

A centralidade e o problema do trabalho cultural¹

Verlane Aragão SANTOS²

Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE
Universidade Federal do ABC, São Bernardo do Campo, SP

RESUMO

Este artigo apresenta resultados parciais de projeto em andamento relativos à revisão de literatura sobre o trabalho cultural e as relações entre arte e trabalho, constituída a partir da Economia Política da Comunicação e da Cultura e de outros campos das ciências sociais. O argumento de fundo é o próprio trabalho, sob a perspectiva marxiana. Historicamente postos, os processos e as relações de trabalho passam a ser entendidos sob formas societais próprias, como é o caso da forma-mercadoria e da lógica de subsunção pelo capital do trabalho. Os espaços de autonomia e as imposições heterônomas dessa relação ganham contornos específicos quando observados no âmbito da produção cultural e artística, requalificados no contexto da mais recente reestruturação capitalista, correspondente ao avanço das novas tecnologias da informação e da comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: trabalho cultural; subsunção do trabalho intelectual; capitalismo; mediação; arte.

INTRODUÇÃO

A relação entre arte e trabalho tem ganhado visibilidade nos estudos em diferentes campos, com destaque na Sociologia do Trabalho com as contribuições de Liliana Segnini (2007, 2014) no Brasil e Pierre-Michel Menger (2002, 2009) na França, que buscam analisar a dinâmica dos mercados de trabalho artísticos. De outra e complementar perspectiva, o trabalho cultural - intelectual, criativo, artístico - compõe elemento central do desenvolvimento das economias no atual contexto do modo de produção capitalista, o que tem sido abarcado por diferentes, e sob meu ponto de vista limitadas, leituras, como

¹ Trabalho apresentado no GP Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora do Departamento de Economia, do Programa de Pós-Graduação em Economia (mestrado profissional) e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFS e pós-doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Economia Política Mundial da UFABC, e-mail: velorca2010@gmail.com.

é o caso das proposições de uma Nova Economia, da Sociedade do Conhecimento e da Informação, e mais recentemente das Indústrias Criativas ou Economia Criativa³.

Observados indistintamente, os diferentes tipos de trabalho perfilados nesse espectro são contemplados em correspondência ao avanço do paradigma microeletrônico caracterizado pela difusão das novas tecnologias da informação e da comunicação (TIC). Ainda assim, é preciso atentar para as distinções quando analisados os mercados culturais em particular, submetidos a formas diferenciadas de financiamento, dinâmicas tecnológicas, subsunção do trabalho, e no caso de alguns mercados de arte em termos de sua legitimação estética e artística com cânones próprios.

Sob outra angular, os problemas acima postos podem ganhar novos arranjos epistêmicos. Em artigo de 2007, o basco Ramón Zallo, representante da chamada Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPC) na Espanha, aponta para a distinção de perspectiva entre as abordagens da economia criativa e de uma economia [política] da cultura, assentada não só nos recortes das atividades econômicas em perspectiva e dos problemas advindos da generalização dos processos pautados na inovação, na criatividade e no conhecimento, mas especialmente em termos de sua *significação social*. Analogamente, outro representante da EPC naquele país, o malagueño Enrique Bustamante, em texto de 2000, ao tratar da convergência entre os meios de comunicação e as telecomunicações, a partir do Império Multimidiático da Telefonica, propunha pensarmos para além dos arranjos regulatórios e das dinâmicas de concorrência estabelecidas face às possibilidades técnicas da digitalização, já que o que se colocava em questão era o *projeto societal* em disputa.

As observações acima devem ser compreendidas dentro de chaves disruptivas para os estudos e as análises dos mercados artísticos e culturais, pressupondo o avanço da mercantilização da cultura, com foco nos processos e nas relações de trabalho, identificando os efeitos políticos da problemática e da centralidade do trabalho cultural na produção de valor e na mediação social, que operam tanto na reprodução do capital quanto na legitimação ideológica do sistema, fazendo persistir a estratificação social e o conjunto de opressões, relacionadas ao problema das classes sociais, do gênero e racial.

³ Um dos aspectos dessa limitação está no recorte das pesquisas na área da Economia da Cultura, que majoritariamente negligenciam o problema do trabalho (SANTOS, 2020). Mais especificamente em relação à crítica das proposições das indústrias criativas e a ausência do problema do trabalho, ver Bolaño; Lopes; Santos (2016); como à crítica ao empreendedorismo cultural (BOLAÑO; SANTOS, 2018a).

De um lado, as colocações de Zallo nos levam a situar, histórica e em termos da funcionalidade à lógica de acumulação, as experiências pautadas nas indústrias criativas, surgidas na década dos noventa na Austrália e na Inglaterra, vinculadas a projetos de viabilidade econômica explorando setores baseados na criatividade (como na inovação e no conhecimento) caracterizados pelas TIC, com fins de promover dinâmicas de desenvolvimento capazes de superar o momento de crise das economias capitalistas avançadas. De outro, Bustamante, na contramão das teses da democracia digital, aponta-nos a necessidade em compreender o caráter estrutural do avanço e da difusão das TIC, articulando as dimensões do processo de convergência – tecnológica, institucional e econômica - que se estabelece como identifiquei entre o audiovisual, a informática e as telecomunicações (SANTOS, 2012), o que redesenha o contexto de desenvolvimento das tradicionais indústrias culturais, como a música, o cinema e a televisão (radiodifusão tradicional, incluindo o rádio), exemplarmente, possibilita o surgimento de novas indústrias, como a dos games, e reconfigura outras atividades culturais, onde o avanço do capital sobre o trabalho artístico não chegou plenamente a constituir um quadro de submissão formal e real do trabalho, como é o caso das artes plásticas.

