



**ECONOMIA POLÍTICA, COMUNICAÇÃO E TRABALHO: APONTAMENTOS
PARA UMA APROXIMAÇÃO NECESSÁRIA¹**

GT6: Economia Política das Comunicações

Júlio Arantes Azevedo²
Universidade de São Paulo
Brasil
julio.arantes@usp.br

Resumo

Este artigo aborda a necessidade da Economia Política da Comunicação em se aproximar dos estudos sobre o trabalho, em especial daqueles voltados para o binômio Comunicação e Trabalho, a fim de recuperar parte das proposições marxianas a partir das quais toda a construção teórico-metodológica da mercadoria se estrutura. Apresentamos, para isso, uma parte da proposição teórica elaborada a partir de nossa pesquisa de doutorado, realizada na Universidade de São Paulo, que busca compreender as relações de comunicação e trabalho em fábricas controladas por trabalhadores. Essa proposta teórica defende que comunicação e trabalho são aspectos constitutivos do gênero humano, estando presentes em sua ontogênese. Através da pesquisa empírica, buscamos compreender como comunicação e trabalho de fato se realizam na atividade produtiva. Do ponto de vista da economia política, a busca dessa relação

1 Artigo apresentado ao GT 6 Economía Política de las Comunicaciones, do XII Congreso da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación - ALAIC

2 Doutorando do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo. A pesquisa em que se desenvolvem as questões abordadas é financiada pela Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) e faz parte dos estudos do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT-ECA-USP).

poderia contribuir para desvelar aspectos particulares da atual forma mercadoria da força de trabalho que se verifica no capitalismo contemporâneo.

Conceituar o trabalho e a comunicação: contribuição à construção do binômio conceitual

A opção pelo estudo da comunicação no mundo do trabalho, tendo como recorte o trabalho em fábricas recuperadas por trabalhadores em regime de autogestão, exige recuperar o que foi produzido em termos do binômio conceitual Comunicação e Trabalho e então apresentar aquelas contribuições decorrentes da pesquisa empírica que realizamos. Para tanto, é necessário apresentar, tal como faz Figaro (2012), as bases teóricas sobre as quais desenvolvemos nosso pensamento, evitando o apressado percurso de posicionar o trabalho apenas como objeto de pesquisa (o que justificaria o seu estudo, mas seria reducionista), quando estamos, na verdade, tomando-o em sua relação dialética com a comunicação, para explicar as relações de comunicação que estão presentes na vida laboriosa de uma fábrica.

A discussão que apresentamos neste artigo deve iniciar, conforme compreendemos, a partir da concepção marxiana do trabalho. Isso porque é essa concepção, a nosso ver, que apresenta os fundamentos sobre os quais podemos caminhar até apresentar a contribuição específica a que nos propomos, a do binômio conceitual Comunicação e Trabalho. A partir de Marx, passamos a considerar o trabalho como algo qualitativamente diferente e específico do gênero humano, pois como formula o pensador alemão

uma aranha executa operações semelhantes às do tecelão, e a abelha envergonha mais de um arquiteto humano com a construção dos favos de suas colmeias. Mas o que distingue,

de antemão, o pior arquiteto da melhor abelha é que ele construiu o favo em sua cabeça, antes de construí-lo em cera. No fim do processo de trabalho obtém-se um resultado que já no início deste existiu na imaginação do trabalhador, e portanto idealmente. (MARX, 1985, p.149-150)

Esta diferenciação apontada por Marx tem relevância para o desenvolvimento teórico que estamos defendendo, uma vez que ela aponta para uma atividade não exclusivamente física, mas que ao contrário, pressupõe alguma forma de comunicação, representada no exemplo de Marx pelo pensamento conceitual. Idealizar a ação antes de sua execução demanda uma elevação à consciência, um processo de reflexão e de elaboração. Esta elaboração é desde o primeiro momento realizada no conjunto do gênero humano como uma ação que é também social, pois comunica aos outros indivíduos do grupo o saber-fazer, primeiro através dos gestos e, posteriormente, pela forma altamente complexificada da linguagem. A esse respeito, Engels (2004, p.15) afirma que

o desenvolvimento do trabalho, ao multiplicar os casos de ajuda mútua e de atividade conjunta, e ao mostrar assim as vantagens dessa atividade conjunta para cada indivíduo, tinha de contribuir forçosamente para agrupar ainda mais os membros da sociedade. Em resumo, os homens em formação chegaram a um ponto em que tiveram necessidade de dizer algo uns aos outros. A necessidade criou o órgão: a laringe pouco desenvolvida do macaco foi-se transformando, lenta mas firmemente, mediante modulações que produziam por sua vez modulações mais perfeitas, enquanto os órgãos da boca aprendiam pouco a pouco a pronunciar um som articulado após outro. A comparação com os animais mostra-

nos que essa explicação da origem da linguagem a partir do trabalho e pelo trabalho é a única acertada.

