

Formas de exploração do trabalho cultural na TV: padrão tecnoestético e hegemonia

Trabajo Cultural y formas de exploración em La televisión: padrão tecnoestético y hegemonía

Cultural Labour and forms of explotation on TV: technoesthetic standard and hegemony

Bruna de Souza Távora

Mestre em Comunicação e Sociedade pela Universidade Federal de Sergipe (UFS). Professora substituta do Departamento de Comunicação Social da UFS – Brasil
Contato: tavora.bruna@gmail.com

Submetido: 09/10/2016

Aprovado: 17/11/2016

Resumo:

Neste artigo, investigamos as formas de exploração do trabalho cultural na TV, destacando o processo de internalização do conhecimento do trabalhador cultural na indústria televisiva e enfatizando a constituição do padrão tecnoestético (BOLAÑO, 2000) como resultante de processos de gestão do conhecimento. A reflexão tem como ponto de partida os estudos de BOLAÑO (2000; 2002; 2014) e elabora uma análise acerca do conhecimento tácito e codificado do trabalhador, buscando explicitar formas de exploração do trabalho cultural e intelectual na Indústria Cultural (IC). Tal análise considera ainda que a IC cumpre funções sistêmicas na sociedade, configurando-se como espaço na disputa da hegemonia e nos processos de mediação social e política, que se generalizam ao aparato dessa indústria a partir da subsunção do trabalho intelectual/cultural. Os resultados destacam que a exploração do trabalho desse trabalho gera formas hegemônicas de produção cultural, o que, por sua vez, impacta os processos de mediação política.

Palavra-Chave: Mediação; Conhecimento; Indústria Cultural; Trabalho Cultural;

Resumen:

En este trabajo, investigamos las formas de explotación del trabajo cultural en la televisión destacando el proceso de internalización de los trabajadores del conocimiento cultural en la industria de la televisión, haciendo hincapié en la creación de tecnoestético estándar (BOLAÑO, 2000), como resultado de los procesos de gestión del conocimiento. La reflexión toma como punto de partida el estudio BOLAÑO (2000; 2002; 2014) y preparar un análisis del conocimiento tácito y codificado trabajador, buscando formas explícitas de explotación de la obra cultural e intelectual en las industrias culturales (IC). Este análisis también considera que la IC cumple funciones sistémicas en la sociedad, configurado como un espacio en disputa la hegemonía y la mediación social y política, que generaliza el aparato de esta industria de la subsunción del trabajo intelectual / cultural. Los resultados ponen de manifiesto que la explotación laboral de este trabajo genera formas hegemónicas de la producción cultural, que, a su vez, afectan a los procesos de mediación política.

Palabras-clave: Mediación; Conocimiento; Industria Cultural; Trabajo Cultural;

Abstract:

In this paper, we investigate forms of exploitation of cultural work on TV highlighting the process of internalization of the cultural knowledge worker in the television industry, emphasizing the creation of technoesthetic standard (BOLAÑO, 2000) as a result of a knowledge management processes. The reflection is done basendo on the work of BOLAÑO (2000; 2002; 2014) and prepare an analysis of the tacit and codified knowledge, seeking explicit forms of exploitation of the cultural and intellectual work in the Cultural Industries (CI). This analysis also considers that the IC meets systemic functions in society, configured as a space in the dispute hegemony and social mediation and policy, which generalizes the apparatus of this industry from the subsumption of intellectual / cultural work. The results highlight that labor exploitation of this work generates hegemonic forms of cultural production, which, in turn, impact the political mediation processes.