César Bolaño, por sua vez, no âmbito da EPC na América Latina, em artigo de 1997, relaciona de forma explícita que a convergência midiática aludida acima tem como palco principal a convergência entre economia e cultura no capitalismo que, por sua vez, assenta-se na contradição básica entre capital e trabalho. Assim, se no primeiro plano a questão das indústrias criativas ganha relevo, em decorrência do aumento de participação dos setores a elas vinculados na renda, no que se refere às relações contraditórias entre os campos da economia e da cultura a discussão nos leva à passagem ao Capitalismo Monopolista e o surgimento da Indústria Cultural (IC), nos estertores do século XIX.

Há que se recuperar, assim, a história do fenômeno e do conceito, o que nos conduz inevitavelmente à contribuição da Escola de Frankfurt. O percurso aí iniciado caminhará na direção da delimitação e apreensão das contribuições da EPC, a partir das escolas americana e canadense, europeia e em especial da latino-americana, na observância das análises sobre as indústrias culturais, suas taxonomias, a nova lógica de funcionamento com a internet e o papel do trabalho cultural, na mediação necessária no sistema entre o Estado, os capitais e o público.

O elemento central que pretendo retirar desse percurso proposto é o trabalho, recuperando o próprio Marx. O trabalho entendido como mediação primordial entre

homem e natureza na constituição do metabolismo social, no processo de produção material e simbólica da vida. Historicamente postos, os processos e as relações de trabalho passam a ser entendidos sob formas societárias próprias, como é o caso da forma-mercadoria e da lógica de subsunção pelo capital do trabalho, base de toda a riqueza social. Os espaços de autonomia e as imposições heterônomas dessa relação ganham contornos específicos quando observados no âmbito da produção cultural e artística.

INDÚSTRIA CULTURAL COMO FENÔMENO E CONCEITO: VELHAS E ATUALIZADAS INTERPRETAÇÕES

A IC é o objeto basilar das teorias da comunicação, em geral, como da EPC, em especial, pois se constitui na forma própria de comunicação no capitalismo. Parafraçando Marx, seria então a forma especificamente capitalista de comunicação, em relação à cultura de massa, já presente a partir do folhetim no século XIX. No caso da EPC, como fenômeno e como conceito, sua interpretação recorre, reivindicando como base analítica privilegiada, à tradição frankfurteana, que identificará a “industrialização da superestrutura” como um aspecto inerente ao avanço do capitalismo, na passagem do século XIX ao século XX, na sua fase monopolista (ADORNO; HORKHEIMER, 1985).

Se considerarmos [...] os estudos da Escola de Frankfurt, referência fundadora para todo o pensamento crítico em Comunicação, há dois importantes aspectos a destacar que deveriam reorientar os estudos baseados na Economia Política na área. A despeito do enfoque dado à análise dos efeitos, em especial no público – que resiste até hoje (SODRÉ, 2012), especialmente no *mainstream* da área, mas também, com sinal invertido, em setores considerados críticos, como o dos estudos culturais (BOLAÑO, 2015) –, do desenvolvimento da chamada cultura de massa, a análise dos frankfurteanos recupera: (1) a centralidade da produção, ao apontar para a formação de um sistema de produção de mercadorias culturais, a partir do conceito (fundamental e de plena atualidade) de Indústria Cultural, e (2) o privilégio do método dialético (SLATER, 1978), alinhando-se, portanto, desde o início, não propriamente à Economia Política em geral, mas mais diretamente à sua crítica imanente, realizada por Marx (BOLAÑO; SANTOS, 2018b, p. 58).

A análise da IC, orientada assim pelo materialismo em Marx – ou seja, de uma crítica da Economia Política –, define-se por perscrutar os fenômenos sociais no nível da aparência, parte constitutiva do todo social, como identificar os aspectos essenciais desta mesma realidade, contemplando as diversas dimensões que formam os objetos de estudo; e pela centralidade da produção, que corresponde à centralidade do trabalho na criação da riqueza, que no capitalismo se traduz na criação de valor a partir da subsunção do trabalho no capital e das relações sociais de produção próprias, desenvolvidas dentro do

sistema, a partir do avanço do progresso técnico, instado pela concorrência anárquica que impera dentro da dinâmica de acumulação de capital.

Nesses termos, o surgimento desse fenômeno que marca o desenvolvimento do próprio capitalismo durante o século XX e as décadas presentes do século XXI – sob a égide da Internet, na esteira das novas TIC de base digital -, deve ser compreendido em sua relação direta com uma fase específica de avanço das forças produtivas e das relações sociais capitalistas, a do Capitalismo Monopolista. Para compreender a relação entre a IC e o Capitalismo Monopolista, é importante observar o quadro de reconfiguração do capitalismo na segunda metade do século XIX e, como neste novo contexto de base técnico-produtiva modificada – e novas formas de concorrência e de regulação -, a indústria cultural surge.

É um processo mais amplo de desenvolvimento do capitalismo, que vai passar, na segunda metade do século XIX, por uma transformação considerável no sentido de que irão se acomodar aquelas características que definem a passagem do que uma historiografia econômica chama de capitalismo concorrencial para o capitalismo monopolista. Uma nova e superior fase do capitalismo, nos termos de Lênin, a do Imperialismo. É importante compreender que no âmbito do chamado capitalismo concorrencial o que se tem são mercados que se caracterizarão pela existência de um número grande de capitalistas de pequeno a médio porte, e que a concorrência era estabelecida basicamente a partir do diferencial do preço. Neste contexto, é identificado um tipo de Estado de caráter liberal.

As tendências do processo de acumulação e de concorrência no interior do capitalismo, nesse período, apontadas em perspectiva original pelo próprio Marx (1988), alterarão consideravelmente a configuração dos mercados. Neste sentido, pode-se lembrar de dois processos importantes aos quais Marx se referiu quando tratou da dinâmica de concorrência dos capitais no século XIX, de uma tendência dada pela própria acentuação da concorrência entre os capitais de um duplo processo, de concentração e de centralização do capital. São os efeitos do aumento da composição orgânica do capital, que impõe a exigência de aportes cada vez maiores para a aquisição de capital fixo, resultante do progresso técnico, que altera a relação capital constante/capital variável. Aumenta a demanda por somas de capital, que exige a concentração do mesmo, centralizadas por sua vez em número menor de capitalistas. Os mercados, então, passam a se caracterizar como mercados oligopolistas e monopolistas em que o diferencial entre

as firmas não se dará somente em termos de competitividade a partir do preço. Nesse sentido, aparece uma importante função que a IC assumirá, que é a **função publicidade**.