Tomando essas passagens como ponto de partida, já é possível começar a construir nossa argumentação de que comunicação e trabalho estão inter-relacionados na constituição do gênero humano. Essa perspectiva mostra que toda a atividade humana parte dessa relação inicial com o trabalho material dos homens. Comunicação e trabalho compõem aquilo que Antunes (2009, p. 21) vai chamar de “sistema de mediações de primeira ordem”, recuperando o pensamento do filósofo húngaro István Mészáros. Segundo o autor, este sistema de mediações de primeira ordem, ou de mediação primária, tem por finalidade a produção e reprodução das funções vitais dos seres humanos, inclui

- 1) a necessária e mais ou menos espontânea regulação da atividade biológica reprodutiva em conjugação com os recursos existentes;
- 2) a regulação do processo de trabalho, pela qual o necessário intercâmbio **comunitário** com a natureza possa produzir os bens requeridos, os instrumentos de trabalho, os empreendimentos produtivos e o conhecimento para a satisfação das necessidades humanas;
- 3) o estabelecimento de um sistema de trocas compatível com as necessidades requeridas, historicamente mutáveis e visando otimizar os recursos naturais e produtivos existentes;
- 4) a **organização, coordenação e controle da multiplicidade de atividades, materiais e culturais**, visando o atendimento de um **sistema de reprodução social** cada vez mais complexo;
- 5) a alocação racional dos recursos materiais e humanos

disponíveis, lutando contra as formas de escassez, por meio da utilização econômica (no sentido de economizar) viável dos meios de produção, em sintonia com os níveis de produtividade e os limites socioeconômicos existentes;

6) a constituição e organização de **regulamentos sociais** designados para a totalidade dos seres sociais, em conjunção com as demais determinações e funções de mediação primárias. (MESZAROS apud ANTUNES, 2009, p.22. Grifos nossos)

Destacamos na passagem acima não só o aspecto material do trabalho, mas também social e, portanto, de comunicação. A comunicação aparece, assim, desde o começo como uma **relação** entre os homens, primeiro para a atividade de trabalho e posteriormente para todas as atividades em sociedade. Reforçamos nossa afirmação apoiados pela argumentação de Leontiev (2004, p.92), para quem está claro que

No trabalho os homens entram forçosamente em relação, em comunicação uns com os outros. Originariamente, as suas ações, o trabalho propriamente, e sua comunicação **formam um processo único**. Agindo sobre a natureza, os movimentos de trabalho dos homens agem igualmente sobre os outros participantes na produção. Isto significa que as ações do homem têm nestas condições uma dupla função: uma função imediatamente produtiva e uma função de ação sobre os outros homens, uma função de comunicação. (grifo nosso)

Dentre as diversas formas da comunicação, devemos nos deter rapidamente

sobre a linguagem verbal, compreendendo sua relação com o desenvolvimento e a complexificação do pensamento conceitual e, portanto, com a atividade de trabalho. Não queremos dizer, com isso, que se deva proceder a redução da comunicação ao aspecto da linguagem. Nosso apontamento é no sentido oposto, de que o estudo da linguagem verbal contribui para a compreensão da relação comunicação e trabalho. A complexificação do trabalho e, dialeticamente com ele, das formas de comunicação humanas, levou a que as formas mais rudimentares de comunicação dessem lugar, cada vez mais, a uma organização complexa de comunicação, que é a linguagem. A linguagem tem papel decisivo na constituição e elevação da consciência humana. A esse propósito, Engels e Marx (1991, p.43) fornecem o ponto de partida para essa conceituação, ao dizer que

a linguagem é tão antiga quanto a consciência – a linguagem é a consciência real, prática, que existe para os outros homens e, portanto, existe também para mim mesmo; e a linguagem nasce, como a consciência, da carência, da necessidade de intercâmbio com outros homens.

Embora breve, a passagem acima empresta um importante ponto de partida para a construção metodológica da pesquisa que realizamos, que tem como orientação conceitual o binômio comunicação e trabalho. Não é possível, neste artigo, tratar mais detalhadamente da questão, de modo que iremos nos deter um pouco mais na questão propriamente do trabalho como atividade humana e da comunicação como atividade humana.