Keywords: Mediation; Knowledge; Cultural industry; Cultural work



Introdução

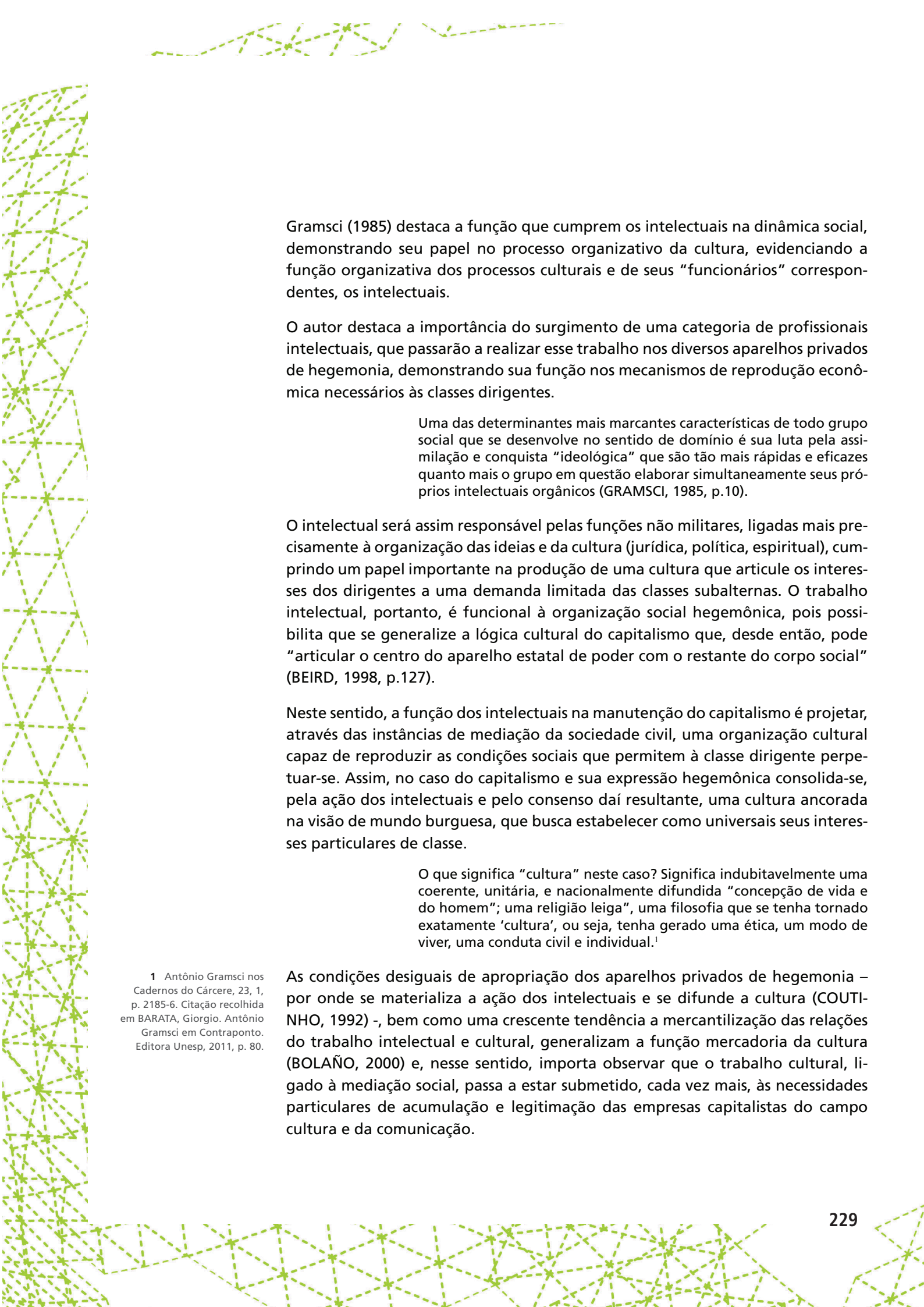
Na virada do século XX, as relações mercantis no campo da cultura se generalizam na forma mercadoria e constitui-se, pela subsunção do trabalho cultural no capital, a Indústria Cultural. Partindo dos trabalhos de BOLAÑO (2000; 2002; 2014), este artigo busca esclarecer como os limites à subsunção real decorrentes da natureza desse tipo de trabalho são contornados pelo conjunto das empresas de cultura e apresenta ainda algumas características da gestão e organização do trabalho no interior da Indústria Cultural (IC).

Com ênfase na indústria televisiva, enfoca o trabalhador intelectual e cultural como agente fundamental do processo de constituição desse mercado, já que é justamente seu conhecimento que gera a dupla mercadoria que produz a IC: o conteúdo da programação e a audiência. Na perspectiva teórica e analítica situa-se no campo da Economia Política da Comunicação, enfatizando que a contratação do trabalho cultural corresponde também a subordinação da função de mediação social ligada aos processos de hegemonia que é realizada pelo trabalhador cultural individual, explicitando que trata-se também da generalização das relações mercantis de produção de cultura expondo a subsunção do trabalho cultural coletivo ao capital (BOLAÑO, 2000; 2014).

Os resultados e discussões possibilitados a partir da articulação dessa dupla reflexão permitem observar que os processos de hegemonia inerentes à natureza intelectual desse trabalho (GRAMSCI, 1985) serão geridos por uma dinâmica de aprendizagem (LUNDVAL, 2000) implementada pelas empresas privadas de comunicação, o que resulta na apropriação do conhecimento produzido pelo trabalhador cultural e implica na consolidação de um ativo intangencial da empresa, o padrão tecnoestético (BOLAÑO, 2000, 2004; BRITTOS, 2001). Isso, por sua vez, repercute nos diversos ramos de produção simbólica e passa a orientar toda a produção a ponto de constituírem-se “alguns pouco modelos tecnoestéticos hegemônicos em nível mundial, concorrendo entre eles em cada mercado nacional” (BOLAÑO, 2000, p. 235).

Os intelectuais e a Indústria Cultural

Tomando como ponto de partida as contribuições gramscianas, compreende-se que, a partir do processo de ampliação do Estado capitalista no século XX, foram complexificados os processos de dominação. Para manter sua função de controle, o Estado passou a combinar aspectos coercitivos com outros de coesão social, conformando uma organização cultural funcional à manutenção da divisão social de classes, privilegiando o interesses da classe dirigente (COUTINHO, 1992).



