

O método da Economia Política e a Crítica da Comunicação: um roteiro

César Bolaño (UFS)

Introdução

O objetivo deste texto é traçar algumas considerações para a crítica da Comunicação, com base no método da Economia Política de Marx, a partir especialmente da leitura da teoria do fetichismo da mercadoria de um de seus intérpretes mais destacados, Isaak Rubin, exposta de modo sumário na primeira parte deste artigo. O recurso a Rubin representa um atalho, que permitirá passar das referidas considerações metodológicas para a formulação, na perspectiva da Crítica da Economia Política, de questionamentos a certas posições, algumas pretensamente marxistas, que circulam no campo da Comunicação hoje. Antes disso, na segunda parte, traçaremos breves considerações históricas visando completar o quadro de análise, lançando mão agora de autores como Furtado, Sohn-Rethel e o próprio Marx.

Na terceira parte não será realizada a crítica em extenso da Comunicação, mas apenas o levantamento de uma série de temas, indicando como eles podem ser tratados seguindo a linha de raciocínio apresentada antes. Mais do que conclusões, chegar-se-á a uma espécie de programa de pesquisas destinado a confrontar as leituras atuais, hegemônicas ou alternativas, dos fenômenos comunicacionais, na perspectiva da Crítica da Economia Política, aplicada aos campos da Informação, da Comunicação da Cultura e do Conhecimento.

Embora se trate de uma análise ainda preliminar, relaciona-se a um esforço de crítica teórico-epistemológica iniciado recentemente, parte de um desenvolvimento bem mais antigo, realizado desde os anos 90 do século passado no campo da Comunicação no Brasil por um grupo de autores que se identifica como Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPC). Em todo caso, trata-se de um problema de grande magnitude, fundamental para a compreensão do atual momento histórico, de expansão das tecnologias da informação e da comunicação (TIC) e especialmente da Internet, ainda insuficientemente discutido no campo do marxismo.

1. Economia mercantil capitalista, materialidade e forma social

Como mostra Rubin, a distinção entre processo técnico-material de produção e a sua forma social constitui a base da teoria econômica de Marx e a chave para a sua compreensão. “Essa distinção, ao mesmo tempo, define o método da Economia Política enquanto ciência social e histórica” (Rubin, 1928, p. 15), método cujo caráter

lógico-genético Belluzzo explicita com clareza ao falar do significado da definição da **economia mercantil simples** como ponto de partida para a análise do capitalismo:

O método tem a vantagem, não só de possibilitar o estudo da troca “em estado puro” (...) como, também, de permitir que as categorias capitalistas apareçam como formas historicamente modificadas de sociedades econômicas anteriores. O percurso da análise não é apenas lógico, senão eminentemente genético (Belluzzo, 1980, p. 78).

Esse método lógico-genético segue uma trajetória de exposição das categorias econômicas de complexidade crescente, entendidas como abstrações teóricas de relações sociais de produção concretas, que vinculam pessoas necessariamente através de coisas, de modo que “a coisa desempenha uma função social específica e adquire uma particular forma social que corresponde ao dado tipo de relação de produção” (Rubin, 1928, p. 49). Ao longo da exposição vão-se explicitando as características de um sujeito – a “sociedade burguesa moderna” – que está presente desde o início, “na realidade efetiva e no cérebro”, como “suposto sociológico concreto” (idem, p. 16).¹

O mercado é, como bem notou o autor, uma “espessa rede de relações de produção” (idem, p. 23). Ainda sobre o problema das relações entre matéria e forma, nos marcos de uma economia mercantil simples, afirma:

Embora nosso produtor de mercadorias (...) não possa de maneira alguma livrar-se da espessa rede de relações de produção indiretas que o vinculam a todos os membros da sociedade, ele não está vinculado de antemão por relações de produção diretas com determinados indivíduos. Essas relações de produção não existem de antemão e se estabelecem através da transferência de coisas de um indivíduo para outro. Assim, elas não têm apenas um caráter social, mas também material (idem, p. 29).

Assim, as coisas (os objetos, como as categorias da economia política) assumem uma “dupla essência”: material (técnico-natural, ligada ao processo de produção) e funcional (ligada à forma social), o que implica que o movimento das coisas tem também um duplo significado: a troca das coisas (seu movimento no processo de produção material), o que corresponde ao aspecto objetivo-material de reprodução das forças produtivas, e a transformação da forma socioeconômica das

¹ Nas palavras de Marx, “O método que consiste em elevar-se do abstrato ao concreto não é senão a maneira de proceder do pensamento para se apropriar do concreto, para reproduzi-lo como concreto pensado. Mas esse não é de modo algum o processo de gênese do próprio concreto (...) O sujeito real permanece subsistindo, agora como antes, em sua autonomia, fora do cérebro, isto é, na medida em que o cérebro não se comporta senão especulativamente, teoricamente. Por isso também, no método teórico [da economia política], o sujeito – a sociedade – deve figurar sempre na representação como pressuposição” (Marx, 1857, p. 116-7).

coisas, o que corresponde às relações de produção entre as pessoas através das coisas.²

Interessa entender a **troca** aqui, não como fase do processo de reprodução do capital industrial, como no livro segundo d'O Capital (o que remeteria para outras questões), mas no sentido mais geral de “forma social da reprodução”. Ao contrário de uma economia organizada, em que a divisão social do trabalho é determinada pela ação consciente dos indivíduos e grupos que exercem o poder econômico – que de resto não se separa do poder político –, a economia mercantil se caracteriza por uma forma de **regulação indireta** da distribuição das coisas e dos indivíduos entre os ramos de produção. As relações sociais de produção, numa economia mercantil, são sempre relações de troca.

