “ciências culturais” marca o desenvolvimento de novos métodos propondo que estas ciências precisariam de métodos diferentes dos utilizados nas “ciências naturais”, uma vez que os cientistas que trabalham com cultura são parte integrante daquilo que estão observando - o método *verstehen*, traduzido como “compreensão simpática” e “capacitação intuitiva”. Neste período, Johan Gottfried von Herder teria sido o primeiro a empregar o termo “culturas”, no plural, a fim de diferenciá-lo de qualquer sentido de “civilização” unilinear ou universalista (Williams, 1992, p.10-16).

Embora não chame estes estudos de sociológicos, Williams reconhece sua aproximação com a sociologia cultural e os diferentes conceitos sociais em suas análises, defendendo que neles alguns conceitos e métodos fundamentais foram estudados praticamente. Poderíamos distinguir três grandes ênfases: sobre as condições sociais da arte – sejam abordagens com viés estético e psicológico ou com viés histórico; sobre o material social nas obras de arte – estudos históricos, muitas vezes com proposições sociológicas, como em versões da teoria “base e superestrutura”; e sobre as relações sociais nas obras de arte – estudos sobre mediação, seja na mediação por projeção, mediação pela descoberta de um correlato objetivo ou na mediação como função dos processos sociais básicos de consciência, encontrados na “obra coletiva” da escola de Frankfurt, além de autores externos (Williams, 1992, p.20-24). Diferindo do método *verstehen*, nos estudos sobre comunicação e cultura, há a tradição predominante na Inglaterra e nos Estados Unidos de sociologia observacional, supostamente mais objetiva e tomada como *a* sociologia, interessando-se principalmente pelas instituições sociais e econômicas da cultura em seus “produtos”, seu “conteúdo” e seus “efeitos”.

Williams mantém uma postura crítica a diversos estudos sobre as condições sociais da arte, tanto nas correntes marxistas quanto nas não-marxistas, uma vez que as correlações nesta área “tendem a provir menos da análise equilibrada das evidências do que de conceitos *a priori*, de modo geral de espécie rigorosamente contemporânea, aos quais aquelas evidências, quando existem, são agregadas a guisa de ilustração” (Williams, 1992, p.22). A postura de Raymond Williams se diferencia tanto da literatura liberal quanto da literatura marxista em disputa no campo, colocando-se contrário tanto à ideia presente em

estudos marxistas da cultura como “reflexo” da estrutura sócio-econômica quanto à idéia liberal de que a fonte universal da produção cultural seria o simples reflexo do livre exercício da expressão individual (Williams, 1992, p.34).

Os estudos culturais, entendidos como sociologia cultural, se diferenciam das duas correntes citadas anteriormente. O entendimento inicial de cultura como cultivo da mente foi desenvolvido em pelo menos três sentidos: um estado mental desenvolvido – pessoa culta; processos desse desenvolvimento – atividades e interesses culturais; os meios pelos quais estes processos ocorrem – as artes, o trabalho intelectual do homem. Segundo Williams, as formas precursoras do estudo da cultura seriam: (a) espírito formador de um modo de vida global – linguagem, estilos de arte, tipos de trabalho intelectual – muitas vezes identificada com os estudos idealistas, desenvolvendo métodos que ilustrem ou expliquem este espírito formador, como em histórias nacionais, tipos de trabalho que manifestariam valores de um “povo”, etc.; e (b) ênfase em uma ordem social global – no seio da qual uma cultura específica é considerada como ordem considerada como produto direto ou indireto de uma ordem constituída principalmente por outras atividades sociais – muitas vezes identificada como materialista, desenvolvendo métodos para investigar desde o caráter verificável de uma ordem social geral até as formas de manifestação cultural desta ordem (Williams, 1992, p.11-12).