Gramsci (1985) destaca a função que cumprem os intelectuais na dinâmica social, demonstrando seu papel no processo organizativo da cultura, evidenciando a função organizativa dos processos culturais e de seus “funcionários” correspondentes, os intelectuais.

O autor destaca a importância do surgimento de uma categoria de profissionais intelectuais, que passarão a realizar esse trabalho nos diversos aparelhos privados de hegemonia, demonstrando sua função nos mecanismos de reprodução econômica necessários às classes dirigentes.

Uma das determinantes mais marcantes características de todo grupo social que se desenvolve no sentido de domínio é sua luta pela assimilação e conquista “ideológica” que são tão mais rápidas e eficazes quanto mais o grupo em questão elaborar simultaneamente seus próprios intelectuais orgânicos (GRAMSCI, 1985, p.10).

O intelectual será assim responsável pelas funções não militares, ligadas mais precisamente à organização das ideias e da cultura (jurídica, política, espiritual), cumprindo um papel importante na produção de uma cultura que articule os interesses dos dirigentes a uma demanda limitada das classes subalternas. O trabalho intelectual, portanto, é funcional à organização social hegemônica, pois possibilita que se generalize a lógica cultural do capitalismo que, desde então, pode “articular o centro do aparelho estatal de poder com o restante do corpo social” (BEIRD, 1998, p.127).

Neste sentido, a função dos intelectuais na manutenção do capitalismo é projetar, através das instâncias de mediação da sociedade civil, uma organização cultural capaz de reproduzir as condições sociais que permitem à classe dirigente perpetuar-se. Assim, no caso do capitalismo e sua expressão hegemônica consolida-se, pela ação dos intelectuais e pelo consenso daí resultante, uma cultura ancorada na visão de mundo burguesa, que busca estabelecer como universais seus interesses particulares de classe.

O que significa “cultura” neste caso? Significa indubitavelmente uma coerente, unitária, e nacionalmente difundida “concepção de vida e do homem”; uma religião leiga”, uma filosofia que se tenha tornado exatamente ‘cultura’, ou seja, tenha gerado uma ética, um modo de viver, uma conduta civil e individual.¹

¹ Antônio Gramsci nos Cadernos do Cárcere, 23, 1, p. 2185-6. Citação recolhida em BARATA, Giorgio. Antônio Gramsci em Contraponto. Editora Unesp, 2011, p. 80.

As condições desiguais de apropriação dos aparelhos privados de hegemonia – por onde se materializa a ação dos intelectuais e se difunde a cultura (COUTINHO, 1992) -, bem como uma crescente tendência a mercantilização das relações do trabalho intelectual e cultural, generalizam a função mercadoria da cultura (BOLAÑO, 2000) e, nesse sentido, importa observar que o trabalho cultural, ligado à mediação social, passa a estar submetido, cada vez mais, às necessidades particulares de acumulação e legitimação das empresas capitalistas do campo cultura e da comunicação.

A Cultura no capitalismo monopolista e as funções da Indústria Cultural

A característica fundamental da mediação, realizada pelo trabalho cultural no capitalismo monopolista, está ligado ao cumprimento de funções sistêmicas que garantem a adesão das classes populares a uma forma cultural que, por sua vez, é fonte de consenso social em relação ao projeto político da classe dirigente (BOLAÑO, 2000; 2014). Isto se realiza fundamentalmente pela contratação de trabalho intelectual no interior da indústria e se radicaliza pela generalização das relações capitalistas de cultura.

Em sua interpretação, Bolaño problematiza o conceito gramsciano de intelectual orgânico, enfatizando a questão da subsunção do trabalho intelectual e aponta que, no caso do capitalismo monopolista e da formação de uma cultura de massa, são os diversos trabalhadores culturais que cumprem a função do intelectual orgânico, estabelecendo a mediação entre as culturas populares e a organização cultural impulsionada pela classe dirigente, favorecendo o diálogo e a identificação das populações com o aparato sistêmico do capitalismo.