O livro “Capitalismo Monopolista” de Baran & Sweezy (1966), referência para os estudos em EPC, alinha diretamente as transformações nas estruturas de mercado e nas unidades de capital, as firmas, com as necessidades de constituição no interior destas de departamentos voltados ao objetivo de publicização dos produtos, acentuando suas características qualitativas, permitindo sua diferenciação em relação às demais mercadorias ofertadas pelos seus concorrentes, que integram conjuntamente um complexo ambiente em que se acirra uma concorrência em mercados oligopolistas. Neste sentido, partes significativas do capital investido passam a ser direcionadas para a promoção de uma comunicação com o público consumidor. Ter-se-ão, em relação a esse novo momento do capitalismo, novas exigências de regulação de mercados e das próprias relações sociais que levarão à configuração também de um outro tipo de Estado. Aquele Estado liberal cederá lugar a um Estado de caráter intervencionista e que também precisará estabelecer uma mediação com o público. Identifica-se uma segunda função da IC, que é a **função propaganda**. O que se tem, então, é que nos marcos desse novo capitalismo - do capitalismo monopolista - avançam os capitais para novos setores da atividade social e humana⁴. São os setores culturais e de comunicação.

César Bolaño (2000) explicita essa relação destacando a dinâmica de desenvolvimento das forças capitalistas, no acirramento da concorrência entre os capitais, a colonização dos modos de vida, das culturas populares como fonte material e simbólica, através de um processo que compreende por um lado a alteração da ação do Estado em atendimento às novas necessidades da acumulação resultantes das crises já surgidas no final do século XIX, e, por outro, pela “mudança estrutural da esfera pública”, enunciada por Habermas. O desenvolvimento dos meios de comunicação e o caráter do Estado de Bem-Estar Social, forma de regulação que nesses termos somente se desenvolveu plenamente em alguns países do capitalismo central, ampliam a esfera pública burguesa, em relação ao período de prevalência do Estado Liberal. A ampliação do espectro de

⁴ Poulantzas (1980) destacou a existência de bases materiais como pré-condição para atuação e expansão do Estado em suas funções repressiva e ideológica, na medida em que elas devem estar enraizadas nas próprias relações sociais de produção. Neste contexto, em que o Estado passa a assumir novas funções em relação às necessidades de acumulação e legitimação ideológica no sistema, é que se pode falar da IC, que se constitui como mediação fundamental entre o Estado e o público, do mesmo jeito que se constituirá na relação deste com os capitais privados (função publicidade acima referida).

participação de um conjunto maior da população, incluindo parte de estratos da classe trabalhadora, que se define pela incorporação via consumo, como o de bens culturais, através dos salários, traz contradições em relação aos interesses do Estado e dos capitais, para os quais a IC cumprirá importante papel, pois esta corresponde ao avanço das relações sociais de produção capitalistas para os setores da cultura e comunicação, na expansão do seu processo de mercantilização, baseada na subsunção de trabalho, cultural, intelectual, criativo.

Esse é o período, inclusive, de surgimento do chamado capital financeiro e das sociedades anônimas. Ou seja, tem-se aí um processo embrionário daquilo que vai se firmar na segunda metade do século XX, de uma lógica rentista, elemento importante para compreender o desenvolvimento das economias atuais e das próprias indústrias culturais, com a **digitalização** e a **convergência**. Então, nesse sentido, quando são pensadas as indústrias culturais, naquelas que foram paradigmáticas no final do século XIX e no século XX, a indústria da música e a indústria do cinema, elas surgem em um contexto em que há necessidade, por parte do capitalismo, de expansão dos capitais, como uma contraposição às crises que o sistema passará no final do século XIX em que se colocam, então, esses setores como novas oportunidades de atuação.

A IC que aí surge, como já foi observado aqui, cumprirá a importante função entre: de um lado o Estado e os capitais, as empresas; e de outro, o público. Essa mediação é realizada a partir de um sistema de produção de mercadorias culturais, no qual é subsumido trabalho com o intuito da criação de conteúdo cultural e artístico e ganhará a materialidade em filmes, programas televisivos, discos, livros, jornais (temos uma terceira função, a **função programa** (BOLAÑO, 2000; 2010)). Assim, se de um lado ao fenômeno da IC opera a expansão do capital em direção ao tempo de lazer – do não trabalho – dos trabalhadores, colonizando seus modos de vida; por outro, atua diretamente sobre a força de trabalho, a dos trabalhadores culturais, em busca de subsumi-los e assim extrair mais valia. Em termos gerais, IC assume dois importantes papéis no interior do capitalismo, de novo espaço de acumulação de capital e, de outro, de legitimação ideológica do sistema.

Em termos dos marcos estruturais no âmbito do capitalismo, o surgimento da IC corresponde à Segunda Revolução Industrial de base eletromecânica. É exatamente nos moldes desse modelo de produção e de consumo, de massa, novas formas de concorrência e de regulação no lastro do capitalismo monopolista, que as indústrias culturais se

desenvolveram, como setores específicos. As indústrias culturais – como as indústrias da música e do cinema, já referidas – irão se desenvolver no âmbito dessa dinâmica de organização do trabalho e da produção e da concorrência no capitalismo. A partir da década de 1950, com o surgimento da televisão impõe-se a necessidade de estabelecer as distinções, as especificidades, em termos das formas de financiamento, em termos da definição da própria forma mercadoria. A Escola Francesa da Economia da Cultura e da Comunicação terá importante contribuição, estabelecendo na década de oitenta uma taxonomia para as indústrias culturais.