A sociologia da cultura tem vários pontos em comum com os estudos precursores sobre a “ordem social geral” (b), mas se diferencia destes por entender que a prática e a produção cultural não apenas procedem de uma ordem “ideal”, mas sim como algo constitutivo e constituído na própria sociedade. Sua ênfase nestas práticas culturais como constitutivas se aproxima em parte do chamado “espírito formador”, embora encare a cultura como sistema de significações mediante o qual necessariamente uma dada ordem seria “comunicada, reproduzida, vivenciada e estudada”. Haveria uma convergência prática entre os sentidos antropológico e sociológico de cultura como “modo de vida global” dentro do qual haveria um sistema de significações bem definido, envolvido em todas as formas de atividade social. Os pesquisadores do ramo da sociologia chamado de “estudos culturais” estariam fundamentalmente preocupados com as práticas e produções culturais manifestas, no estudo das relações entre instituições e formações culturais, em suas relações concretas com meios materiais de produção cultural e formas culturais (Williams, 1992, p.13-14).

É preciso diferenciar, no entanto, os estudos culturais de outras propostas de análise das relações entre cultura e política, particularmente no tocante a conceitos como o de

“ideologia”, “superestrutura” e “materialismo”. Embora este ramo de pesquisa entenda a dimensão política da produção cultural e seus entrelaçamentos com a economia:

[...] isso é muito diferente de descrever toda produção cultural como “ideologia”, ou como “orientada pela ideologia”, porque o que nesse caso se omite, como nos usos idealistas de “cultura”, é o conjunto de complexos processos concretos pelos quais uma “cultura”, ou uma “ideologia”, é ela própria produzida. E com esses processos produtivos é que necessariamente está preocupada uma completa sociologia da cultura. Estudar “uma ideologia” e o que “ela” produz constitui uma forma reconhecível de filosofia idealista. O que o sociólogo cultural ou o historiador cultural estudam são as práticas sociais e as relações culturais que produzem não só “uma cultura” ou “uma ideologia” mas, coisa muito mais significativa, aqueles modos de ser e aquelas obras dinâmicas e concretas em cujo interior não há apenas continuidades e determinações constantes, mas também tensões, conflitos, resoluções e irresoluções, inovações e mudanças reais (Williams, 1992, p.28-29).

De modo similar às diferenças apontadas por Williams entre sociologia observacional e a sociologia cultural, os estudos de comunicação relacionados à cultura tradicionalmente se dividem em dois modos de pensar sobre a comunicação: o modelo *transmissionista* - no qual uma mensagem ou significado é transportado de uma pessoa ou lugar para outra pessoa ou lugar e o modelo *cultural*, no qual a comunicação produz uma cultura comum e faz com que uma comunidade particular se mantenha unida (Grossberg et al, 2006, p.17).

### *Indústrias e a economia política da comunicação*

O conceito de “indústria” também exige especificações. Como apontado por David Hesmondhalgh, entre as diferentes correntes que tentam dar conta da produção de cultura encontramos indústria cultural, indústrias de mídia, indústrias da informação, indústrias do entretenimento ou lazer, indústrias criativas, entre outros. Há ainda a contestação da distinção entre indústrias culturais e outras indústrias, uma vez que todas as indústrias estão, em alguma medida, envolvidas na produção e consumo de cultura – visto que o valor funcional de seus produtos mantém relações com valores simbólicos e comunicacionais (Hesmondhalgh, 2012).

As maiores indústrias culturais seriam radiodifusão, indústrias cinematográficas, musicais, imprensa e publicações eletrônicas, jogos eletrônicos ou digitais, marketing, relações públicas, propaganda e webdesign, mantendo interações e interconexões complexas umas com as outras. Elas competiriam por recursos escassos como o tempo limitado da audiência, a renda limitada de potenciais consumidores, as fatias limitadas de renda com investimentos publicitários e trabalho criativo. Esta competição, no entanto, não

faz com que suas diferentes dinâmicas econômicas sejam equivalentes ou intercambiáveis (Hesmondhalgh, 2012, p.17-18).