Fora da troca fica a esfera privada em que o indivíduo exerce a sua soberania sobre a coisa, reduzida a puro valor de uso. No caso especial da mercadoria força de trabalho, cuja utilidade é produzir valor, o **consumo** é produtivo, mas trata-se ainda da esfera privada em que o capitalista, no caso, exerce a sua soberania e o trabalhador, tendo vendido a sua força de trabalho, deve submeter-se ao comando do primeiro. A relação de exploração apresenta-se, assim, como relação de dominação e de controle sobre o corpo e a mente do trabalhador. A ideia de democracia aqui não se aplica. Ainda que a relação seja estabelecida por contrato e regulada por lei, a empresa será sempre o feudo do capitalista, seu espaço privado, de liberdade, sobre o qual os controles do Estado estarão sempre sujeitos a um limite.

Essa combinação, característica do capitalismo, entre anarquia da produção, no concernente às relações intercapitalistas, e controle despótico dos processos produtivos pelos capitais individuais decorre do fato de que a aparência (da circulação geral das mercadorias, com seus atributos de igualdade e liberdade individual) não é apenas aquilo que mascara a essência (da exploração e da dominação capitalista), mas trata-se da **relação social de produção primordial**, como insiste Rubin. Para o autor, com a teoria do fetichismo da mercadoria, que ele define como “teoria geral das

² “Sem a presença de determinados objetos nas mãos de determinados indivíduos, esses indivíduos não entram na relação de produção de troca um com o outro. Mas, inversamente, a transferência das coisas não pode ocorrer se os seus possuidores não estabelecem relações de produção particulares, de troca. [Numa economia mercantil, o] processo de produção material, por um lado, e o sistema de relações de produção entre as unidades econômicas individuais, privadas, por outro, não estão ajustados um ao outro de antemão. Eles devem ajustar-se em cada etapa, em cada uma das transações isoladas em que se divide formalmente a vida econômica. Se isso não ocorrer, eles inevitavelmente divergirão e desenvolver-se-á um hiato dentro do processo de reprodução social” (Rubin, 1928, p. 31).

relações de produção na economia mercantil-capitalista” (op. cit., p. 16), “Marx não mostrou apenas que as relações humanas eram encobertas por relações entre coisas, mas também que, na economia mercantil, as relações sociais de produção assumem inevitavelmente a forma de coisas e não podem se expressar senão através de coisas” (idem).

Há uma contradição aparente entre a determinação da forma social das coisas pelas relações de produção entre as pessoas (**reificação**) e a determinação das relações de produção individuais entre as pessoas pela forma social das coisas (**personificação**) que se resolve, segundo o autor, assim:

A forma social das coisas só condiciona os vínculos de produção individuais entre pessoas específicas porque a própria forma social é expressão de vínculos de produção sociais. A forma social das coisas aparece como uma condição para o processo de produção, dada de antemão, pronta e permanentemente fixada, somente porque aparece como o resultado congelado, cristalizado, de um processo social dinâmico em constante fluxo e modificação. Desta maneira, a aparente contradição entre a “reificação das pessoas” e a “personificação das coisas” se resolve no dialético e ininterrupto processo de reprodução (Rubin, 1928, p. 38-9).

Mas apenas este segundo aspecto “permanece na superfície da vida econômica e pode ser diretamente observado” (idem). A reificação é o “resultado heterogêneo de uma massa de transações, de ações humanas depositadas umas sobre as outras” que se realiza “às costas” das pessoas. “Somente através de uma profunda análise histórica e socioeconômica Marx conseguiu explicar este aspecto do processo” (idem). Este é o “**nexo imanente**”, o elemento esotérico, que o método lógico-genético de Marx tem a capacidade de descobrir. A economia vulgar, ao contrário, limita-se a analisar o aspecto externo, exotérico, a superfície dos fenômenos.

Deriva-se da teoria do fetichismo da mercadoria, por certo, uma complexa teoria da alienação, ou da formação da ideologia, que não é matéria deste trabalho. O interessante aqui é justamente a **crítica da economia política**, que constitui o cerne do problema. Rubin coloca a questão mais uma vez nos termos da relação entre matéria e forma social, apontando que os **economistas vulgares**

consideram as categorias materiais como dadas, “condições” prontas do processo de produção que afetam as motivações dos produtores e estão expressas em suas consciências; não examinam o caráter dessas categorias materiais como resultados do processo social (...) Assim, as relações de produção entre as pessoas parecem depender da forma social das coisas, e não o oposto. Os economistas vulgares, que não compreenderam que o processo de “personificação das coisas” só pode ser entendido como

resultado do processo de “reificação das relações de produção”, consideram a característica social das coisas (valor, dinheiro, capital etc.), como características naturais que pertencem às próprias coisas (...) Esta é a causa do **fetichismo da mercadoria**, característico da economia vulgar e do modo de pensar comum aos participantes da produção, que se acham limitados pelos horizontes da economia capitalista (idem, p. 40).

O objeto da economia política é a totalidade das relações de produção próprias da economia mercantil capitalista. Isto pressupõe certas condições do processo material de produção e dos fatores técnicos que o compõem. O erro da economia vulgar é a transformação desse pressuposto em objeto de estudo. Para isso, utilizam-se de um método analítico “grosseiro”, que considera as diferenças de forma “apenas em seu aspecto material” (Marx, 1849, p. 313; Rubin, 1928, p. 55).