Assim,

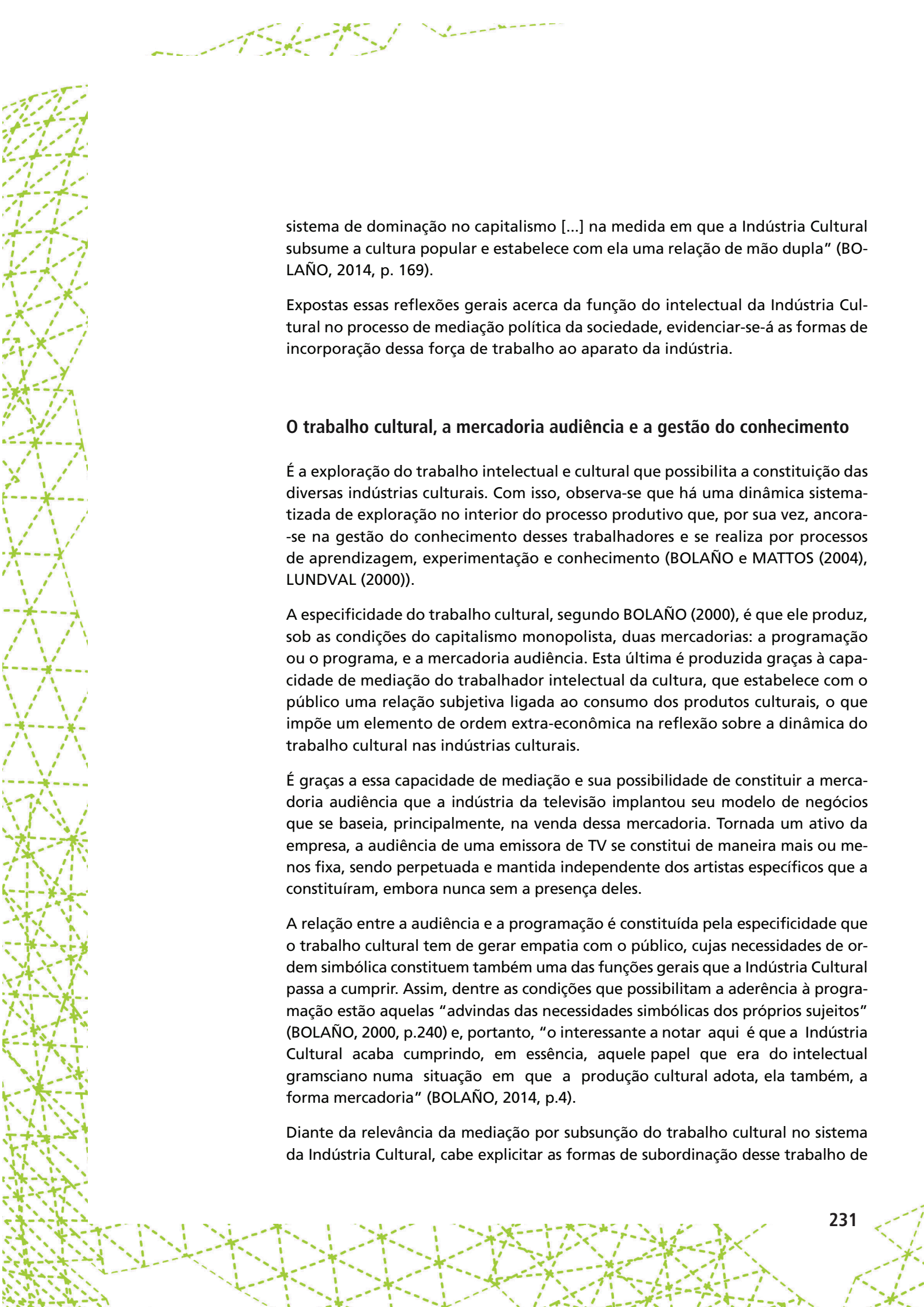
A subsunção do trabalho cultural é que garante o diálogo permanente da Indústria Cultural com as culturas populares, dinamizando-se o conjunto e garantindo, com isso, a reprodução da hegemonia. É através do trabalho, portanto, que o popular determina o massivo e é através do trabalho que o capital cultural exerce sua hegemonia sobre o popular (BOLAÑO, 2014, p.63).

Isto torna explícito que a mediação que possibilita este nexos é realizada pelo intelectual e trabalhador cultural, submetido à lógica de produção cultural da empresa de comunicação. Por sua vez, a subsunção do trabalho cultural no capital consolida uma organização cultural mercantilizada e a própria Indústria Cultural passa a se configurar como uma

instância de mediação característica do capitalismo monopolista, a forma especificamente capitalista de produção e difusão dos bens culturais, que se estrutura a partir da apropriação pelo capital cultural (no sentido de Marx, não de Bourdieu), da cultura popular, através do trabalho cultural que ela emprega (BOLAÑO, 2014, p.62)

Em uma perspectiva crítica, é válido observar que a função intelectual dos trabalhadores culturais se torna fundamental para a manutenção das distinções de classe e produção do consenso, e “a hegemonia passa a ser construída pela mediação de uma massa de trabalhadores intelectuais a serviço do grande capital cultural” (idem. p.169).

Com isto, estabelece-se, através da subsunção do trabalho cultural no capital, a subsunção da cultura na economia, avançando a tendência do capitalismo de se expandir para todos os setores da vida. Isto representa “uma mutação radical do



sistema de dominação no capitalismo [...] na medida em que a Indústria Cultural subsume a cultura popular e estabelece com ela uma relação de mão dupla” (BOLAÑO, 2014, p. 169).

Expostas essas reflexões gerais acerca da função do intelectual da Indústria Cultural no processo de mediação política da sociedade, evidenciar-se-á as formas de incorporação dessa força de trabalho ao aparato da indústria.