Com a Terceira Revolução Industrial, de base microeletrônica, cujos desdobramentos desembocam no fenômeno da Internet, a taxonomia tradicional é revista⁵ e o conjunto das indústrias culturais em crescente digitalização será atravessado por processos deflagradores de transformações importantes, aparentemente democratizadoras, mas que guardam no seu cerne estratégias de manutenção e expansão da lógica do capital.

Além da Escola de Frankfurt e do estudo de Baran & Sweeze (1966) sobre a publicidade, e da contribuição de Dyllas Smythe (1977) sobre a audiência e de uma produção que abarca também contribuições europeias, a partir do final da década de oitenta, a EPC se desenvolve na América Latina compartilhando a mesma raiz crítica dos Estudos Culturais - com destaque para a obra de Jesus Martín Barbero (2009) -, a partir do conceito de mediação. A EPC, incorporando diferentes contribuições do arcabouço heterodoxo da Ciência Econômica, aponta suas preocupações em direção às seguintes questões: a estrutura dos meios de comunicação, a estratificação social, a regulação dos mercados de comunicação e culturais e a subsunção do trabalho no capital (HERSCOVICI; BOLAÑO; MASTRINI, 1999), tendo como referência básica a economia política clássica e a crítica de Marx (MOSCO, 1996; WASCO, 2005). A contribuição latino-americana, ademais, proporá um diálogo com os Estudos Culturais, reivindicando uma outra perspectiva em relação a categorias fundamentais e contempladas conjuntamente com a EPC, as de audiência, convergência e mediação⁶ (SANTOS, 2019; SANTOS *et al*, 2020).

⁵ Para tanto, vide Herscovici (2004); Bolaño *et al* (2007).

⁶ Em relação à categoria mediação, retomo a discussão mais adiante.

No caso da produção europeia, vale destacar a busca de estabelecer taxonomias para as indústrias culturais, estimulada pelo surgimento na década de cinquenta daquela da televisão. Patrici Flichy (1980) distinguirá dois tipos de indústrias culturais, a cultura de onda (da expressão francesa *culture de flot*), que abarcaria a radiodifusão - a TV e o rádio - e as indústrias de edição. Ao final da década de oitenta, um pouco depois da demarcação realizada por Flichy, Zallo (1988) ampliará os tipos identificados, tomando como pressuposto o grau de avanço da industrialização em direção aos setores culturais. Aqui já distinguirá no interior das indústrias de edição, as de edição contínua (como a imprensa) e descontínua (como as indústrias da música e do cinema, com o uso de tecnologias analógicas aquele momento).

Sem prender-se, exclusivamente, aos efeitos dos meios de comunicação sobre a opinião pública, ao sabor dos estudos funcionalistas americanos, duramente criticados por Adorno (SLATER, 1978) e aos estudos de recepção e apontando a inconsistência da tese da soberania do consumidor, de viés neoclássico, que nos estudos de comunicação se traduz na ideia da autonomia da audiência/recepção, a EPC contempla no seu interior o propósito de abarcar o fenômeno comunicacional a partir da sua inserção na lógica capitalista, onde se manifestam contradições que lhe são inerentes, entre economia e cultura e aquela, central, entre capital e trabalho.

O TRABALHO NA MEDIAÇÃO⁷ DA PRODUÇÃO MATERIAL E SIMBÓLICA DA VIDA

De Marx a Lukács, apreendemos que o trabalho constitui a ação transformadora do homem sobre a natureza, ao mesmo tempo sendo neste processo transformado. Tem-se aqui seu caráter ontológico e trans-histórico. O homem entendido como ser genérico e o trabalho, em seu caráter universal, como sob determinações históricas dadas. A produção material e simbólica da vida é metabolismo social, onde o trabalho aparece como elemento mediador, único capaz de criar riqueza social, e sob o capitalismo assume a forma da mercadoria. O caráter totalizante do mercado é coetâneo ao processo histórico, na passagem do feudalismo ao capitalismo, da divisão social do trabalho, que representa

⁷ Para os marcos de compreensão utilizados aqui, mesmo no âmbito da lei do valor, do trabalho abstrato, que configura o capitalismo, a mediação social exercida pelo capital, qual seja pela mercadoria, dar-se-á subsumindo trabalho, que é ao mesmo tempo e contraditoriamente trabalho concreto, do mesmo modo que o processo de valorização é processo de trabalho, este trans-histórico, aquele inerente à forma societal própria do capital (Vide Marx, Livro I de O Capital, capítulos V e XIV, especialmente). Ou seja, o capital que assume caráter totalizante não pode prescindir da mediação fundamental realizada pelo trabalho.

no âmbito da produção uma dupla expropriação: da propriedade dos meios de produção e do *savoir-faire* do trabalho, na correspondência da separação entre proprietários dos meios de produção e produtores diretos, cuja unidade caracterizou a forma artesanal, pré-capitalista⁸.

A forma capital, por sua vez, expressa uma relação social de exploração e de apropriação do trabalho e se expande na busca incessante em tornar este redundante, o que em termos da criação do valor representa uma contradição intrínseca às formas históricas de acumulação no interior do próprio modo de produção capitalista. À medida que avança sobre o trabalho vivo, o capital ao mesmo tempo em que logra substituí-lo por trabalho morto, precisa alterar os padrões de regulação sobre a força de trabalho, pois se depara com limites à subsunção, em especial do chamado trabalho intelectual/cultural/criativo/artístico.

Se a intensificação da divisão do trabalho, cujo corolário é o modelo fordista de produção, com a separação entre gerência e chão de fábrica, permitiu o avanço da subsunção real em direção às atividades manuais, o mesmo não se deu em relação às atividades identificadas com maior grau de intelectualização. Havia – como ainda há – limites para a subsunção do trabalho intelectual no capital (BOLAÑO, 2002) e isto definiria o quadro atual, no qual para o conjunto das atividades sociais, de produção e de consumo, o padrão técnico baseado nas novas TIC provoca o desaparecimento de diversos postos de trabalho, enquanto altera a forma e a reprodução social de tantas outras atividades laborais.