2. Lógica mercantil, poder e forma cultural

Considerando por um instante a divisão da sociedade em três classes sociais (capitalistas, trabalhadores e proprietários de terra), cada uma delas é definida pela propriedade de um dos elementos materiais necessários à produção (objetos de trabalho, trabalho e terra), reduzidos todos eles a coisas (capital, força de trabalho e terra como objeto de compra e venda). Cada agente individual se caracteriza como proprietário de uma mercadoria e a relação entre eles só ocorre na base da troca dessas mercadorias. O processo de produção só é possível porque o capitalista concentra uma quantidade suficiente de capital que lhe permite comprar o direito de uso da terra e da força de trabalho.

Ao estudar as categorias mais simples do modo capitalista de produção, vigentes na produção mercantil, a mercadoria e o dinheiro, pusemos em evidência o caráter mistificador que transforma as relações sociais (...) em propriedades dessas coisas mesmas (mercadoria) e que de maneira ainda mais acentuada converte em coisa (dinheiro) a relação mesma de produção. Todas as formas de sociedade, ao chegarem à produção de mercadorias e à circulação de dinheiro, participam dessa perversão. E esse mundo enfeitado e invertido desenvolve-se ainda mais no sistema capitalista de produção e com o capital, que constitui a categoria dominante do sistema, a relação dominante de produção (Marx, 1894, p. 949).

Todas as relações aparecem reificadas porque as coisas (capital, força de trabalho, terra como objeto de compra e venda) assumem já um caráter não apenas material, mas também funcional, de forma cristalizada, naturalizada, fruto de um processo histórico em que a lógica do intercâmbio mercantil acabou

por consolidar-se como a relação social de produção primordial, nos termos de Rubin, de modo que a regulação social se dá de forma indireta, como regulação mercantil.

Do ponto de vista histórico, trata-se de uma configuração particular em que as duas formas básicas de apropriação do excedente, segundo Celso Furtado, a saber, “a forma *autoritária*, que consiste na extração de um excedente mediante a coação (...) e a forma *mercantil*, ou seja, a captação do excedente no quadro de operações de troca ou intercâmbio” (Furtado, 1977, p. 32-3),³ coexistem, pela primeira vez, excetuando-se as cidades-estados, sob hegemonia da segunda. Em todas as épocas, essas duas lógicas de organização social “não somente coexistiram, como via de regra foram complementares” (idem, p. 34). O que variou consideravelmente, segundo o autor, “em função das condições históricas particulares a cada formação sócio-política imperial” foi **“o papel da classe mercantil na utilização final do excedente e sua influência como foco cultural”** (idem).

Com a Revolução Industrial, para ir direto ao ponto, a lógica mercantil chega a impor-se no próprio mundo da produção e assim, podemos dizer, o conceito, a “economia mercantil capitalista”, nos termos de Rubin, encontra a sua forma adequada, sob o modo de produção especificamente capitalista. Com isto, as formas anteriores de existência do capital (mercantil) se verão subordinadas, na condição de fases particulares, à circulação geral do capital industrial.

O interesse em trazer Furtado a esta discussão é pela ênfase que dá ao aspecto cultural do processo. O mesmo fundamento aparece em Marx, quando este esclarece que o ponto de partida histórico da sua investigação é “a produção dos indivíduos determinada socialmente”, em contraposição às “robinsonadas” dos “profetas do século XVIII sobre cujos ombros se apoiam inteiramente Smith e Ricardo”, ao contrário dos “historiadores da civilização e especialmente Rousseau (...) que procederam a uma naturalização do indivíduo típico daquele momento, entendido,

³ A classificação é comparável com a de Sohn-Rethel, entre as sociedades de apropriação unilateral e recíproca. Ambas se distinguem das sociedades “de produção”, como o autor define as sociedades sem classes. As sociedades que se definem essencialmente como “de apropriação”, entendido este termo “no seu sentido intra-humano ou intra-social, isto é, como apropriação dos produtos do trabalho por parte dos que não trabalham” (Sohn-Rethel, 1989, p. 83), são divididas em duas categorias: as de “apropriação unilateral” do excedente, levando a “múltiplas formas das ‘relações de domínio e servidão’, para usar a expressão de Marx” (idem), e as de “apropriação recíproca” ou de intercâmbio, que “se referem às diversas formas de produção de mercadorias” (idem, p. 84).

não como resultado histórico, mas como ponto de partida da história, “indivíduo conforme à natureza” (Marx, 1857, p. 103).

Essa ilusão é compreensível, visto que, na sociedade burguesa da livre concorrência do século XVIII, “as diversas formas do conjunto social passaram a apresentar-se ao indivíduo como simples meios de realizar seus fins privados, como necessidade exterior” (idem, p. 104). Nessas condições é que se pode pensar a sociedade e a história do ponto de vista do indivíduo isolado, justamente quando as relações sociais são mais desenvolvidas.

Uma sociedade de indivíduos livres e iguais, todos proprietários privados de mercadorias, que se defrontam no mercado nessa condição e nessa condição se reconhecem uns aos outros como livres e iguais, é a ilusão da ideologia burguesa que fundamenta a velha Economia Política e a teoria do Estado liberal, cujas características básicas a definição da economia mercantil simples recolhe, explicitando a aparência do modo de produção capitalista, ponto de partida daquele movimento de elevação do abstrato ao concreto em que a realidade do sistema vai se desvelando.

A lei do valor é definida primeiro no nível dessa aparência do sistema, que é a economia mercantil simples. Assim, “o trabalho concreto, criador de valores de uso, é deslocado para uma posição subordinada. Atividade natural e eterna, intercâmbio entre homem e natureza, torna-se mero instrumento do trabalho social, cuja sociabilidade não é dada de antemão, mas resulta da troca e, por isso, seu produto, a mercadoria, exprime-se como valor” (Belluzzo, p. 80-1). Essa redução do trabalho a trabalho abstrato deixa claro que não estamos tratando de uma economia pré-capitalista historicamente determinada, pois se assim fosse, estaríamos ainda no reino do trabalho concreto e da produção de valores de uso.