Um dos pontos importantes a ser levado em consideração é o fato de que os produtos culturais – particularmente audiovisuais digitais - seriam bens “semi-públicos”, ou seja, a visualização de um mesmo filme por um grande número de pessoas não reduz significativamente o valor do produto – diferentemente da utilização de um carro por um grande número de pessoas – e as empresas investem na criação de uma escassez artificial através da limitação do acesso a bens culturais. Indústrias culturais são negócios de risco, com renda concentrada em proporcionalmente poucos produtos lançados. Os altos custos de produção de bens culturais como filmes é diluído, nos casos de sucesso, no lucro advindo de sua exposição repetida com baixos custos de reprodução. Entre os resultados desta dinâmica e de sua lucratividade encontra-se o processo de concentração de propriedades, envolvendo integração horizontal, integração vertical, internacionalização, integração multisetorial e multimídia, relação de cooptação com distribuidores, críticos, etc. As grandes companhias não operariam mais em uma indústria cultural específica – como filmes, gravação, televisão, etc. - mas de modo transversal a diferentes ramos e indústrias, formando conglomerados que competem entre si, mas, mais do que nunca, estariam conectados em redes complexas de alianças e parcerias (Hesmondhalgh, 2012, p.27-31).

A dinâmica de concentração apontada anteriormente interessou pesquisadores de diversas áreas interessados na relação entre economia, empresas envolvidas na produção e distribuição de produtos culturais e seus desdobramentos políticos, compondo o campo amplo da economia política. Seguindo a análise de Dwayne Winseck e Dal Young Jin sem a pretensão de reproduzi-la em profundidade, haveria pelo menos quatro grandes vertentes de economia política: (i) a vertente neoclássica apoiada na concepção de mercado de ideais, inspirada por escritos como *Aeropagítica* de Johan Milton,(1644) e *Sobre a Liberdade* de John Stuart Mill (1859), a referência contemporânea seria *Media Ownership and Concentration in America* de Eli Noam (2009); (ii) a vertente da economia política radical, focada nos estudos de monopólio de capital e capitalismo digital, tendo como figuras chave diversas como Robert McChesney e Vincent Mosco, com uma postura crítica quanto à concentração de propriedade e seus efeitos sobre a livre expressão; (iii) a economia política institucional, tomando como base as idéias de Joseph Schumpeter); (iv) a escola das Indústrias Culturais, tomando como referência Nicholas Garnham em análises neo-marxistas sobre a economia política da comunicação, tomando o termo “indústria” a sério



ao mesmo tempo em que, como defendido por Bernard Miège, propõe que os diferentes setores da indústria cultural não podem ser tratados como “a mesma coisa” devido a diferenças organizacionais cruciais entre os modelos de produção voltados para publicação (livros, música, filmes), conteúdo em fluxo (televisão aberta) e editorial (imprensa escrita) (Winseck e Young Jin, 2012, p.29).

Em seu comentário sobre a complementaridade entre estudos culturais e economia política da comunicação Raymond Williams se remete especificamente a Granham, Golding, Murdock e Schiller, associando-se, portanto, à quarta definição (iv). Uma revisão da relação entre esta vertente de análise das Indústrias Culturais e suas divergências com o conceito frankfurtiano de Indústria Cultural pode ser encontrada na literatura nacional sobre o tema (Santos, 2008), bem como sobre a relação entre estudos culturais e materialismo dialético (Barbosa, 2008).

O termo indústria cultural remete ao trabalho *Indústria Cultural: O Iluminismo como Mistificação de Massa* de Theodor Adorno e Max Horkheimer e à proposição de que na adequação aos mecanismos econômicos que garantem sua viabilidade comercial, os bens culturais teriam seu valor de uso de sua recepção substituído por seu valor de troca. Esta adequação à necessidade utilitária cria um ambiente no qual, nas palavras dos autores, “a obra de arte priva por antecipação os homens daquilo que ela deveria procurar: liberá-los do princípio da utilidade” (Adorno e Horkheimer, 2000, p.205).

Embora críticas genéricas associem a crítica da Indústria Cultural à proximidade destes autores com o pensamento marxista, os autores buscam respaldo a esta crítica à função social dos produtos culturais na concepção de artistas românticos do século XIX que opunham arte aos negócios e suas mercadorias. A arte mesmo estando historicamente sujeita a diferentes patronos e interesses teria o potencial de atuar na emancipação do homem e os grandes artistas seriam aqueles que, mesmo dominando diferentes estilos, acolheram na própria obra a sua autenticidade.