O conceito de atividade aqui deve ser explicitado, tendo em vista a necessidade que nos colocamos de conceituar trabalho e comunicação como atividades humanas e, para isso, a necessidade de confrontar a concepção marxiana a proposta de Schwartz, que emprega a definição de **atividade** a partir de um

desenvolvimento filosófico diferente, tomando de Kant o conceito de *Tätigkeit* e desenvolvendo-o até definir a atividade como “negociação problemática das normas do trabalho no seio de uma pessoa humana, alma e corpo, biológico e histórico” (SCHWARTZ, 2009, p.44).

Avançar nessas formulações e confrontar as duas teorias nos aparece como uma forma de alcançar uma elaboração teórica do binômio comunicação e trabalho, tendo em vista a sua validade científica para a pesquisa que empreendemos. Tomando o referencial da ergologia, Figaro (2008, p.125-126) esboça a proposição de que

a relação intrínseca entre comunicação e trabalho permite definir a atividade de trabalho como a gestão de si por si mesmo e de si por outros [...]. Neste encontro, forjam-se a experiência e os novos conhecimentos, os novos protocolos. Essa dialética se estabelece por meio de escolhas: gestos, força física, expressão, ritmo, concentração, palavras etc., as quais se objetivam na atividade. [...] São as escolhas que vão sedimentando os valores, os quais, por sua vez, orientam a atividade de trabalho e, dessa forma, a comunicação.

Seguindo a autora, é preciso avançar na formulação sobre o binômio conceitual, avaliando-o em razão do avanço da pesquisa empírica e reformulando a teoria em vista daquilo que for constatado. Para isso, avançaremos agora para a discussão que trata da constituição do objeto na comunicação, desenvolvendo teoricamente nossa posição a partir do materialismo histórico e confrontando-o com a perspectiva da ergologia. É necessário também apresentar as contribuições metodológicas das áreas que consideramos serem de grande importância para o

avanço teórico-metodológico desta pesquisa, particularmente da Economia Política, o que faremos na última parte do artigo.

A constituição do objeto comunicacional

A constituição do objeto da comunicação é, atualmente, um dos importantes debates científicos do campo da comunicação. Percorrendo as diversas teorias já aplicadas ou construídas no interior do campo, de um lado ou outro do espectro político, é possível observar uma constante evolução teórica, sempre em acordo com as condições de produção de seu desenvolvimento: o contexto social, político, econômico, acadêmico-científico etc. Em que pese haver algumas dessas teorias que afirmam que a significação, o sentido, os signos, a comunicação etc. existem independentemente das condições de sua produção, este não é o caso aqui. Uma perspectiva teórico-metodológica para a comunicação que esteja fundamentada no materialismo histórico toma em consideração as condições reais de existência dos homens, conforme apontado por Engels e Marx (1985, p.26-27) na Ideologia Alemã.

Em nosso desenvolvimento teórico sobre essa questão recorreremos também às contribuições da ergologia da atividade, especialmente dos textos de Schwartz (2006, 2009, 2010), discutindo a possibilidade de incorporá-la a uma proposta teórico-metodológica para o campo da comunicação. Evidentemente, trata-se de uma aproximação cuidadosa, dada a complexidade de seu empreendimento teórico. Há a possibilidade de haverem pontos de incompatibilidade, mas também diversos pontos de compatibilidade, dos quais destacaremos alguns.

Nessa aproximação com a ergologia, observamos o esforço empreendido em constituir uma reflexão partindo das situações concretas de trabalho. Isso acontece no nível micro, isto é, da observação da atividade de trabalho em seu

ambiente. Tendo em consideração a pesquisa que desenvolvemos atualmente – o estudo das relações de comunicação em fábricas recuperadas por trabalhadores, a ergologia apresenta uma interessante contribuição do ponto de vista metodológico, uma vez que sua reflexão está focada nos contextos de realização do trabalho. Voltaremos à questão metodológica mais adiante, para seguirmos discutindo a pertinência de tomar a questão do objeto da comunicação a partir do trabalho.

Mesmo já tendo desenvolvido os fundamentos da relação comunicação e trabalho, é possível que ainda haja dúvida sobre a sua pertinência em estudo da comunicação. Por que o trabalho? Tomar o trabalho como ponto de partida para um estudo em comunicação não estaria afastando a pesquisa daquilo que o campo considera pertinente? Acima de tudo, como constituir o objeto comunicacional a partir do trabalho? Isso significa que a partir de agora reivindicamos o trabalho como objeto das ciências da comunicação?