Não obstante, não se trata ainda do **modo de produção capitalista**, pois este se estabelece justamente, logicamente, como subversão da lei do valor, o que ocorre com o aparecimento do capital, um agente que se serve da lei, atuando, no interior do processo geral de circulação das mercadorias, de acordo com uma lógica inversa à dos simples indivíduos, proprietários de mercadorias, para os quais o objetivo final da troca é ainda a satisfação de necessidades de consumo. Não se trata de violação da lei, mas da sua aplicação.

É a generalização da produção mercantil que transforma a lei do valor em lei de valorização do capital. Todo o modo de produção se organiza então para garantir

aos capitalistas individuais, liberdade de ação em troca de um desenvolvimento inapelável das forças produtivas, subordinado apenas às necessidades da acumulação do capital. Nessas circunstâncias, a lei do valor torna-se “a lei fundamental do movimento do modo capitalista de produção, enquanto lei que define a especificidade desse movimento, em oposição aos modos de produção anteriores” (Belluzzo, 1980, p. 89).

3. Economia Política da Comunicação revisitada

Vale notar que, a respeito da divertida crítica de Marx das robinsonadas, citando o conceito de *zoon politikon* de Aristóteles para rir-se das “banalidades” de Bastiat, Carey ou Proudhon, no início da *Introdução*, referida acima, o autor introduz a ideia de **determinação social da linguagem**, da sua construção coletiva, historicamente determinada. A comunicação é, assim, uma ferramenta que permite a esse “animal que só pode isolar-se em sociedade”, exercer o seu domínio sobre a natureza e os outros homens. Ferramenta a serviço da política e da produção das condições materiais e espirituais da vida em sociedade. Não cabe entrar aqui na análise das homologias entre linguagem, trabalho e mercado, que um autor fundamental como Ferruccio Rossi-Landi (1968), apresenta da forma mais rigorosa. Trabalho e linguagem constituem o pressuposto antropológico que define o humano, cujo desenvolvimento, dizia Rubin, referindo-se apenas ao primeiro, “determina em última instância todo o desenvolvimento da sociedade” (op. cit., p. 13).

Justifica-se, assim, em todo caso, uma teoria marxista da linguagem, mas também uma **teoria marxista da comunicação**, como aquela proposta por Bolaño (2000), fortemente influenciada, no que se refere à sua construção metodológica, pelo chamado método da derivação das formas, desenvolvido no célebre debate alemão sobre a derivação do Estado dos anos 1970.⁴ Tratava-se de responder a uma questão originalmente formulada por Dallas Smythe (1977), fundador da EPC de língua inglesa, que considerava, numa fórmula que teve forte impacto no campo, a comunicação, o “buraco negro do marxismo ocidental”.

No contexto da derivação da Indústria Cultural a partir da categoria mais simples e mais abstrata, **informação**, definida já no nível aparential, da economia mercantil simples, a categoria **mediação**, que define o campo teórico da

⁴ Ver especialmente Holloway e Picciotto (1977)

Comunicação, como o autor precisará posteriormente (Bolaño, 2015), recebia uma definição articulada com a categoria **subsunção** de Marx, perscrutando as especificidades do trabalho cultural, dos limites à sua subsunção e do que isto significa em termos da dupla contradição (capital-trabalho; economia-cultura) envolvida na organização da produção cultural sob o Capitalismo Monopolista, enfim, da produção generalizada dos bens culturais como mercadoria, cumprindo a dupla função econômica a que se refere Garnham (1990), estudando o mesmo objeto: produção capitalista de bens simbólicos e publicidade.

A solução é extensa, não cabe retomá-la aqui. Basta dizer que, no que nos interessa, a coisa que assume a função de mediação, subsumindo trabalho cultural/intelectual, a Indústria Cultural, está em **transição** e que a tendência atual é a da consolidação de outro mecanismo de mediação que confere função social particular a outra coisa: **a rede**. A ideia de uma “sociedade em rede” popularizou-se, no campo da Comunicação, em especial, a partir dos trabalhos de Manuel Castells. Uma boa crítica, na linha da EPC, é feita por Lopes (2008). Aqui importa apenas definir a rede, mais especificamente a Internet, nosso objeto de estudo privilegiado, na linha do que foi dito anteriormente, como coisa personificada, que assume função social específica, expressando relações sociais de produção que ficam assim materializadas.

3.1. A rede: materialidade e forma social.

A rede é frequentemente definida como comunidade, carregando consigo todas as ilusões que esse conceito envolve. Seria melhor identificá-la a uma espécie de mercado, em que certas relações de intercâmbio se estabelecem, promovendo um tipo particular de relações sociais de produção indiretas, mediadas por coisas, não simplesmente pela própria rede, mas por uma série de coisas que ela abriga, do comércio eletrônico às diferentes indústrias culturais, dos grandes oligopólios aos produtores independentes, ao escambo, da economia formal à ilegal, daquela baseada na normatização dos direitos de autor às formas alternativas ou irregulares de consumo cultural, inclusive a pirataria etc. Tudo isto constitui a sua **materialidade**.