A diferença da perspectiva materialista de Raymond Williams em relação a esta posição está no reconhecimento de que, embora o dinheiro seja um fator fundamental na compreensão da produção cultural, ele opera de diferentes modos em cada instituição, ramo da indústria e sociedade, mesmo entre artistas românticos citados anteriormente. Até mesmo em áreas específicas, como obras de arte tradicionais envolvendo religião, há uma grande diferença entre obras encomendadas diretamente pelo Vaticano, obras feitas por artistas que se identificavam com causas religiosas e obras encomendadas por pessoas

religiosas. Com foco nas relações sociais e econômicas em que estes artistas estão inseridos, o autor contrasta diferentes formas de incentivo: retribuição monetária direta, apoio à construção de reputação por associação a famílias específicas, proteção social, propaganda institucional, entre outras formas de incentivos institucionais, patronato, contratação, encomenda, proteção e apoio social, patrocínio comercial, financiamento pela compra de ingressos, etc. (Williams, 1992, p.36-40).

Esta diversidade estaria presente também nas indústrias envolvidas com a produção de cultura, e uma das principais contribuições de Williams a esta análise está na crítica ao agrupamento de “quase todos os meios mecânicos e eletrônicos” de comunicação sob o guarda-chuva da “comunicação de massa”, escondendo variações radicais entre estes meios e seus funcionamentos, como se suas audiências simplesmente constituíssem um mercado massificado de opinião e de consumo (Williams, 2011a, p.51). Mesmo tomando apenas a televisão, há diferenças significativas na lógica das receitas de Estados para programas ou canais específicos, patrocínios comerciais para programas em TVs dadas por concessões públicas, TVs a cabo, financiamento misto de canais, compra de receptores pelos consumidores finais, compra de pacotes de programas ou canais pelos receptores finais, etc. A complexidade das formas pelas quais o dinheiro opera no mercado de comunicações, onde, embora os aparelhos receptores possam ser vendidos diretamente aos consumidores, os programas transmitidos pelos diferentes canais de “larga escala” não teriam pontos de venda reais correspondentes (Williams, 2011b, p.137).

Williams mantém uma postura crítica em relação ao que ele define como “pessimismo cultural” e aos “preconceitos facilmente erguidos contra máquinas desconhecidas”. Jornais, revistas baratas, cinema, rádio, televisão, livros em edições econômicas, cabos e satélites, cada uma dessas inovações teria sido anunciada como um “desastre cultural iminente”. Todas elas teriam sofrido críticas envolvendo o fato de que sua reprodução mecanizada ou amplificação indistinta deturpariam uma “cultura de minoria” em sua “comunicação de massa”. Com o tempo, ao surgirem novas tecnologias, diferentes críticos colocariam tecnologias as mais antigas ao lado da cultura de minoria “uma vez que há uma nova besta tecnológica de muitas cabeças – a televisão – para ser contrastada com eles” (Williams, 2011b, p.133):

Acreditou-se então que a cultura de massa tecnologizada era a inimiga da arte modernista de minoria, quando, na verdade, cada uma foi o resultado de forças transformadoras muito mais profundas, na ordem social como um todo. Foi aqui que as simplicidades do determinismo tecnológico e do pessimismo cultural forjaram sua aliança profana (Williams, 2011b, p.145).

A adoção do termo indústria cultural por pesquisadores da economia política da comunicação adapta o conceito, conferindo-lhe mais complexidade. Como apontado por Miège, considerando o fato de que diferentes modos de produção cultural possuem diferentes lógicas, diferentes pesquisadores alteraram o termo para o plural “industries culturelles” ou indústrias culturais, buscando dar conta da ambivalência das conseqüências da industrialização e da cultura como espaço de disputas (Hesmondhalgh, 2012, p.25). A variação na literatura em inglês sobre o tema, do original “Culture Industry” para o “Cultural Industries” seria, portanto, indicativo do aumento da complexidade das análises sobre o tema.