O trabalho cultural, a mercadoria audiência e a gestão do conhecimento

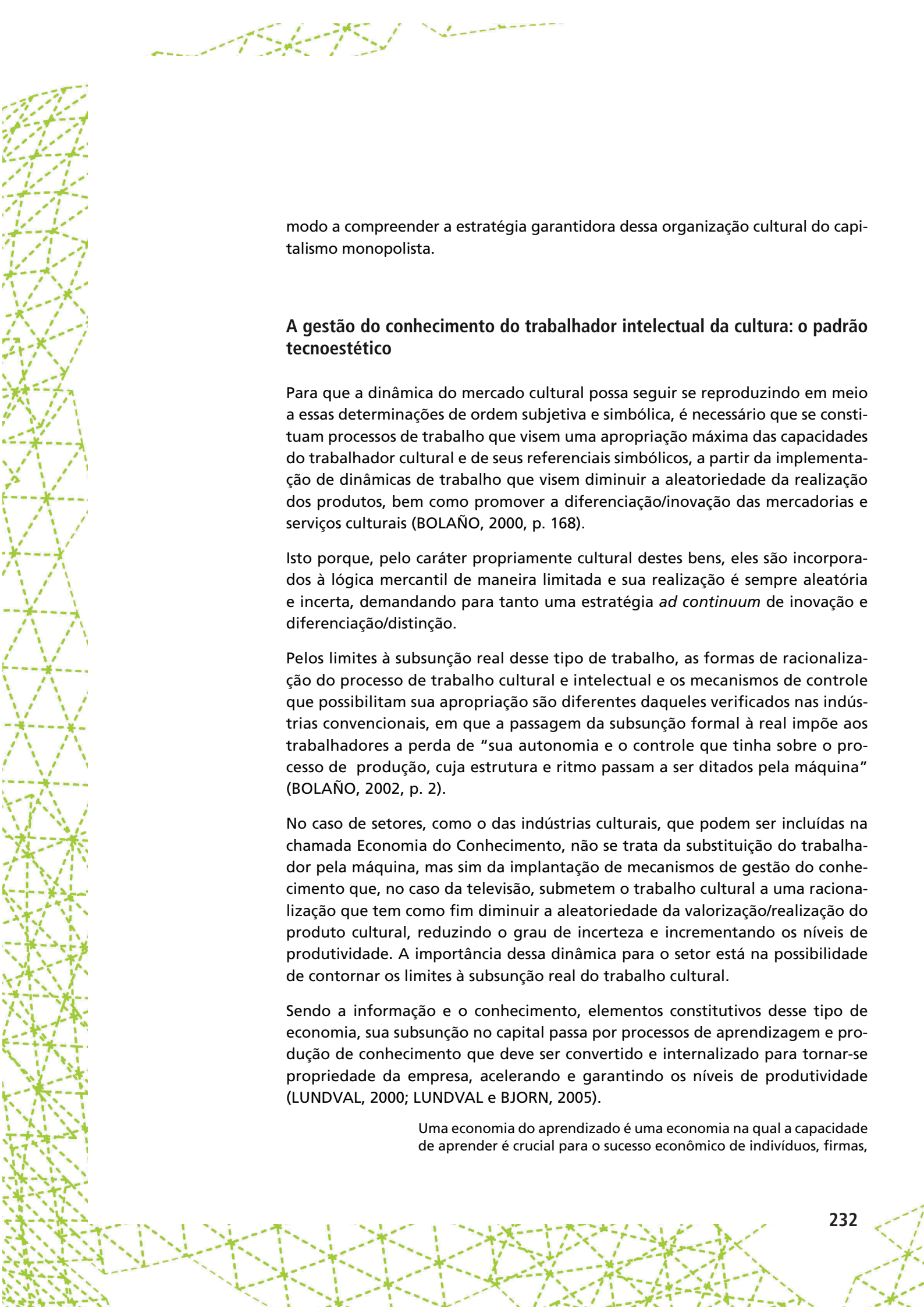
É a exploração do trabalho intelectual e cultural que possibilita a constituição das diversas indústrias culturais. Com isso, observa-se que há uma dinâmica sistematizada de exploração no interior do processo produtivo que, por sua vez, ancora-se na gestão do conhecimento desses trabalhadores e se realiza por processos de aprendizagem, experimentação e conhecimento (BOLAÑO e MATTOS (2004), LUNDVAL (2000)).

A especificidade do trabalho cultural, segundo BOLAÑO (2000), é que ele produz, sob as condições do capitalismo monopolista, duas mercadorias: a programação ou o programa, e a mercadoria audiência. Esta última é produzida graças à capacidade de mediação do trabalhador intelectual da cultura, que estabelece com o público uma relação subjetiva ligada ao consumo dos produtos culturais, o que impõe um elemento de ordem extra-econômica na reflexão sobre a dinâmica do trabalho cultural nas indústrias culturais.