Começaremos a responder a estas questões lembrando que mesmo se tratando de um campo muito complexo e heterogêneo, passando pelas diferentes formulações teóricas, os estudos em comunicação sempre estiveram ligados à questão do simbólico. Seja do estudo do aspecto simbólico em si, seja pelos suportes e meios, seja pela sua dimensão cultural, a comunicação tem tratado do simbólico. Predominantemente, há uma primazia do estudo da comunicação relacionado aos meios de comunicação, seus efeitos, organização industrial, alcance cultural, apropriação que os receptores fazem de suas mensagens, reconfigurando-as de acordo com suas próprias realidades etc. Há mesmo aquelas correntes que defendem uma exclusividade do estudo dos meios de comunicação para todo o campo científico. Nossa proposta vai em sentido oposto e defende que o estudo da comunicação deve ter uma noção ampliada de comunicação, tendo como pressuposto já desenvolvido de que a comunicação e o

trabalho são constitutivos do gênero humano.

Para seguir adiante, é conveniente recuperar a discussão feita por Schwartz (2009), a propósito de uma perspectiva filosófica sobre o trabalho. O autor discute se o trabalho é para a filosofia um **objeto** ou uma **matéria estrangeira** e explica que se refere à

matéria estrangeira no sentido em que o trabalho renovaria em permanência sua exterioridade, seu caráter estrangeiro em relação à cultura dos filósofos; no sentido em que tudo o que estes poderiam ter se apropriado do trabalho como “objeto” de estudo não os dispensaria de nenhuma forma de se tornar disponíveis com uma certa humildade e desconforto, para se colocar em aprendizagem junto aos homens e mulheres trabalhando, e tentar assim compreender o que acontece e se repete de modo conceitualmente não antecipável, até enigmático, nas situações de trabalho. (idem, p.24)

A preocupação de Schwartz está centrada no fato de que o trabalho, enquanto atividade, está sujeito a constantes modificações, a modificações às vezes imprevisíveis, o que o torna sempre algo a ser conhecido e não pré-determinado. Isso porque o trabalho, na concepção do autor, é uma atividade humana que resulta do debate entre as normas antecedentes (sob a forma de prescrições para o fazer do trabalhador) e a reelaboração dessas normas para a realização concreta da atividade. A realização da atividade, portanto, contém em si um aspecto comunicacional – o que afirmamos anteriormente como sendo a dimensão ontológica da comunicação e do trabalho. A norma comunica ao trabalhador, que a reelabora e responde com sua própria atividade.

Essa definição nos leva a retomar o binômio comunicação e trabalho em sua inter-relação constitutiva do gênero humano, oferecendo a primeira resposta para as questões formuladas acima: o trabalho aparece como parte indissociável do objeto da comunicação, que definimos anteriormente como sendo as **relações de comunicação** no âmbito de um determinado recorte da realidade (as fábricas recuperadas por trabalhadores sob regime de autogestão). Mas o trabalho não é em si o objeto da investigação em comunicação. Nesse sentido, o trabalho é antes o que Schwartz chama de matéria estrangeira. Como ele mesmo diz, é “o trabalho dos homens e das mulheres, através da história e hoje como sempre, [que] nos introduz a '**problemas humanos concretos**' (2009, p. 42. Grifo do autor).

O trabalho como objeto não se limita a um único saber, o que faz dele sempre algo que tem o estatuto de matéria estrangeira, mas por ser constitutivo é sempre parte da atividade humana. Schwarz (idem, p. 43) fala em uma

exigência de dupla antecipação: o trabalho como objeto nos prepara para compreender os aspectos essenciais das situações de trabalho que encontramos; mas reciprocamente, segunda antecipação [...], ele se recria nas situações de trabalho dos saberes, das competências, das construções sociais.

Contribuindo com a formulação do autor, podemos afirmar que o trabalho se recria nas relações de comunicação, que são parte da experiência humana. Tendo em consideração o seu estatuto ontológico, “o trabalho como matéria estrangeira não pode ser inteiramente circunscrito em campo dessa experiência [humana], já que ele ajuda a definir os campos dela” (SCHWARTZ, 2009, p.43). Por isso, o trabalho é matéria estrangeira necessária (no sentido filosófico do termo) para compreender a constituição do objeto em comunicação.