A ideia de que haveria uma relação direta entre integração das indústrias culturais globais e uma consequência homogeneização cultural, muitas vezes tomando os territórios dos Estados-nação como unidades culturais distintas e independentes é um ponto de divergência sensível entre os estudos culturais de autores como Stuart Hall e diferentes autores voltados para economia política da comunicação. A noção de Estados-nação independentes não se sustenta, mesmo para uma perspectiva econômica. As iniciativas comerciais envolvidas em processos de acumulação e concentração de capital dificilmente têm suas aspirações determinadas por fronteiras nacionais, sendo, desde o início, um elemento da economia mundial antes de uma característica dos Estados-nação. Tanto a busca por autonomia nacional quanto a tendência à globalização estão profundamente enraizadas já na modernidade (Hall, 2011, p. 68).

É importante lembrar, no entanto, o papel dos diferentes Estados na regulamentação (ou desregulamentação) dos sistemas de comunicação nacionais e sua relação com a concentração da propriedade das indústrias culturais. De acordo com Hesmondhalgh, na discussão sobre desregulamentação e privatização das indústrias culturais, haveria quatro ondas de mudanças nas políticas de comunicação dos governos nacionais: nos EUA em 1980, em outros países ocidentais entre meados de 1980 e 1990, em sociedades mistas e em transição após a queda do muro em 1989, e atualmente, na crescente convergência das indústrias culturais com setores de telecomunicações e de computação. Passando por ondas de fusões e composição de conglomerados entre os anos 1990 e 2000 produzindo uma nova geração de titãs verticalmente integrados, e por uma “desconglomerização” em diferentes áreas em meados de 2000 (Hesmondhalgh, 2012, p.13-14).

Entre as tendências envolvidas na globalização, Hall destaca: primeiro, a globalização de fato é desigualmente distribuída ao redor do globo, tanto entre diferentes

continentes e países, quanto internamente aos países e suas subdivisões, tornando a direção do fluxo da globalização desequilibrada, feita por relações desiguais de poder cultural entre os países desenvolvidos do ocidente e o restante do mundo; no entanto, haveria novas articulações entre o global e o local, e não uma simples destruição de culturas nacionais, o que torna mais plausível a produção simultânea tanto de novas identificações locais quanto de novas identificações globais – a idéia de que a cultura “exótica” ou “intocada” de alguns países estaria sendo destruída seria parte de uma fantasia ocidental sobre países em desenvolvimento; por fim, ao lado da tendência à homogeneização global haveria uma fascinação com a diferença potencializada pela “mercantilização da etnia” – mesmo considerando seus vícios comerciais – e da valorização da alteridade em novas formas de interesse pela especificidade local (Hall, 2011, p. 76-79).

Esta análise é compatível com os estudos sobre as diferentes faces da globalização em diversas culturas, mesmo quando se trata de setores ligados à tecnologia, apontadas por Peter Berger. O ocidente não seria uma entidade cultural homogênea e sua heterogeneidade conflituosa viajaria junto com a “sua” globalização, sem ignorar os casos de globalizações alternativas ou administradas, e o contato desta globalização “ocidental” com diferentes culturas não é homogênea:

O caso dos engenheiros de *software* de Bangalore que entronizam seus computadores em cerimônias hindus é um exemplo particularmente dramático da mesma coisa. (...) Todos esses casos deixam muito claro que a idéia de uma homogeneização global inconsciente subestima em muito a capacidade dos seres humanos de serem criativos e inovadores quando enfrentam desafios culturais (Berger e Huntington, 2004, p.21).

Em sociedades onde as indústrias culturais são grandes negócios, estas indústrias pressionam por condições que favoreçam e garantam seu lucro – regulação mínima, demanda constante por novos produtos, garantia de vantagem sobre seus empregados, etc. – mas seria um erro presumir que estas condições sejam apresentadas de modo unívoco em todos os produtos destas indústrias. As indústrias culturais e seus produtos seriam complexos, ambivalentes e contestáveis, impossibilitando respostas unívocas sobre sua influência (Hesmondhalgh, 2012, p.5).

Embora o tema da concentração de propriedade perpassasse estas várias vertentes, não há consensos em relação ao tema. Algumas revisões dividem os autores que tratam especificamente do tema da concentração de mídia entre autores críticos à dinâmica de concentração de propriedade dos meios e autores otimistas em relação à capacidade do “mercado” em garantir um sistema de mídia plural. Entre os pessimistas e céticos destacam-

se Ben Bagdikian, Robert McChesney, Lawrence Lessig e Mark Cooper; entre os otimistas, Robert Samuel, Bruce Owen, Adam Thierer, Benjamin Compaigne e Douglas Gomery (Noam, 2009, p.18-22).