É graças a essa capacidade de mediação e sua possibilidade de constituir a mercadoria audiência que a indústria da televisão implantou seu modelo de negócios que se baseia, principalmente, na venda dessa mercadoria. Tornada um ativo da empresa, a audiência de uma emissora de TV se constitui de maneira mais ou menos fixa, sendo perpetuada e mantida independente dos artistas específicos que a constituíram, embora nunca sem a presença deles.

A relação entre a audiência e a programação é constituída pela especificidade que o trabalho cultural tem de gerar empatia com o público, cujas necessidades de ordem simbólica constituem também uma das funções gerais que a Indústria Cultural passa a cumprir. Assim, dentre as condições que possibilitam a aderência à programação estão aquelas “advindas das necessidades simbólicas dos próprios sujeitos” (BOLAÑO, 2000, p.240) e, portanto, “o interessante a notar aqui é que a Indústria Cultural acaba cumprindo, em essência, aquele papel que era do intelectual gramsciano numa situação em que a produção cultural adota, ela também, a forma mercadoria” (BOLAÑO, 2014, p.4).

Diante da relevância da mediação por subsunção do trabalho cultural no sistema da Indústria Cultural, cabe explicitar as formas de subordinação desse trabalho de



modo a compreender a estratégia garantidora dessa organização cultural do capitalismo monopolista.

A gestão do conhecimento do trabalhador intelectual da cultura: o padrão tecnoestético

Para que a dinâmica do mercado cultural possa seguir se reproduzindo em meio a essas determinações de ordem subjetiva e simbólica, é necessário que se constituam processos de trabalho que visem uma apropriação máxima das capacidades do trabalhador cultural e de seus referenciais simbólicos, a partir da implementação de dinâmicas de trabalho que visem diminuir a aleatoriedade da realização dos produtos, bem como promover a diferenciação/inação das mercadorias e serviços culturais (BOLAÑO, 2000, p. 168).

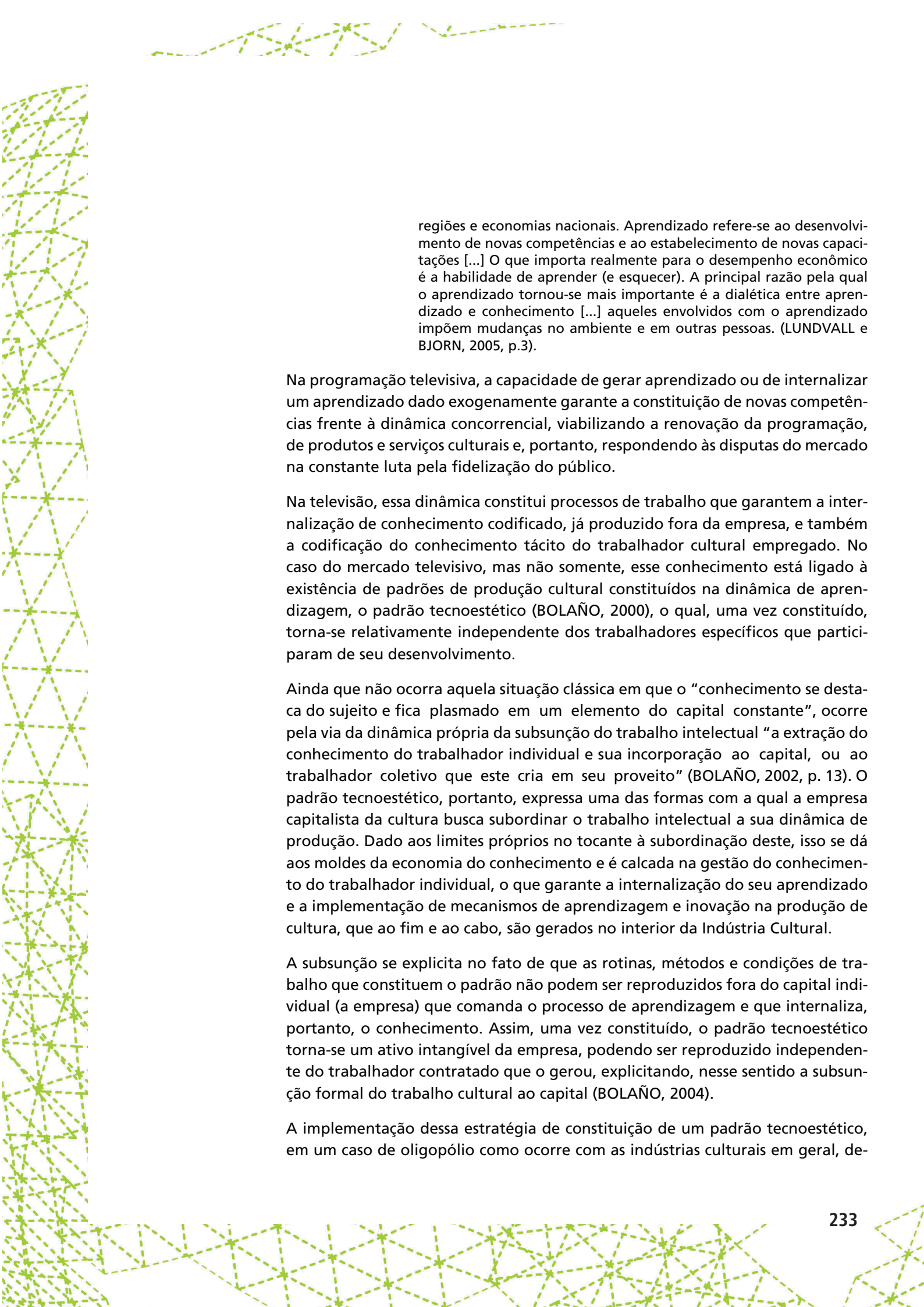
Isto porque, pelo caráter propriamente cultural destes bens, eles são incorporados à lógica mercantil de maneira limitada e sua realização é sempre aleatória e incerta, demandando para tanto uma estratégia *ad continuum* de inovação e diferenciação/distinção.