As coisas que se transferem podem ser bens materiais, dinheiro ou informação. A forma como são transferidas varia, mas a lógica global é sempre

mercantil.⁵ Na verdade, há muitos mercados na rede e muitos mercados no mundo que se utilizam da rede. Por outro lado, ela é também o espaço para todo tipo de trocas simbólicas entre os indivíduos, o que lhe confere um potencial tanto organizador (de movimentos sociais, por exemplo) como de controle sobre os indivíduos e grupos sociais. Em todo caso, ela se apresenta, seja no campo das relações propriamente mercantis, seja no das trocas simbólicas, como elemento de **mediação**. Essa é a **forma social** da rede.

A teoria da mediação corrente no campo da Comunicação na América Latina tem se mostrado insuficiente, quando não inadequada, para lidar com o problema, pois elimina o terceiro elemento, justamente a figura do mediador, localizando a mediação na própria recepção, frente a uma Indústria Cultural cuja capacidade de manipulação fica assim relativizada.⁶ Na opção representada pela EPC acima citada, ao contrário, a Indústria Cultural funciona como mediador social na medida em que subsume trabalho cultural. Não se trata de reafirmar a autonomia da recepção, mas de apontar a dupla contradição acima referida característica desse modelo de mediação, vigente durante o século XX, especialmente no pós-guerra, com a implantação dos sistemas nacionais de televisão de massa.

Com a Internet, por um lado, esse tipo de relação permanece, mas a migração das diferentes indústrias culturais para a rede complexifica a análise microeconômica, na medida em que uma nova camada técnica de mediação se estabelece. Conceitos como economia das redes (Herscovici, 2011), ou clube (Tremblay, 1995), que remetem para o tema da gratuidade e das mudanças nos mecanismos da publicidade, têm sido desenvolvidos no campo da EPC para dar conta dessa dificuldade. Por outro lado, o caráter amplamente interativo da rede, atraindo massas de indivíduos, cria outros mercados, outras possibilidades, não apenas de exploração publicitária, e outras formas de controle político e também de ação política e organizativa.

De um ponto de vista mais geral, se a implantação da Indústria Cultural, no século XX, significa que a forma capital se apropriou de parte substantiva e crescente

⁵ Estamos falando de lógica global, sem considerar as possibilidades de utilização contra-hegemônica da rede, que existem, são importantes, mas não serão discutidas especificamente nos limites deste artigo. Há extensa bibliografia hoje no campo da Comunicação sobre o tema, em geral marcadas por um otimismo pouco convincente, muitas vezes influenciado por diferentes tipos de determinismo tecnológico. Uma avaliação sóbria dessas contribuições poderia ser feita com base neste artigo, mas não é esse nosso objetivo no momento.

⁶ Para uma apresentação crítica da teoria da mediação corrente na América Latina, na perspectiva da EPC citada, vide Bolaño (2015), op. cit.

da produção simbólica, expondo uma situação em que a cultura fica subsumida na economia, pela subsunção do trabalho cultural no capital (Bolaño, 2000), com todas as graves consequências que isso representa, com a Internet, a partir da sua privatização em 1995, e especialmente após a crise das empresas de tecnologia que marcou a virada do século, ampliando a concentração no setor, ocorre uma generalização daquela forma de regulação indireta que caracteriza uma economia mercantil para muito além das relações puramente mercantis.

3.2. Sobre comunicação e consumo

A sociedade das redes é, portanto, uma sociedade em que a anarquia da produção e a concorrência generalizada entre os indivíduos se naturalizam e adquirem uma capilaridade compatível com as formas mais sofisticadas de controle social, um controle exercido não tanto no âmbito do mundo do trabalho (que permanece submetido basicamente aos mesmos constrangimentos de sempre sob o capitalismo),⁷ mas que atinge de forma avassaladora o indivíduo como consumidor cultural, um passo adiante em relação à transformação do produtor de cultura em consumidor de cultura, que denunciavam os frankfurtianos.

Pode-se dizer, em sentido mais geral, que se trata de um passo adiante também na configuração daquilo que, desde os anos 60 do século passado, vem sendo chamado de sociedade de consumo, expressão perfeitamente aceitável no sentido fraco, de forma assumida pelo consumo numa dada situação, avançada, de organização do capitalismo. Assim, por exemplo, David Harvey (2003) mostra a importância do consumo para a integração da classe trabalhadora do centro nos marcos da hegemonia norte-americana, em contraste com as ultrapassadas teorias racistas dos imperialismos europeus.

A análise de André Granou (1972), por sua vez, sobre capitalismo e modo de vida – que influenciou desenvolvimentos posteriores da escola francesa da regulação, para a qual a ideia de modo de consumo é chave na definição do modo de regulação – deriva-se diretamente de Marx:

⁷ Isto não quer dizer que o mundo do trabalho não se veja afetado pelo desenvolvimento da economia das redes, das tecnologias da informação e da comunicação e da própria Internet. Na verdade, as mudanças nesse âmbito são fundamentais e genéticas (Bolaño, 2002), mas aqui estamos preocupados apenas com aquela relação de produção primordial, a troca, a que se refere de Rubim, como visto anteriormente.

... o objeto não é um objeto em geral, mas um objeto determinado, que deve ser consumido de uma certa maneira, esta por sua vez mediada pela própria produção. A fome é fome, mas a fome que se satisfaz com carne cozida, que se come com faca e garfo, é uma forma muito distinta da que devora carne crua, com unhas e dentes. A produção não produz pois unicamente o objeto de consumo, mas também o **modo de consumo**, ou seja, não só objetiva, como subjetivamente. Logo, a produção cria o consumidor (Marx, 1857, p. 110 – ênfase nossa).