Para além da simples concentração por aquisição, algumas empresas investem não apenas em integração vertical e horizontal, mas também em estratégias de sinergia. A diferença entre estas estratégias está no fato de que as duas primeiras estão focadas na ampliação da fatia de mercado através da concentração de propriedade, mas não necessariamente farão as equipes dos diferentes setores adquiridos trabalharem conjuntamente, como ocorre na estratégia de sinergia. Os estudos empíricos sobre falhas em estratégias de sinergia são indicadores importantes da necessidade de entender estudos culturais como complementares aos estudos de economia política da comunicação (du Gay, 1997, p.85-86).

#### *Culturas de produção e inovações tecnológicas*

Como apontado por Keith Negus, a estrutura formal de aquisições no nível macro e o monopólio de propriedade sobre processos técnicos não garantem um controle sobre as relações informais de trabalho, ações cotidianas dos profissionais envolvidos ou funcionamento conjunto das culturas de produção implicadas. Os estudos empíricos sobre casos de sinergia indicam os problemas em tomar as atividades organizacionais em uma perspectiva excessivamente racionalista ou estrutural – buscando pressupor sua dinâmica de produção como simples desdobramento da concentração de propriedades – principalmente o fato de que o trabalho das pessoas e os sentidos que elas atribuem a suas atividades é ignorado. O exemplo da aquisição da Columbia Studios e CBS pela Sony como parte de uma estratégia de sinergia e as falhas que fizeram com que esta estratégia não tivesse sucesso indicam um exemplo concreto de choque entre culturas de grupos ocupacionais distintos quanto engenheiros de Tóquio e os produtores de Hollywood, ignoradas pela estratégia comercial da Sony.

É preciso entender os meios de comunicação não como algo que possa ser levado em consideração apenas após se estabelecerem as relações produtivas e sociomateriais, tomado como “superestrutura”, mas como meios incluídos – e com um papel inerente – em toda forma de produção. É preciso reconhecer os meios de comunicação como meios

sociais de produção que mantêm relação com os meios que os produzem (Williams, 2011a, p.73).

O reconhecimento desta relação mantém relação direta com a proposta de *mediamaking*. O modelo de estudo proposto como *mediamaking* parte da crítica a tentativas de separação entre os media e outras partes de nossas vidas – como media e política, media e cultura, media e sociedade, media e economia, media e audiências – mesmo quando estas tentativas são fruto de propostas de análise. O conceito implica que os media produzem coisas – participam da produção de sentidos, identidades, realidades, dinheiro, comportamento, história – ao mesmo tempo em que os próprios *media* são produzidos nestas várias atividades e se constituem como media através delas. O estudo dos media não pode ser, portanto, um processo aditivo, como se pudéssemos entender os media e depois adicionar seus efeitos na política, na economia, na cultura, etc. O inverso também é verdadeiro e não podemos pressupor que, entendendo determinados processos por um viés econômico, estamos aptos a falar sobre o papel dos media neste processo (Grossberg et al, 2006, p.7).

O funcionamento interno das organizações também está sujeito reconstrução cultural, que estrutura o modo como as pessoas pensam, sentem e agem dentro de suas organizações. Isso explica o investimento de diferentes em empresas em tentativas de administrar suas culturas organizacionais com o intuito de produzir sentidos pelos quais as pessoas passem a se identificar com as organizações que os empregam e contribuir para seu sucesso. Diferentes culturas de produção têm impactos significativos sobre a produção de cultura. As atividades econômicas – em seus processos de produção, de consumo ou nas intersecções entre ambos – possuem uma dimensão cultural e significativa que não pode ser entendida como algo “objetivo” inteiramente separado de ramos como a cultura ou criatividade (du Gay, 1997).