A subsunção real do trabalho no capital⁹ corresponde ao avanço da mais valia relativa como forma essencialmente capitalista de extração de mais trabalho, com a constituição daquela que é considerada por Marx a forma especificamente capitalista de produção, a grande indústria. O caráter revolucionário das forças produtivas, próprio do capitalismo, deve encontrar paralelo nas relações sociais de produção, mas contradições, tanto aquelas intrínsecas à lógica de acumulação, como em relação aos modos de vida

⁸ Ressalve-se que, ao recuperar Marx, volto-me para o fenômeno empiricamente posto, do trabalho no interior das forças produtivas e das relações sociais capitalistas, de uma sociedade ou sociedades específicas, no tempo e no espaço, objeto em movimento, que ao mesmo tempo é apreendido em termos de uma reprodução ideal do movimento real do objeto, de uma teoria – a teoria marxiana em primeiro plano -, que tem nos seus fundamentos o caráter central do trabalho na constituição do ser social (MARX; ENGELS, 2002; MARX, 1988; LUKÁCS, 1979).

⁹ Há todo um debate em torno do trabalho intelectual ou mais precisamente sobre o estatuto da relação entre capital e trabalho, considerando as obras de Marx, especialmente suas elaborações nos *Grundrisse* e *O Capital*. Entre outros, aqui cito Fausto (1989), Prado (2005), Prado & Pinto (2014), Bolaño (2002) e, no âmbito internacional, Heirinck (2013; 2014).

tradicionais, das culturas populares e da classe trabalhadora em particular, são historicamente observadas.

O trabalho cultural, por sua vez, é imprescindível como elemento de mediação entre o sistema – o Estado e os capitais – e o público, realizada pela IC (BOLAÑO, 2000), cujo surgimento representa a constituição de uma forma social de comunicação própria do capitalismo. A expansão da industrialização à superestrutura, no capitalismo monopolista, implica na centralidade da produção – pensada na interface com a distribuição e o consumo (MARX, 1989) -, e com esta a centralidade do trabalho para a constituição de um conjunto de mercadorias artísticas e culturais, ampliando o acesso à arte que, na limitada esfera pública burguesa do século XIX, como direito de fruição se restringia a um grupo privilegiado da população, das elites burguesa e de reminiscência aristocrática.

De outra sorte, o trabalho cultural se caracterizaria pela não redução do trabalho concreto no trabalho abstrato, dadas às especificidades daquele, mesmo com a possibilidade da reprodutibilidade técnica (BENJAMIN, 1994), como produção e consumo em massa de mercadorias artísticas, só possível à medida que os capitais individuais se organizam e concorrem entre si na expansão a novos mercados, viabilizando economicamente invenções técnicas surgidas. Representaria a manutenção do caráter único da obra de arte da esfera pública burguesa clássica, nos termos da Escola Francesa da Economia da Comunicação e da Cultura (BOLAÑO, 2000).

Os mercados culturais desenvolveram-se a partir daí submetidos a padrões tecnológicos *vis-à-vis* aos paradigmas tecnoprodutivos (PEREZ, 1986) que se apresentaram ao longo do século XX e no início do século presente, na passagem da Segunda à Terceira Revolução Industrial. Neste quadro, o processo de subsunção real do trabalho no capital avança sobre o trabalho intelectual – criativo, cultural, artístico -, em face da difusão da microeletrônica, permitindo para o conjunto das indústrias culturais a transformação dos modelos analógicos aos digitais. Avança, mas com limites, como já me referi.

O processo de mercantilização supõe a distinção do bem cultural a partir do duplo aspecto de toda mercadoria, como valor de uso e valor. Em consequência, o trabalho ali incorporado, em trabalho concreto e trabalho abstrato. As contradições entre essas dimensões, como aquela a que Marx (1988) se referiu entre esfera da produção e esfera da circulação, próprias na criação das mercadorias em geral, manifestam-se também, e de

forma agudizada, para as mercadorias culturais, em especial no que diz respeito à não redução do trabalho concreto ao trabalho abstrato.

Assim sendo, o conceito central deve ser o de valor e ‘mais exatamente de valor de troca, que remete à distinção fundamental trabalho produtivo-trabalho improdutivo’ (Huet et al, 1978, p. 23). No primeiro caso inclui-se o trabalho cultural capitalista e, no segundo, o investido na produção não capitalista de bens culturais. Além disso, os autores definem um terceiro tipo de trabalho ‘indiretamente produtivo’ o que não concorre à produção, mas à realização do valor, que inclui todo o trabalho gasto na integração dos produtos culturais no processo de circulação. A característica central do ‘TRABALHO CULTURAL’ seria o fato de que o processo de trabalho não é inteiramente homogêneo, sendo a produção fruto de dois processos distintos: o de concepção da obra por um ou mais trabalhadores culturais e o de reprodução material dessa obra original (divisão que Zallo, 1988, chama de NÃO-UNIDADE DO PROCESSO DE TRABALHO) (BOLAÑO, 2000: 165-166). (caixa alta do autor).

Vê-se que são operados outros dois importantes conceitos marxianos, de trabalho produtivo e de trabalho improdutivo. Em uma passagem no Capítulo VI Inédito d’O Capital de Marx, ao se referir ao trabalho da cantora, em que o autor adverte que a relação de assalariamento, ou seja, o fato de a cantora estar submetida a um contrato de trabalho com o dono de um estabelecimento, dispondo sua capacidade de trabalho – o de cantar - ao capitalista define seu trabalho como produtivo, de onde será extraída mais valia¹⁰. Coerente com a apreciação marxiana, no processo de reprodução do capital, espaços não mercantis, como aquelas atividades mercantis não produtivas, são úteis para completar o ciclo de realização da mais valia.