Trata-se de um trecho bastante conhecido, parte de uma discussão mais extensa sobre as relações de engendramento recíproco entre produção e consumo, à qual não cabe voltar aqui, mas que faz parte também dos fundamentos da EPC, pois é o consumo, a variável que liga a Economia Política à Antropologia e aos Estudos Culturais. Toda a problemática da mediação social no capitalismo monopolista passa por essa intersecção e pelo que ela significa em termos de reprodução das relações sociais capitalistas.

Este fato de fundamental importância tem levado, no seio da própria EPC, não obstante, a uma sistemática má interpretação, que dilui a diferença entre trabalho e consumo, de forma totalmente alheia à obra de Marx, mas que se apoia muitas vezes no fundador da EPC de língua inglesa, Dallas-Smythe (1977), cujo discípulo Christian Fuchs, retoma hoje a ideia de “trabalho da audiência” para analisar fenômenos como o Google ou o Facebook. Não vamos entrar aqui no debate, mas parece óbvio que o equívoco decorre da ânsia por uma solução rápida, desconsiderando mediações teóricas sem as quais a forma social não pode ser adequadamente particularizada.⁸

3.3. Para a crítica do material e do imaterial

Equívoco semelhante é promovido no Brasil em trabalho recente de Marcos Dantas (2013). Neste caso, a reivindicação do “trabalho da audiência” está alicerçada numa teoria anterior que incorpora certa leitura de Marx, centrada no segundo volume d’O Capital, a uma perspectiva de base cibernética, com uma definição de trabalho relacionada a conceitos como os de entropia, neguentropia, ou de informação num sentido técnico-material (Dantas, 1999).

O enquadramento do conjunto entre os paradigmas do campo da Comunicação passa pela semiótica (Dantas, 2007), de modo que vale para o autor as referências críticas de Muniz Sodré, quando fala do estruturalismo francês das teorias da

⁸ Para uma crítica a Dallas-Smythe, vide Bolaño (2000). Para uma crítica a Fuchs, vide Bolaño; Vieira (2014).

comunicação advindas da linguística saussuriana, para mostrar a afinidade entre a teoria da comunicação e o método estruturalista, comparativo, que utiliza o conceito matemático de estrutura:

Assim, o sistema incorporado pelo campo comunicacional é o mesmo da teoria matemática da informação, de engenheiros como Shannon e Weaver, debruçados sobre o problema da boa transmissão de mensagens, portanto, com questões de codificação, emissão, recepção (Sodré, 2012, p. 20).

O resultado, para simplificar, é que “o código assume o estatuto de lei no campo da comunicação” (idem, p. 21). Assim, o desafio posto pela cibernética não é diferente daquele posto pela semiótica, antes o reforçando.

Vale conferir também as críticas de Martin Barbero ao que define como “paradigma informacional/instrumental”, à teoria matemática da informação e à cibernética. O autor reconhece, por certo, os avanços de um “modelo a partir do qual pensar fecundamente problemas que vão da biologia e a engenharia à medicina” (Barbero, 2002, p. 123), mas denuncia a ilusão de pensar que esse modelo poderia dar conta dos processos sociais de comunicação, entendendo o sucesso que chegou a ter em determinado momento, como fruto da “chantagem cientificista” decorrente do enfraquecimento de um campo abandonado “por um funcionalismo que sobreviveu na maioria das propostas semióticas e inclusive em certo marxismo” (idem, p. 122).

Entendendo a cibernética e afins como ciência dedicada ao estudo dos aspectos técnico-materiais dos processos informacionais, uma crítica marxista como a que propomos neste artigo, diria que o desvio fetichista consiste em transformar esse estudo em objeto da própria Comunicação, quando deveria ser pressuposto. Uma comparação com a crítica de Barbero seria interessante, mas ele próprio nunca esclarece o que entende por “certo marxismo”, o que certamente poderia facilitar o diálogo. Uma crítica geral à formulação teórica de Dantas, na linha aqui proposta, trataria de demonstrar, seguindo as lições de Rubin, o intento de procurar a forma social na pura materialidade.

Uma boa pergunta, por outro lado, a ser respondida em outro momento, seria: não sofreriam do mesmo mal os teóricos do “trabalho imaterial” (Negri; Lazzarato, 2001), do “capitalismo cognitivo” (Moulier Boutang, 2007), do “imaterial” (Gorz, 2003),⁹ nas suas diversas formulações, na medida em que pretendem explicar

⁹ Uma alternativa alinhada com a perspectiva teórica aqui defendida encontra-se na hipótese da “subsunção do trabalho intelectual” (Bolaño, 1995, 2002). No sentido oposto, Santos (2013) adota a versão mais radicalmente objetivista, identificando o suposto caráter imaterial do trabalho com o

mudanças nas relações de produção, tomando por base o critério da materialidade e apoiando-se muitas vezes ainda em conceitos flagrantemente fetichistas e paradoxais, como o de “capital humano”, que Gorz (2003, p. 16) imputa ao próprio Marx, referindo-se ao célebre, mas geralmente mal interpretado trecho sobre o “intelecto geral”, nos Grundrisse (Marx, 1857-8)?

Se retornarmos ao conceito de mediação aqui proposto – uma alternativa às definições mais correntes colocando em primeiro plano a categoria trabalho e sua subordinação ao movimento do capital, de forma a explicitar as especificidades da forma comunicação típica do capitalismo do século XX – podemos validar uma noção de imaterialidade, considerando que toda produção material, e toda atividade humana, envolve uma produção simbólica paralela e simultânea, que pode ser adequadamente entendida recorrendo à magnífica obra, acima citada, de Rossi-Landi, como fazem Enric Marin e Josep Tresseras,¹⁰ num trabalho pouco divulgado, publicado exclusivamente em catalão, na segunda metade dos anos 1980, onde definem a comunicação nos seguintes termos:

a dimensão comunicativa da produção social, a resultante do trabalho comunicativo, tem a particularidade de assumir a função mediadora que faz possível a unidade indissolúvel entre a experiência e a consciência do sujeito humano, quer dizer, a passagem da objetividade à subjetividade, do ‘ser social à consciência’ (Tresseras; Marin, 1987, p. 75).