Algumas questões relacionadas com as constantes mudanças no mundo do trabalho e também diretamente com o nosso objeto podem ser trazidas aqui para que possamos exemplificar. É importante trilhar esse caminho analítico, para poder expor as múltiplas determinações que atravessam os sujeitos e as suas relações de comunicação. A primeira delas tem sido objeto de estudo de diversas áreas de pesquisa, em especial da sociologia do trabalho. Antunes (2011) destaca dois fatores que estão no centro dessas mudanças ocorridas no mundo do trabalho, com o objetivo de superar as crises de acumulação de capital: a introdução de novas tecnologias nos processos produtivos e a reorganização dos processos de trabalho. Em ambos os casos é possível observar uma dimensão comunicacional fundamental, pois trata-se de mudanças técnicas que introduzem a informática nos processos produtivos e organizacionais que reorientam, pela comunicação, tanto o processo produtivo quanto as relações de produção.

No novo modelo produtivo, conhecido como toyotismo (ANTUNES, 2011, p.30-40), há uma reorientação da circulação de informação nos processos produtivos. Se anteriormente, com o modelo taylorista/fordista (idem, p.24), havia uma estratificação hierárquica e laboral bastante delimitada, de maneira que os diferentes setores produtivos de uma fábrica não mantinham contato senão pela intervenção da supervisão/gerência setorial

as diferentes estratégias de comunicação ganham destaque na consecução da adesão do operário aos novos processos. Essa adesão torna-se mais viável na medida em que se necessita, para a implantação das técnicas do toyotismo, agregar o controle e gestão da qualidade no próprio processo de produção às operações realizadas pelo trabalhador, além do encargo de observação e orientação da manutenção cotidiana das máquinas, resultando na redução hierárquica

entre as funções e os cargos de chefia diretamente ligados ao chão de fábrica, pois os métodos de controle do trabalhador se fazem no próprio processo de produção com a introdução de uma série de procedimentos e ferramentas que dão viabilidade e suporte ao sistema. (FIGARO, 2001, p. 89)

Essas mudanças introduzidas produzem um novo trabalhador, distinto daquele que era necessário ao modelo fordista. Suas relações no trabalho, mas também fora dele, são afetadas por essa nova realidade. Figaro (2001) demonstra que o mundo do trabalho é a mediação principal na maneira como os sujeitos se relacionam com os meios de comunicação, colocando em xeque a orientação clássica dos Estudos de Recepção latino-americanos. São essas constatações que demonstram a validade de pensar a centralidade das atividades de comunicação e trabalho no mundo contemporâneo.

Se no contexto global da produção capitalista há um conjunto de mudanças para tentar superar as crises de acumulação de capital, no nível da produção há uma forte reorientação dos processos de produção e das relações humanas, tanto no trabalho quanto fora deste. Diante disso, podemos agora considerar as peculiaridades contidas em nossa pesquisa, encontradas em experiências de autogestão em fábricas recuperadas por trabalhadores. A autogestão não é uma experiência nova, embora atualmente ela tenha retornado com maior notoriedade, especialmente no caso latino-americano, a partir da segunda metade da década de 1990. As razões para o aumento são diferentes em cada país, mas no todo formam um conjunto de reações aos problemas gerados com as mudanças no mundo do trabalho de que tratamos. O que de fato ocorreu é que, se por um lado o novo modelo produtivo global garantiu um alívio temporário aos países capitalistas centrais, em casos como o latino americano produziu uma intensificação na precarização do trabalho e um forte impacto nos mercados

nacionais. No caso brasileiro, com a abertura dos mercados desde os primeiros anos da era Collor e a efetiva implementação do neoliberalismo nos anos FHC, o parque fabril nacional foi fortemente impactado pela entrada massiva do capital internacional. Isso teve pelo menos duas consequências distintas: por um lado gerou a incorporação de pequenas empresas pelas multinacionais e, por outro, reascendeu as ocupações de massas falidas de fábricas pelos trabalhadores e a sua posterior organização como fábrica autogestionada.

O nosso objeto se inscreve no segundo caso, uma vez que se interessa pelas relações de comunicação em ambientes produtivos autogestionados. Aqui podemos partir das condições de produção amplas dessas relações, que acabamos de desenvolver, para as suas condições de produção restritas, isto é, para o nível da atividade concreta de trabalho, onde as relações de comunicação existem concretamente. Aqui devemos retomar as questões que abrem esse tópico, isto é, das contribuições da ergologia da atividade para a constituição do objeto comunicacional.

A ergologia engloba um conjunto de debates e formulações teóricas que tem como propósito uma mudança qualitativa nas relações de trabalho. Um desses debates diz respeito às normatizações da atividade de trabalho e as resistências/adaptações realizadas pelos trabalhadores na situação concreta de trabalho, sendo uma consequência direta da separação entre a concepção e realização do trabalho.