Um dos pontos importantes a serem levados em consideração é a necessidade de financiamento para a infraestrutura exigida pelo funcionamento de cada meio e a consequente concentração de acesso e distribuição no tocante aos meios eletrônicos, não sem contradições históricas: “É obviamente muito mais fácil estabelecer um monopólio capitalista ou de capitalismo de Estado com a radiodifusão do que com o uso de megafones. Tais monopólios ainda são de importância social e política crucial” (Williams, 2011a, p.77).

Uma vez que o financiamento destes avanços tecnológicos se relaciona primeiramente a intenções industriais, e não intenções culturais, elas não só acompanhariam

de perto as principais linhas de força das instituições políticas e econômicas, mas precisam ser entendidas dentro do quadro composto por estas forças. A radiodifusão e as transmissões via satélite despertaram uma série de problemas de soberania legal do espaço aéreo nacional e o debate sobre instalações marítimas e corporações locais, problemas que, conjuntamente, são evidentemente mais dependentes de instituições políticas e econômicas do que algo meramente técnico ou decorrente da tecnologia em si.

Nos exemplos anteriores, é preciso considerar incentivos de mercado, seja na fase de venda das tecnologias e sistemas de transmissão via satélite para governos e corporações ou na demanda por receptores e rádios domésticos em fases subsequentes. Há ainda incentivos na ampliação de mercados consumidores para além das fronteiras nacionais e penetrar em áreas comerciais e culturais até então controladas por autoridades “locais”, ou mesmo em áreas politicamente fechadas (Williams, 2011b, p.132).

Isso retoma a proposição de Williams sobre a necessidade de diferenciar as diversas tecnologias da comunicação, superando a abordagem genérica dos “meios de comunicação de massa”. Embora reconheça que uma posição particularmente associada a Marshall McLuhan estabeleça diferenças entre os meios, o autor mantém uma postura crítica afirmando que McLuhan sucumbe ao determinismo tecnológico, particularmente na ideia de Aldeia Global e sua suposta causa tecnológica. A proposta de análise dos estudos culturais de Williams se desenvolve, em parte, como uma crítica ao que ele classifica como determinismo tecnológico e à ideia de que haveria “tecnologias inevitáveis” que “emergem” e alteram a sociedade.

Embora a tecnologia não determine as apropriações, as oportunidades garantidas por novos sistemas e tecnologias de comunicação são uma característica importante. O aumento na quantidade de canais, por exemplo, permite que as pessoas que estão assistindo selecionem programas e horários de modo mais personalizado, fazendo com que públicos até então negligenciados ou comercialmente inviáveis para redes centralizadas sejam plenamente viáveis fora de competições por picos de audiência (Williams, 2011b, p.151).

### *Considerações finais*

A interconexão global intensifica diferentes intercâmbios e choques presentes em sociedades multiculturais, embora estas questões já estivessem presentes em outras épocas em decorrência do contato entre diferentes sociedades e as tentativas de estabelecimento de

culturas nacionais ou constituição de impérios. O reconhecimento dos fatores envolvidos na composição de culturas nacionais e na relação de cada cultura nacional com as diversas outras culturas com as quais elas mantêm contato é uma contribuição valiosa dos estudos culturais para compreensão deste cenário complexo. O que atualmente denominamos como “globalização” marca um processo contraditório, distribuído de modo desigual ao redor do globo, permeado por novas articulações entre culturas locais e a pretensa cultura “global”. Os elementos culturais que protagonizam estas problemáticas, no entanto, não percorrem estes diferentes territórios enquanto categorias abstratas, e sim materializados e sujeitos a diferentes economias de produção, distribuição e consumo – economias que são permeadas por culturas de produção e produções simbólicas.

É preciso levar em consideração as estratégias de implementação de escassez artificial na circulação de produtos culturais, estratégias de concentração da propriedade de indústrias culturais visando aumento de fatias de mercado e da função do lucro nestas estratégias. Porém, é um erro supor que a estrutura formal de aquisições no nível macro e o monopólio de propriedade sobre processos técnicos garantem um controle absoluto sobre as relações culturais, relações de trabalho ou mesmo ações cotidianas dos profissionais envolvidos, sem falar no funcionamento conjunto das culturas de produção implicadas. Embora essencial para a análise, o dinheiro opera de formas diferentes em meios que possuem modos de financiamento, lógicas e culturas de produção diferentes. O funcionamento interno das organizações depende de interações pessoais e está sujeito à reconstrução cultural, que estrutura o modo como as pessoas pensam, sentem e agem dentro de suas organizações: as dificuldades das indústrias culturais em levar a cabo estratégias de sinergia conjugando culturas profissionais discrepantes nos concedem exemplos empíricos que confirmam esta afirmação. Diferentes culturas de produção têm impactos significativos sobre a produção de cultura e nas relações concretas voltadas para produção cultural, permeadas não apenas harmonia e submissão, mas também tensões, conflitos, inovações e negociações.