Esta definição está plenamente de acordo com a perspectiva aqui defendida, mas é preciso esclarecer que Rossi-Landi, ao desenvolver o tema da linguagem como trabalho, o faz em termos de homologia, de modo a preservar, ao contrário de inúmeros outros, inclusive autointitulados marxistas, a separação entre produção simbólica e produção de valor (econômico), ainda que, evidentemente, como bem explicam Marin e Tresseras, apoiados desta vez em Raymond Williams, poesias

caráter intangível do seu produto. Não obstante o louvável trabalho de leitura da obra de Marx, distinguindo-o de autores como Negri, Gorz ou Lazzarato, não consegue fugir à influência destes. Assim, a definição apresentada de trabalho imaterial, logo de início é de Lazzarato: “o trabalho que produz o conteúdo informacional e cultural da mercadoria” (Santos, 2013, p. 14), o que, diga-se de passagem, não difere muito de Dantas. Mas a leitura de Marx de Santos é feita sob as lentes de Lazzarato e do debate franco-italiano sobre a matéria. Dantas e a EPC, o autor aparentemente desconhece.

¹⁰ Negri e Lazzarato, ao contrário, rejeitam explicitamente uma solução via Rossi-Landi: “a homologia entre trabalho e linguagem nos fornece a estrutura, isto é, os pressupostos histórico-sociais da língua, mas não as condições materiais e formais do processo de criação. A proposta teórica de Rossi-Landi (...) é uma tradução marxista do conceito de ‘produção social’ na linguagem que, porém, não consegue sair da estrutura.” (Negri; Lazzarato, 2001, p. 98-99). Concluem, em nota, citando Bakhtin, que não se trata de desconsiderar a determinação social da linguagem, mas de enfatizar a necessidade de “explicar, sobre essa base, a criatividade do ato linguístico” (idem, p. 99), coisa que, para eles, Rossi-Landi não faz.

possam ser mercadorias no sentido próprio e mais prosaico do termo e automóveis sejam obviamente, entre outras coisas, signos. Matéria sempre.

Mas, para além da homologia, há uma confusão de fato, que pode contaminar, como contamina, muita teoria, quando o trabalho comunicativo não é apenas útil, mas produtivo, no sentido estrito, para o capital investido nas indústrias culturais e da comunicação. Neste caso, não apenas o capital subsume trabalho, mas, pela mesma operação, a economia (capitalista) subsume cultura. O jogo da mediação torna-se, assim, muito mais complexo, pois a função mediadora de todo trabalho linguístico se realiza então a serviço do capital, sem perder a sua determinação fundamental. Este é o fundamento concreto por trás dos equívocos das teorias do imaterial: quando a produção simbólica assume a forma mercadoria, adquire a materialidade própria das categorias da economia política.¹¹

A solução de Alain Herscovici, por sua vez, parte de uma definição das especificidades do trabalho cultural com base numa hipótese a respeito da impossibilidade de redução do trabalho concreto a abstrato no campo cultural, a partir de uma consideração do problema dos preços de produção, em que se vale também do trabalho de Rubin, mais especificamente, dos capítulos sobre as relações entre trabalho concreto e abstrato, particular e social, simples e complexo. Reconhece, além disso, que o valor é uma relação social, mas não avança na análise da forma social num nível mais alto de abstração. Prefere, ao invés disso, recuperar as peripécias retóricas de Jean Baudrillard (1972), para referendar uma posição bastante questionável, segundo a qual, a valorização no campo cultural se daria com base no trabalho concreto (Herscovici, 1995, p. 158 e segs.).

Note-se que o autor é membro destacado da segunda geração da escola francesa da Economia da Comunicação e da Cultura (ECC), seu representante provavelmente mais versado no estudo do marxismo e da teoria econômica em geral e, ao mesmo tempo, o mais coerente e mais radical na aplicação dos seus pressupostos e dos seus conceitos, como o da aleatoriedade da valorização (e não da realização,

¹¹ A perspectiva rigorosa das homologias é esclarecedora justamente porque evita tanto o economicismo como a deriva linguística ou culturalista que minou o campo da comunicação ao longo das últimas três décadas. O recurso a Bakhtin, então, poderia ser útil para valorizar as particularidades dos objetos ideológicos, distintos dos objetos físico-naturais e dos bens de produção e de consumo, como querem Negri e Lazzarato, mas o sentido da solução destes, ao longo da sua vasta obra, vai justamente no sentido da redefinição das categorias materiais da economia política, em termos essencialmente idealistas, trocando o conceito de classe pelo de multidão, a dialética marxista pela filosofia de Spinoza, o imperialismo pelo Império etc.

como seria mais correto) da mercadoria cultural etc.¹² Em textos mais recentes sobre a economia política da Internet, acaba por assumir explicitamente, em versão própria, a ideia do imaterial, radicalizando, na verdade, concepções expostas no seu trabalho clássico.

Conclusão

O roteiro aqui apresentado não é nem poderia ser exaustivo. Não foram explorados, por limites de tempo e espaço, alguns temas importantes que têm adquirido importante visibilidade, como o das indústrias criativas e da criatividade em geral, ou o da diversidade cultural e dos novos movimentos sociais em tempos de digitalização, ou ainda o das relações entre financeirização e direitos de autor, pressionados estes, como toda a economia da comunicação e da cultura, pelo desenvolvimento da Internet.