Pelos limites à subsunção real desse tipo de trabalho, as formas de racionalização do processo de trabalho cultural e intelectual e os mecanismos de controle que possibilitam sua apropriação são diferentes daqueles verificados nas indústrias convencionais, em que a passagem da subsunção formal à real impõe aos trabalhadores a perda de “sua autonomia e o controle que tinha sobre o processo de produção, cuja estrutura e ritmo passam a ser ditados pela máquina” (BOLAÑO, 2002, p. 2).

No caso de setores, como o das indústrias culturais, que podem ser incluídas na chamada Economia do Conhecimento, não se trata da substituição do trabalhador pela máquina, mas sim da implantação de mecanismos de gestão do conhecimento que, no caso da televisão, submetem o trabalho cultural a uma racionalização que tem como fim diminuir a aleatoriedade da valorização/realização do produto cultural, reduzindo o grau de incerteza e incrementando os níveis de produtividade. A importância dessa dinâmica para o setor está na possibilidade de contornar os limites à subsunção real do trabalho cultural.

Sendo a informação e o conhecimento, elementos constitutivos desse tipo de economia, sua subsunção no capital passa por processos de aprendizagem e produção de conhecimento que deve ser convertido e internalizado para tornar-se propriedade da empresa, acelerando e garantindo os níveis de produtividade (LUNDVAL, 2000; LUNDVAL e BJORN, 2005).

Uma economia do aprendizado é uma economia na qual a capacidade de aprender é crucial para o sucesso econômico de indivíduos, firmas,



regiões e economias nacionais. Aprendizado refere-se ao desenvolvimento de novas competências e ao estabelecimento de novas capacidades [...] O que importa realmente para o desempenho econômico é a habilidade de aprender (e esquecer). A principal razão pela qual o aprendizado tornou-se mais importante é a dialética entre aprendizado e conhecimento [...] aqueles envolvidos com o aprendizado impõem mudanças no ambiente e em outras pessoas. (LUNDVALL e BJORN, 2005, p.3).