As tecnologias da comunicação, com papel fundamental em todos estes processos, também tem seus avanços e apropriações estrangidos por relações entre interesses econômicos e formações culturais, exercendo influência recíproca nestes diferentes fatores. A viabilização do aumento na quantidade de canais, por exemplo, pode não apenas aumentar (em tese) as opções de consumidores já existentes, mas viabiliza investimento em públicos até então negligenciados pelos canais com intenções de atingir a maioria dos telespectadores, impactando no tipo de conteúdos produzidos, na configuração da economia



política destes meios, nas culturas profissionais de canais dedicados a públicos alternativos, etc. Estas compreensões sobre a economia política, as indústrias culturais, a(s) cultura(s) e as apropriações de produtos culturais são fundamentais não apenas para análise da produção de cultura, mas para compreensão das vantagens e lacunas dos paradigmas que guiam a pesquisa em comunicação e tecnologia há mais de um século. Este artigo se coloca como ponto de partida para uma agenda de pesquisa mais ampla envolvendo autores dedicados a estudos culturais – tomando como referência as propostas de Raymond Williams, mas reconhecendo que diversos outros autores têm contribuições essenciais – a partir de uma perspectiva preocupada, e em constante diálogo, com a economia política da comunicação em sociedades multiculturais.

### Referências Bibliográficas:

- BARBOSA, Marialva Carlos. Estudos Culturais e Materialismo Dialético. In: Brittos, Valério Cruz e Cabral, Adilson. *Economia Política da Comunicação: Interfaces Brasileiras*. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.
- BERGER, Peter L., HUNTINGTON, Samuel. *Muitas Globalizações: Diversidade Cultural no Mundo Contemporâneo*. Ed. Record, 2004.
- GROSSBERG, Lawrence, WARTELLA, Ellen, WHITNEY, D. Charles, WISE, J. Macgregor. *MediaMaking: Mass Media in a Popular Culture*. SAGE Publications, 2006.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.
- HALL, Stuart. *Da Diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: ed. UFMG, 2013.
- HESMONDHALGH, David. *The Cultural Industries*. SAGE, 2012
- NEGUS, Keith. The Production of Culture. In: du Gay, Paul. *Production of Culture/Cultures of Production*. SAGE Publications, 1997.
- NOAM, Eli M. *Media Ownership and Concentration in America*. Oxford University Press, 2009.
- SANTOS, Suzy dos. Get back to where you once belonged: alvorada, ocaso e renascimento da economia política nas análises da comunicação. In: Brittos, Valério Cruz e Cabral, Adilson. *Economia Política da Comunicação: Interfaces Brasileiras*. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.
- SEWELL, William H. Jr., The Concept(s) of Culture. In: Beyond the Cultural Turn: New Directions in the Study of Society and Culture. Victoria Bonnell e Lynn Hunt, 1999.
- WATZLAWICK, Paul, BEAVIN, Janet Helmick, JACKSON, Don. *Pragmática da Comunicação Humana: um estudo dos padrões, patologias e paradoxos da interação*. São Paulo: ed. Cultrix, 2007.
- WILLIAMS, Raymond. *Cultura e materialismo*. ed. UNESP, 2011a.
- WILLIAMS, Raymond. *Cultura*. Rio de Janeiro: ed Paz e Terra, 1992.
- WILLIAMS, Raymond. *Política do modernismo*. ed. UNESP, 2011b.
- WINSECK, Dwayne e YOUNG JIN, Dal. *The Political Economy of Media: the Transformation of the Global Media Industries*. Bloomsbury Academic, 2012.