PERSPECTIVAS SOBRE O TRABALHO CULTURAL: SUA CENTRALIDADE E CONTRADIÇÕES

O conjunto das atividades culturais e artísticas atravessa diversos setores econômicos e está submetido a diferentes formas de criação e realização de valor, como também integram circuitos de valorização com especificidades próprias, como é o relacionado ao mercado de artes plásticas¹¹. Martins (2005) recorda-nos as abordagens prevaletentes nos estudos sobre a arte: de um lado, estão os que buscam estabelecer os cânones que definem o valor da arte como arte e, de outro, aqueles que se baseiam nos

¹⁰ Não entrarei aqui no debate sobre trabalho produtivo e trabalho improdutivo, mas, para efeito de informar meu entendimento, remeto a quem interessar ao texto de Vera Cotrin (2012).

¹¹ Vide Durán (2011) e Lopes; Sabadini (2020). No âmbito da EPC, como da Economia Política em geral, é possível identificar esforços em propor uma Economia Política da Arte, para acentuar as especificidades da produção nas artes em relação à produção cultural em geral.

processos de criação e produção artísticos, o que remeteria ao problema da arte como trabalho. Baseado no historiador da arte Giulio Carlo Argan, Martins (2005: p. 123-124) assim informa:

... pode-se dividir as linhagens da historiografia da arte em dois grandes agrupamentos, segundo o seu horizonte ou foco de interesse: uma corrente majoritária e com peso institucional visa ao objeto de valor externamente, ou seja, à obra de arte como um valor já cristalizado enquanto criação artística. A obra aparece, assim, como um objeto, por princípio, intrinsecamente distinto dos demais objetos, aqueles tidos como utensílios, objetos sem valor artístico inerente e submetidos a diferentes fins circunstanciais. Esta distinção entre obra de arte e utensílio, ou seja, entre objetos com valor artístico em si e objetos ordinários, remonta àquela que noutra contexto histórico distinguia a esfera religiosa das demais. Fundada nesta posição, que toma a natureza da arte como dada, a referida corrente majoritária é indiferente às condições de gênese do valor. As várias modalidades de formalismo na história da arte compartilham deste esquema básico.

Entretanto, na distinção proposta, o segundo modo de ver a arte – com o qual Argan se alinha – a situa entre outros **processos históricos de produção de valor em geral**. Assim, se a teoria econômica clássica tomou pela primeira vez o trabalho como substância de valor e tal sugestão foi reaproveitada noutra chave por Hegel e por Marx, Argan, por sua vez, de modo análogo, considera a arte dentre outras formas de produção de valor e, nesta ordem de idéias, como um **modo paradigmático de trabalho**. (negritos meus)

As preocupações desenvolvidas por Martins em seu texto se alinham àqueles observadas por Garo (2011), em identificar espaços de autonomia e liberdade em contraposição à lógica alienante da relação mercantil. Martins dá pistas dessas possibilidades ao destacar a materialidade do processo produtivo. Por sua vez, Garo (2011: 6-7) esclarece sobre a problemática geral da arte na obra de Marx, nos seguintes termos:

Le problème de Marx lorsqu'il aborde la question de l'art n'est donc pas de promouvoir un modèle esthétique quel qu'il soit, mais de penser l'activité artistique comme formatrice de l'homme lui-même, au même titre que le travail, tout en maintenant son caractère déterminé". (...) L'art, comme le travail, transforme le monde extérieur et élabore la matière selon des procédés techniques qui évoluent au cours du temps.

E arremata, apontando para uma especificidade da produção artística, afirmando que:

S'il l'art est un travail, ce travail échappe à la subsumption réelle, qui soumet une pratique plus ancienne à sa redéfinition capitaliste: et en ce sens, l'artiste n'est pas un travailleur, ou plutôt, il offre aux travailleurs la figure paradoxale d'un individu épargné par la perte de soi et l'étiollement des capacités qui caractérise le monde de la production (GARO, 2011, p. 7).

Na toada da segunda perspectiva apontada acima por Martins (2005), é pertinente observar que os estudos da Escola de Frankfurt ao “por” a questão da cultura no capitalismo em termos da industrialização da superestrutura, acaba por “repor” o problema da produção, o que em termos marxianos aponta para dois fundamentos: a interface entre produção e distribuição e entre produção e consumo e a centralidade da produção que se traduz em centralidade do trabalho. É, em especial, a partir da obra de Alfred Sohn-Rethel¹², teórico da mesma geração de Horkheimer, que o problema do trabalho aparece explicitamente, ao discutir a importância da divisão entre trabalho manual e trabalho intelectual (SLATER, 1978), associando-a ao processo de acumulação primitiva do conhecimento realizada pelo capital na passagem da forma artesanal à manufatura (BOLAÑO, 2002).

Recuperando estudos em áreas específicas das artes e da cultura, posso aqui indicar para a música e para as artes plásticas duas obras que reputo serem referenciais para pensarmos o trabalho cultural/artístico como elemento constitutivo básico e categoria conceitual fundante. No caso da música, a dissertação de mestrado, publicada em livro em 1991, de Rita Morelli sobre a Indústria Fonográfica, e no caso das artes plásticas, o livro de Sérgio Ferro, “Artes Plásticas e Trabalho Livre” (2015). A questão que se coloca em ambas as obras, que se destaque trilham abordagens distintas, é a do trabalho na relação direta com os avanços das condições objetivas e subjetivas, seja do trabalho em atuar sobre a matéria morta, como é no caso do estudo de Ferro, seja das distinções da produção material e simbólica, que nos leva a remeter a distinção entre trabalho manual e trabalho intelectual, dicotomia presente nos limites da produção fordista, que subjaz como modelo geral de referência para o estudo de Morelli.

CONCLUSÕES

Em consonância ao que foi exposto, extraio abaixo questões de orientação para as análises dos mercados culturais e artísticos:

1. A delimitação histórica da convergência economia e cultura estabelecida no surgimento da IC, no âmbito do Capitalismo Monopolista;

¹² Vale destacar o trabalho de tradução realizado por Cesare Galvan dos originais em alemão para o português da obra “Trabalho Espiritual e Corporal. Para a epistemologia da história ocidental”, de Sohn-Rethel.