O foco nos usos de si para a atividade de trabalho. Ao contrário da concepção do trabalho sempre repetitivo, a ergologia defende que na atividade o sujeito³ se confronta com uma experiência sempre nova, diante da qual precisa encontrar

3 O uso da designação sujeito aqui é uma opção nossa. Schwartz não usa a terminologia por considerá-la desgastada – portanto inadequada – pelas diversas correntes de pensamento que fazem uso dela. Para se referir ao indivíduo em situação de trabalho ou nas relações sociais, o autor usa a expressão *corpo-si* (do francês *corps soi*).

soluções que levem em consideração as normas, o trabalho real e a sua própria experiência. O debate de normas – ao qual se dedica estudar a ergologia – parte da análise das situações de trabalho para confrontá-las com a prescrição e criar soluções negociadas. Isto quer dizer que, assim como observamos já nos estudos sobre o discurso, podemos reafirmar que o ser social é um sujeito de escolhas, mesmo nas situações aparentemente mais mecanizadas.

Como observamos, o trabalho é produto e produtor do gênero humano e que esta atividade está acompanhada da comunicação. E é no nível da atividade que podemos observar as mudanças mais sutis desses aspectos constitutivos, de onde buscamos o apoio da ergologia. Seguindo as orientações metodológicas dessa linha de pensamento, a prática científica deve situar o objeto de estudo no contexto imediato da atividade, o que chamamos anteriormente de condições de produção restritas da comunicação. São objeto de interesse, portanto, as mudanças tecnológicas, as reorientações dos processo produtivos, as relações de comunicação entre os níveis hierárquicos das organizações etc. Nossa pesquisa abarca todo esse conjunto de questões, pois além de comportar as implicações advindas das condições de produção amplas dos processos de produção globais (representada pela passagem do fordismo ao toyotismo), comporta também mudanças significativas nas condições de produção restritas, especialmente no que diz respeito às relações de comunicação, uma vez que nos debruçamos sobre as experiências de autogestão.

Um dos pressupostos de uma organização autogestionada é uma mudança nas relações de comunicação da organização. Se considerarmos que a sobrevivência das organizações em uma economia capitalista, encontraremos, mesmo nas experiências de autogestão, uma forte adaptação ao modelo produtivo toyotizado. Mesmo aquelas experiências onde se observa uma maior resistência do ponto de vista político e onde existe um debate de enfrentamento da ordem capital, como é

o caso da Fábrica Flaskô, no município paulista de Sumaré, a produção é feita por demanda – uma característica do toyotismo. Esse é um dos exemplos dos limites impostos pelas condições de produção amplas do capital. Para avançar na formulação dos problemas, devemos agora abordar alguns aspectos da economia política que podem contribuir para a compreensão desse problema.

Economia política, comunicação e trabalho

Ao longo de sua obra, Marx se ocupou de desvelar o capitalismo, expondo seus mecanismos e seus efeitos sobre o funcionamento das sociedades modernas. O ponto chave, detectado por ele, a partir do qual sua inteira análise se ergue, é a mercadoria. Pela análise da mercadoria se inicia sua mais importante obra, O Capital, que serve de fundamento à crítica da economia política. Ao longo do séc. XX, conforme podemos verificar a partir de Herscovici, Bolaño e Mastrini (DATA DA PUBLICAÇÃO), uma longa tradição de pensadores de linha mais ou menos próxima ao marxismo contribuiu para a formação do campo de estudos que hoje se estrutura pela insígnia Economia Política da Comunicação. De forma resumida, seguindo os autores (idem, p. 1 e 2), trata-se de uma linha de investigação

interessada, essencialmente, no estudo das relações de poder que se expressam no sistema econômico, na cultura e nas suas interações. O papel dos meios no processo de acumulação de capital, o problema das classes sociais, os meios e a legitimação da estratificação social, a relação entre produção material e produção intelectual constituem a base analítica da Economia Política da Comunicação.