A maioria dos economistas marxistas talvez ainda não se tenha dado conta da amplitude e da variedade das questões fundamentais envolvidas, de modo que, dada a crescente importância econômica dos setores culturais no capitalismo, o terreno tem sido deixado em grande medida aos estudos de corte puramente empíricos, com base em ferramentas convencionais. O objetivo de fundo deste artigo, proposto ao congresso da Sociedade Brasileira de Economia Política, é procurar sensibilizá-los para a luta epistemológica que a EPC brasileira têm enfrentado há mais de duas décadas.

Bibliografia

BARBERO, Jesus Martin (2002). **Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura**. Santiago: Fondo de Cultura Económica.

BAUDRILLARD, Jean (1972). *Pour une critique de l'économie politique du signe*. Paris: Gallimard.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (1995). *Economía Política, Globalización y Comunicación*. In: **Revista Nueva Sociedad**, 140, Caracas.

_____. (2000). **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec.

¹² Para uma crítica extensa da escola francesa, ver Bolaño (2000).

_____ (2002). Trabalho Intelectual, Informação e Capitalismo. A reconfiguração do fator subjetivo na atual reestruturação produtiva. **Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política**, v.15, 2º sem. 2002.

_____ (2015). **Campo aberto: para a crítica da epistemologia da comunicação**. Aracaju: Editora UFS.

BOLAÑO, César. VIEIRA, Eloy (2014). *The Political Economy of the Internet Social Networking Sites and a Reply to Fuchs* In: **Television and New Media**, April 2. <http://tvn.sagepub.com/content/early/2014/04/01/1527476414527137>

BELLUZZO, Luiz Gonzaga de Mello (1980). **Valor e capitalismo**. São Paulo: Brasiliense.

DANTAS, Marcos (1999). *Capitalismo na era das redes: trabalho, informação, valor no ciclo da comunicação produtiva*. In: LASTRES, H.; ALBAGLI, S. **Informação e globalização na era do conhecimento**. Rio de Janeiro: Campus.

_____ (2007). Os significados do trabalho: produção de valores como produção semiótica no capitalismo informacional. In: Trabalho, Educação e Saúde, n. 1, vol. 5, Rio de Janeiro.

_____ (2013). Comunicação, desenvolvimento, democracia. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.

GARNHAM, Nicholas (1990). **Capitalism and communication: Global culture and the economics of information**. London: Sage.

GORZ, André (2003). **O imaterial. Conhecimento, valor e capital**. São Paulo: Annablume, 2005.

FURTADO, Celso (1977). **Prefácio a Nova Economia Política**. Rio de Janeiro: Paz e Terra

GRANOU, André (1971). **Capitalismo y modo de vida**. Madrid: Alberto Corazón, 1974.

HARVEY, David (2003). **O novo imperialismo**. São Paulo: Loyola, 2004.

HERSCOVICI, Alain (1995). Economia da Cultura e da Comunicação. Vitória: Ed. Ceciliano Abel de Almeida.

_____ (2011). *Redes eletrônicas e acumulação capitalista: elementos de análise*. In: BOLAÑO, César Ricardo Siqueira et al, **Economia Política da Internet**. Aracaju: Editora UFS, segunda edição, p. 87 a 129.

HOLLOWAY, John; PICCIOTTO, Sol (1977). **State and capital: A marxist debate**. Londres: Edward Arnold.

LAZZARATO, Maurizio; NEGRI, Antonio (2001). **Trabalho imaterial**. Rio de Janeiro: DP&A.

LOPES, Ruy Sardinha (2008). Informação, conhecimento e valor. São Paulo: Radical Livros.

MARX, Karl (1857). **Introdução a Para a crítica da economia política**. São Paulo: Abril Cultural, Coleção Os Pensadores, 1978.

_____ (1849). **O Capital**, Livro 3. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980.

_____ (1857-8). Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (Grundrisse). México: Siglo XXI, 1976.

MOULIER-BOUTANG, Yann (2007). **Le capitalisme cognitif**. Paris: Ed. Amsterdam.

ROSSI-LANDI, Ferruccio (1968). A linguagem como trabalho e como mercado. São Paulo: Difel, 1985.

RUBIM, Isaak Illich (1928). **A teoria marxista do valor**. São Paulo: Brasiliense, 1980.

SANTOS, Vinícius Oliveira (2013). Trabalho imaterial e teoria do valor em Marx. São Paulo: Expressão Popular.

SMYTHE, Dallas (1977). *Las comunicaciones, agujero negro del marxismo occidental*. In RICHERI, Giuseppe (1983). **La televisión: entre servicio público y negocio**. Barcelona: Gustavo Gili.

SODRÉ, Muniz (2012). *Comunicação: um campo em apuros teóricos*. In: **MATRIZES**, ano 5, nº 2, jan./jul., São Paulo.

SOHN-RETHEL, Alfred (1989). **Trabalho Espiritual e Corporal Para a Epistemologia da História Ocidental**. João Pessoa: UFPB/CCSA, Mestrado em Economia, 1995.

TREMBLAY, G. (1995). La théorie des industries culturelles face aux progrès de la numérisation et de la convergence. In: LACROIX, J.; TREMBLAY, G. Les autoroutes de l'information: un produit de la convergence. Presses de l'Université du Québec.

TRESSERAS, Joan Manuel; MARIN (1987). **El regne del subjecte. Per una teoria materialista de la comunicació social**. Barcelona: El Llamp.