2. A correspondência da relação economia e cultura com a contradição básica que constitui o modo de produção capitalista, qual seja: a relação capital e trabalho;
3. As abordagens pautadas no materialismo de Marx que devem pressupor ao mesmo tempo a apreensão da totalidade social e da centralidade do trabalho, sejam em seu caráter ontológico, sejam sob a forma social da mercadoria, do capital, ou como observa Luckács (2010) em relação à arte, esta não deve estar apartada do contexto histórico que a produz;
4. A mediação exercida pelo trabalho, e em superposição a do trabalho cultural, deve ser apreendida na sua condição trans-histórica e ao mesmo tempo sob a forma social do capital, no avanço do processo de subsunção formal e real, contemplando o par dialético trabalho concreto/trabalho abstrato;
5. O conceito de IC deve ser reapropriado, em diálogo crítico às teses das indústrias criativas ou economia criativa;
6. A relação entre autonomia e heteronomia (liberdade X alienação) na produção artística deve se orientar, como projeto político, pela superação da forma societal capitalista, como ação revolucionária, como nos lembra Slater (1978) ao tratar da contribuição da Escola de Frankfurt e que devo lembrar está no projeto epistemológico da própria EPC.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. **Dialética do Esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

BARAN, P.; SWEEZY, P. **Capitalismo Monopolista**. Rio de Janeiro: Zahar, 1966.

BENJAMIN, W. **Magia e técnica, arte e política**: ensaios sobre literatura história da cultura. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BOLAÑO, C. “Economia política da comunicação e da cultura. Breve genealogia do campo e das taxonomias das indústrias culturais”. In.: BOLAÑO, C; GOLIN, C.; BRITTOS, V. (Orgs.). **Economia da Arte e da Cultura**. São Paulo: Itaú Cultural; São Leopoldo: Cepas/Unisinos; São Cristóvão: Obscom/Ufs, 2010, pp. 33-50. Disponível em: <https://www.itaucultural.org.br/economia-da-arte-e-da-cultura>.

_____. “Trabalho intelectual, comunicação e capitalismo. A re-configuração do fator subjetivo na atual reestruturação produtiva”. **Revista Soc. bras. Economia Política**. Rio de Janeiro, nº 11, p. 53-78, dezembro 2002, pp. 53-78.

_____. **Indústria Cultural, Informação e Capitalismo**. São Paulo: Hucitec/Pólis, 2000.

_____. “A convergência informática/telecomunicações/audiovisual”. In.: **Praga**. Estudos Marxistas. São Paulo: Hucitec, 1997, n. 4, pp. 67-78.

BOLAÑO, C.; SANTOS, V. “Economia da cultura, trabalho e criatividade: Uma crítica da ideologia do empreendedorismo cultural”. In.: GUINDANI, J. F.; SILVA, M. (Orgs.). **Comunicação e Indústria Criativa**. Políticas, teorias e estratégias. Jaguarão: CLAEC, 2018a, pp. 47-56. Disponível em: https://unipampa.edu.br/saoborja/sites/saoborja/files/documentos/livro_comunicacao_e_industria_criativa.pdf.

_____. “Considerações teórico-metodológicas sobre a história do campo da Economia Política da Comunicação e da Cultura”. **Revista Brasileira de História da Mídia**. Vol. 7, No. 1, jan/jun 2018b, pp. 52-66.

BOLAÑO, C.; LOPES, R.; SANTOS, V. “Uma economia política da cultura e da criatividade”. In.: LEITÃO, C; MACHADO, A. F. (Orgs.). **Por um Brasil Criativo**: significados, desafios e perspectivas da Economia Criativa Brasileira. Belo Horizonte: Código, 2016, pp. 9-24. Disponível em: <https://bdmgcultural.mg.gov.br/biblioteca/por-um-brasil-criativo-significados-desafios-e-perspectivas-da-economia-criativa-brasileira/>.

BOLAÑO, C.; HERSCOVICI, A.; CASTAÑEDA, M; VASCONCELOS, D. **Economia Política da Internet**. São Cristóvão: ed. UFS, 2007.

BUSTAMANTE, E. “Una ilustración práctica de los peligros de la convergencia: Telefónica o la historia de España”. In: **Comunicação e Política**. Rio de Janeiro, vol. VIII, n. 1, jan-abr, 2000, pp. 89-103.

COTRIM, V. **Trabalho produtivo em Marx. Velhas e novas questões**. São Paulo: Alameda, 2012.

DURÁN, J. M. “Elementos para una Crítica de la Economía Política del Arte”. In: **Revista Eptic**. vol. XIII, n. 2, mai-ago 2011. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/113/89>.

FAUSTO, R. “A ‘Pós-Grande Indústria’ nos *Grundrisse* (e para além deles)”. **Lua Nova**. São Paulo, nov. 1989, n. 19, pp. 47-67.

FERRO, S. **Artes plásticas e trabalho livre**. De Dürer a Velázquez. São Paulo: Editora 34, 2015.

FLICHY, P. **Les industries de l'imaginaire**. Pour une analyse économique des media. Grenoble: Presses universitaires de Grenoble, 1980.

GARO, I. “L’art comme activité: Marx et la critique de l’esthétique”. Europe n° 988-989, août-septembre 2011. Disponível em: https://www.academia.edu/30557878/Lart_comme_activit%C3%A9_Marx_et_la_critique_de_l_esth%C3%A9tique.

HEINRICH, M. “Os invasores de Marx: sobre os usos da teoria marxista e as dificuldades de uma leitura contemporânea”. **Revista Crítica Marxista**. 38, 2014, pp. 29-40.