Observa-se um leque ampliado de possibilidades investigativas a partir dessa descrição, dentre as quais escolhemos nos ater àquelas que dialogam com o

trabalho desenvolvido no âmbito do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho. Notadamente, o tema trabalho faz parte das preocupações de estudiosos da Economia Política da Comunicação, como podemos observar no já mencionado trabalho em que Herscovici (idem, p. 7-8) escreve:

Na linha da escola francesa da economia da comunicação e da cultura (Huet, 1978), Herscovici (1994) realiza uma análise a partir das categorias de trabalho concreto e trabalho abstrato, mostrando que existem modalidades específicas e parciais de inserção do trabalho intelectual e artístico nos processos de produção. Este tipo de produto se valorizaria essencialmente a partir do trabalho concreto que lhe é aplicado e isto explica sua valorização intrinsecamente aleatória, não sendo possível explicar seu preço a partir da quantidade de trabalho abstrato, ou seja, de trabalho socialmente necessário. A valorização do trabalho intelectual e artístico se explicaria, assim, a partir de uma lógica “extra-econômica” ligada às modalidades sociológicas de acumulação do capital simbólico no seio do campo de produção (cf. Bourdieu, 1977). Bolaño (1993), ao contrário, não aceita a tese da "valorização a partir do trabalho concreto" e afirma, com Zallo (1988) que a aleatoriedade não reside na produção do valor, mas na sua realização, lembrando ainda que, se a contribuição de Bourdieu é fundamental para a análise da arte como campo de produção, ela é insuficiente para explicar o funcionamento das indústrias culturais. Todos concordam, de qualquer forma, com a idéia de que a subsunção limitada do trabalho no capital nessas indústrias é que lhes dá sua especificidade.

Soma-se aos trabalhos já citados o importante trabalho de Marcos Dantas (2007), em que o autor examina o trabalho operário em uma fábrica e propõe tanto uma metodologia de análise semiótica das situações de trabalho, quanto derivando daí a gênese da informação mercadoria, a partir da qual apresenta uma análise ampliada das relações na sociedade. O trabalho tem o mérito de avançar sobre outros setores da economia que não o da indústria cultural, como fazem os autores já citados, o que amplia sobremaneira as possibilidades de campo investigativo da Economia Política. Como anuncia o autor (idem, p. 9) na abertura de seu artigo

Em qualquer indústria, os processos de trabalho tornaram-se, no capitalismo avançado, essencialmente semióticos, isto é, o trabalhador, ao longo da cadeia produtiva que vem desde a engenharia até o ajuste e controle das máquinas, é empregado para processar informações às quais pode atribuir significados relacionados às suas situações concretas de trabalho. A compreensão desse processo ajuda a entender o conceito marxiano de trabalho concreto e pode contribuir para uma melhor compreensão da natureza do capitalismo informacional que emerge neste início de século.

Em que pese a polêmica afirmação do autor sobre a supressão da mercadoria no capitalismo informacional, da qual discordamos⁴, observa-se a presença do tema trabalho no conjunto do desenvolvimento da Economia Política, com o qual é estabelecer um importante diálogo para compreender o binômio teórico que

4Cf. Dantas (2007, p. 45): “O *capital-informação* (Dantas, 1999; 2001a; 2001b; 2003; 2006), ou *cognitivo* (Azaïs et al. 2001), consumou aquele processo, já identificado por Marx, de apropriação, pelo capital, do valor de uso do trabalho ao incorporar em si o trabalho ele mesmo. O capital, esta contradição em processo, chegou a um estágio no qual anulou o valor de troca da mercadoria, logo a mercadoria como tal.” Teremos a possibilidade de tratar do assunto em outro momento. A limitação de espaço e a finalidade deste artigo não permitem tal desenvolvimento.

intentamos compreender. De fato, toda a análise da mercadoria e das sociedades capitalistas realizadas por Marx se estruturam sobre uma aguçada análise do trabalho, aparecendo como uma questão importante de ser estudada pela economia política.

Entretanto, apesar da importância dada por Marx ao trabalho, a incidência do tema nos estudos da Economia Política da Comunicação brasileiros é bastante localizada e por vezes passa por longos períodos de silêncio⁵. Somente recentemente o tema voltou à tona, em especial pelas publicações do professor da Universidade de Westminster, Cristhian Fuchs⁶, que suscitaram a retomada do tema por parte de alguns dos pensadores brasileiros. Em artigo recente, Bolaño e Vieira (2013, p. 10-11) polemizam com as proposições de Fuchs:

De acordo com o autor, a empresa exploraria os usuários de duas formas. Primeira: o conteúdo produzido pelos usuários seria matéria-prima para a indexação feita pelo buscador. Sem esse conteúdo “gratuito” gerado pelos usuários de internet, o Google não poderia realizar buscas. A segunda forma seria o monitoramento do uso que os usuários fazem das ferramentas dispostas como, por exemplo, o próprio buscador ou um site de redes sociais. Quando um indivíduo utiliza algum dos serviços, garante à empresa a possibilidade de captar suas informações 19. Na verdade não se trata de

⁵É necessário fazer aqui um esclarecimento: o tema trabalho tem estado presente nos estudos desenvolvidos pelo Centro de pesquisa em Comunicação e Trabalho desde sua proposição, em 2001, pela coordenadora do CPCT, profa. Dra. Roseli Figaro. Entretanto, o Centro está voltado para diversos aspectos do binômio Comunicação e Trabalho e, por isso, não o classificamos como produções do âmbito da Economia Política da Comunicação. Os próprios estudos que originaram esse grupo de pesquisa estão vinculados aos Estudos de Recepção.