_____. “The ‘Fragment on Machines’: A Marxian Misconception in the Grundrisse and its Overcoming in Capital”. In.: BELLOFIORE, R; STAROSTA, G.; THOMAS, P. (Orgs.) **In Marx’s Laboratory**. Critical Interpretations of the Grundrisse. Leiden;Boston: Brill, 2013, pp. 197-212.

HERSCOVICI, A. (2004). “Economia da Informação, Redes Eletrônicas e Regulação: Elementos de Análise”. In.: **Revista de Economia Política**, vol. 24, nº 1 (93), janeiro-março/2004, pp. 95-114.

HERSCOVICI, A.; BOLAÑO, C.; MASTRINI, G. “Economía política de la comunicación y la cultura: una presentación”. In.: MASTRINI, G.; BOLAÑO, C. (Orgs.). **Globalización y Monopolios en la Comunicación en América Latina**. Hacia una Economía Política de la Comunicación. Buenos Aires: Biblos, 1999, pp. 9-28.

LOPES, R.; SABADINI, M. “Do lixo ao luxo: Vik Muniz e a imagem-marca do artista”. In.: BASTOS, M; FIGUEIREDO, C; SANTOS, A. (Orgs.). **30 anos de Economia Política da Comunicação e o Brasil pós-golpe**. São Cristóvão: Ulepicc-Brasil, 2020, pp. 227-251.

LUKÁCS, G. “Introdução aos escritos estéticos de Marx e Engels”. In.: Marx, K. **Cultura, arte e literatura**. Textos escolhidos. São Paulo: Editora Expressão Popular, 2010.

_____. **Ontologia do Ser Social**. São Paulo: Livraria Editora Ciências Humanas, 1979.

MARTIN-BARBERO, J. **Dos Meios às Mediações**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

MARTINS, L. R. “A Arte entre o trabalho e o valor”. **Revista Crítica Marxista**. São Paulo, Ed. Revan, v.1, n.20, 2005, pp.123-138.

MARX, K. **Contribuição para a crítica da economia política**. São Paulo: Mandacaru, 1989.

_____. **O Capital**. Crítica à Economia Política. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

_____. **Capítulo VI Inédito de O Capital**. Resultados do Processo de Produção Imediata. São Paulo: Editora Moraes, s.d.

MARX, K; ENGELS, F. **A Ideologia Alemã**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

MENGER, P-M. **Le travail créateur**. S’accomplir dans l’incertain. Paris: Seuil/Gallimard, 2009.

_____. **Portrait de l’artiste em travailleur**. Métamorphose du capitalisme. Paris: La Republique des Idees/Seuil, 2002.

MORELLI, R. **Indústria fonográfica**: um estudo antropológico. Campinas: Ed. da UNICAMP, 1991.

MOSCO, V. **The Political Economy of Communication**. London: Sage Publications, 1996.

PEREZ, C. “Las nuevas tecnologías: uma visión de conjunto”. OMINAMI, Carlos. **La tercera revolución industrial**. Buenos Aires, 1986, pp. 43-89.

POSSAS, M. **Estruturas de Mercado em Oligopólio**. São Paulo: Hucitec, 1985.

POULANTZAS, N. **O Estado, o poder, o socialismo**. Rio de Janeiro: Graal, 1980.

PRADO, E. **Desmedida do valor**. Crítica da pós-grande indústria. São Paulo: Xamã, 2005.

PRADO, E.; PINTO, J. P. “Subsunção do trabalho imaterial ao capital”. **Cad. CRH on line**. 2014, vol.27, n.70, pp.61-74. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-49792014000100005&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt.

SANTOS, V. “A contradição Economia e Cultura: a crítica da Economia da Cultura, a partir da EPC”. **Anais do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. 2020. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-1974-1.pdf>.

_____. “Um diálogo com os Estudos Culturais, a partir da EPC”. In.: **Revista Eptic**. Vol. 21, n. 2, mai-ago 2019, pp. 93-105. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/11504>.

_____. “Dimensões e Implicações da Convergência Tecnológica no Macrosetor das Comunicações”. BRITTO, V.; LOPES, R. (Orgs.). **Políticas de Comunicação e Sociedade**. São Paulo: Intercom, 2012, pp. 19-36. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/721f6b99c518759e2a27adb03387532b.pdf>.

SANTOS, V; BOLAÑO, C; BASTOS, M; SANTOS, A. “A mediação segundo a Economia Política da Comunicação”. In.: PRATA, N.; JACONI, S.; NASCIMENTO, G. (Orgs.). **Desafios**

da comunicação em tempo de pandemia: um mundo e muitas vozes. São Paulo; Intercom, 2020, pp. 171-192. Disponível:

http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/desafios_30112020.pdf.

SEGNINI, L. “À procura do trabalho intermitente no campo da música”. In.: **Estudos de Sociologia**. V. 16, n. 30, 2011, pp. 177-196. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/estudos/article/view/3895>.

_____. “Criação rima com precarização: Análise do mercado de trabalho artístico no Brasil”. In: **XIII Congresso Brasileiro de Sociologia**. 2007.

SLATER, P. **Origem e significado da Escola de Frankfurt:** uma perspectiva marxista. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 1978.

SMYTHE, D. “Communications: Blindspot of Western Marxism”. **Canadian Journal of Political and Social Theory**. Vol. 1, n. 3, 1977, pp. 1-27. Disponível em: <https://journals.uvic.ca/index.php/ctheory/issue/view/796>.

SOHN-RETHEL, A. **Trabalho Espiritual e Corporal**. Para a epistemologia da história ocidental. João Pessoa: UFPB, 1995. (Texto para Discussão No. 87).

WASCO, J. “Studying the political economy of media and information”. **Comunicação e Sociedade**. Vol. 7, 2005, pp. 25-48.

ZALLO, R. “La economía de la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio”. In.: **ZER**. Revista de estudios de Comunicación. Biskaia, 22, 2007, pp. 215-234.

_____. **Economía de la comunicación y la cultura**. Madrid: Ediciones Akal, 1988.