⁶Fuchs têm uma variedade de escritos dirigidos à temática a comunicação e do trabalho, em especial ao trabalho com informação, internet etc. Dentre os livros do autor dirigidos à temática, estão os livros *Internet and Society: Social Theory in the Information Age Digital*, lançado em 2008 e *Labour and Karl Marx*, lançado em 2014,

duas formas, mas sim de um único mecanismo de captura da subjetividade coletiva.

A empresa, através da sua ferramenta mais poderosa da empresa, seu buscador, utiliza toda a informação produzida pelos usuários, não só o conteúdo produzido por eles voluntariamente na rede, mas também os rastros que deixam na sua navegação, para construir, ao final, a mercadoria audiência que vende no mercado anunciante. E, sobretudo, não se trata de exploração, posto que não há trabalho produtivo no sentido próprio do termo, na atividade daquilo que o autor chama de “prosumidor”.

A polêmica indica uma possível retomada em direção ao tema, o que favorece uma reaproximação da Economia Política brasileira dos estudos desenvolvidos em torno do binômio Comunicação e Trabalho. Dadas as condições de produção do capitalismo em que estamos, observamos que as ciências da comunicação têm uma importante contribuição a dar para compreender o atual estágio desse modo de produção, entrecruzando perspectivas de estudo com foco na dialética da relação capital x trabalho nos diversos setores produtivos da sociedade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Antunes, R. (2009). *Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho*. São Paulo: Boitempo.
- Antunes, R. (2011) *Adeus ao trabalho? Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho*. (15ª ed.) São Paulo: Cortez.
- Bolaño, C., & Vieira, E. (2013). Economia Política da Internet: sites de redes sociais e luta de classes. In: *Anais do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Manaus.
- Dantas, M. (2007). Os significados do trabalho: produção de valores como produção semiótica no capitalismo informacional. In: *Trabalho, Educação e Saúde*, 5 (1), 9-50.
- Engels, F. (2004). Sobre o papel do trabalho na transformação do macaco em homem. In: Antunes, R. (org.). *A dialética do trabalho*, (pp. 11-28). São Paulo: Expressão Popular.
- Engels, F. E. & Marx, K. (1991). *A Ideologia Alemã*. São Paulo: Hucitec.
- Figaro, R. (2001). *Comunicação e Trabalho: Estudos de recepção: o mundo do trabalho como mediação da comunicação*. São Paulo: Anita Garibaldi.
- Figaro, R. (2008, mar./jun.). Atividade de comunicação e de trabalho. In: *Revista Trabalho, educação e saúde*, 6 (1) São Paulo: Fiocruz.
- Figaro, R. (2012). *Comunicação e trabalho: abordagem teórico-metodológica para os estudos em comunicação*. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes, Tese de livre docência.

Herscovici, A. (2000). Economia política da comunicação e da cultura, uma apresentação. In: M. I. Vassallo de Lopes, D. Frau-Meigs & M. S. Tauk dos Santos (orgs.). *Comunicação e informação: identidades e fronteiras*, (pp. 87-103).

Recife: Intercom Edições Bagaço, Leontiev, A. (2004). *O desenvolvimento do psiquismo*. São Paulo: Centauro.

Marx, K. (1985). *O Capital: crítica da economia política*. (2ª ed.) São Paulo: Nova Cultural.

Schwartz, Y. (2006). Entrevista Yves Schwartz. In: *Revista Trabalho, Educação e Saúde*. 4 (2), 457-466. Rio de Janeiro: Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio/Fundação Oswaldo Cruz.

Schwartz, Y. (2009). O trabalho numa perspectiva filosófica. In: Nozaki, I., *Educação e Trabalho: trabalhar, aprender, saber*. Campinas: Mercado das Letras.

Schwartz, Y., & Dourrive, L. (orgs.) (2010). *Trabalho & Ergologia: conversas sobre a atividade humana*. (2a. ed.) Niterói: Editora da UFF,