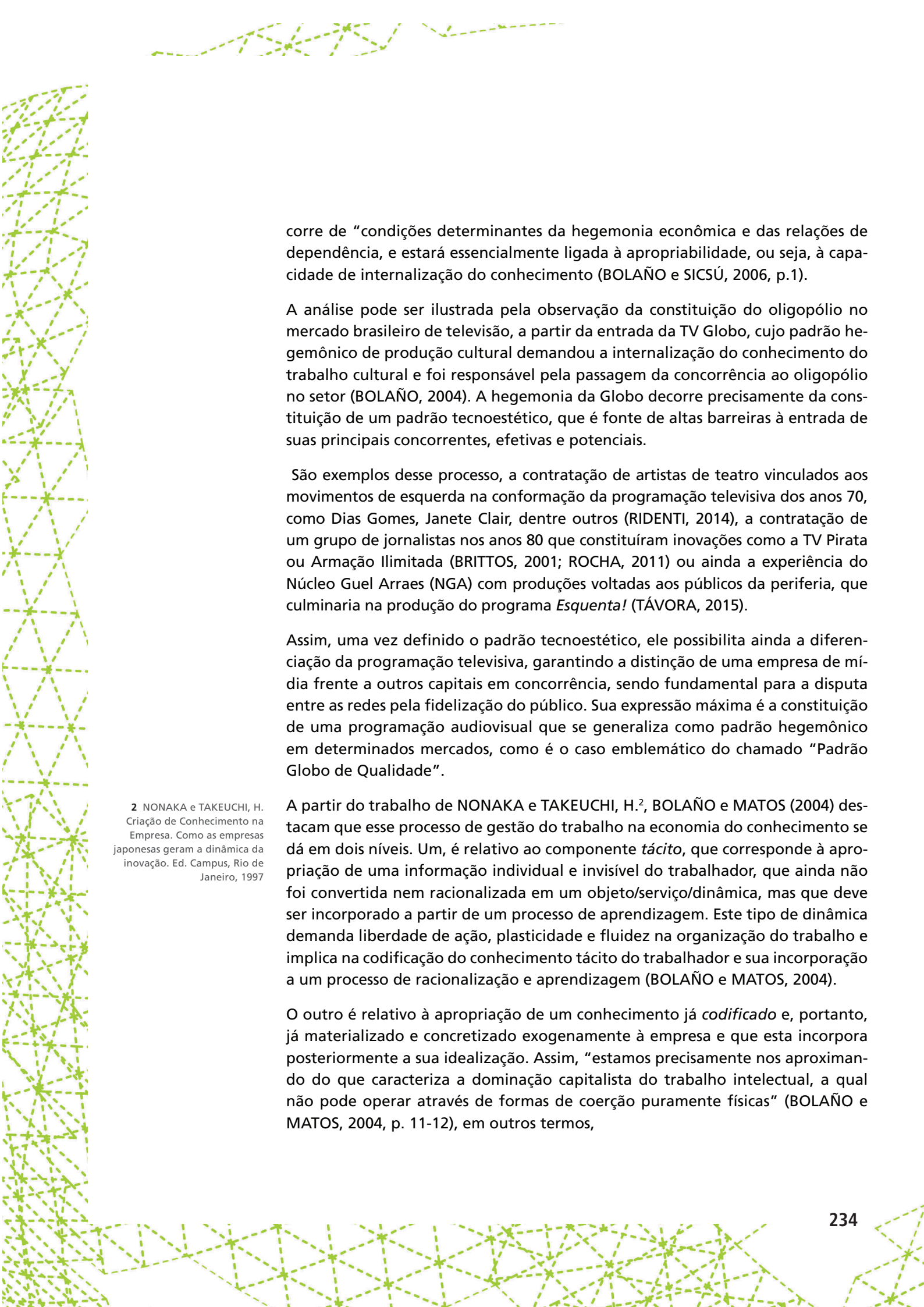
Na programação televisiva, a capacidade de gerar aprendizado ou de internalizar um aprendizado dado exogenamente garante a constituição de novas competências frente à dinâmica concorrencial, viabilizando a renovação da programação, de produtos e serviços culturais e, portanto, respondendo às disputas do mercado na constante luta pela fidelização do público.

Na televisão, essa dinâmica constitui processos de trabalho que garantem a internalização de conhecimento codificado, já produzido fora da empresa, e também a codificação do conhecimento tácito do trabalhador cultural empregado. No caso do mercado televisivo, mas não somente, esse conhecimento está ligado à existência de padrões de produção cultural constituídos na dinâmica de aprendizagem, o padrão tecnoestético (BOLAÑO, 2000), o qual, uma vez constituído, torna-se relativamente independente dos trabalhadores específicos que participaram de seu desenvolvimento.

Ainda que não ocorra aquela situação clássica em que o “conhecimento se destaca do sujeito e fica plasmado em um elemento do capital constante”, ocorre pela via da dinâmica própria da subsunção do trabalho intelectual “a extração do conhecimento do trabalhador individual e sua incorporação ao capital, ou ao trabalhador coletivo que este cria em seu proveito” (BOLAÑO, 2002, p. 13). O padrão tecnoestético, portanto, expressa uma das formas com a qual a empresa capitalista da cultura busca subordinar o trabalho intelectual a sua dinâmica de produção. Dado aos limites próprios no tocante à subordinação deste, isso se dá aos moldes da economia do conhecimento e é calcada na gestão do conhecimento do trabalhador individual, o que garante a internalização do seu aprendizado e a implementação de mecanismos de aprendizagem e inovação na produção de cultura, que ao fim e ao cabo, são gerados no interior da Indústria Cultural.

A subsunção se explicita no fato de que as rotinas, métodos e condições de trabalho que constituem o padrão não podem ser reproduzidos fora do capital individual (a empresa) que comanda o processo de aprendizagem e que internaliza, portanto, o conhecimento. Assim, uma vez constituído, o padrão tecnoestético torna-se um ativo intangível da empresa, podendo ser reproduzido independente do trabalhador contratado que o gerou, explicitando, nesse sentido a subsunção formal do trabalho cultural ao capital (BOLAÑO, 2004).

A implementação dessa estratégia de constituição de um padrão tecnoestético, em um caso de oligopólio como ocorre com as indústrias culturais em geral, de-



2 NONAKA e TAKEUCHI, H. Criação de Conhecimento na Empresa. Como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação. Ed. Campus, Rio de Janeiro, 1997

corre de “condições determinantes da hegemonia econômica e das relações de dependência, e estará essencialmente ligada à apropriabilidade, ou seja, à capacidade de internalização do conhecimento (BOLAÑO e SICSÚ, 2006, p.1).

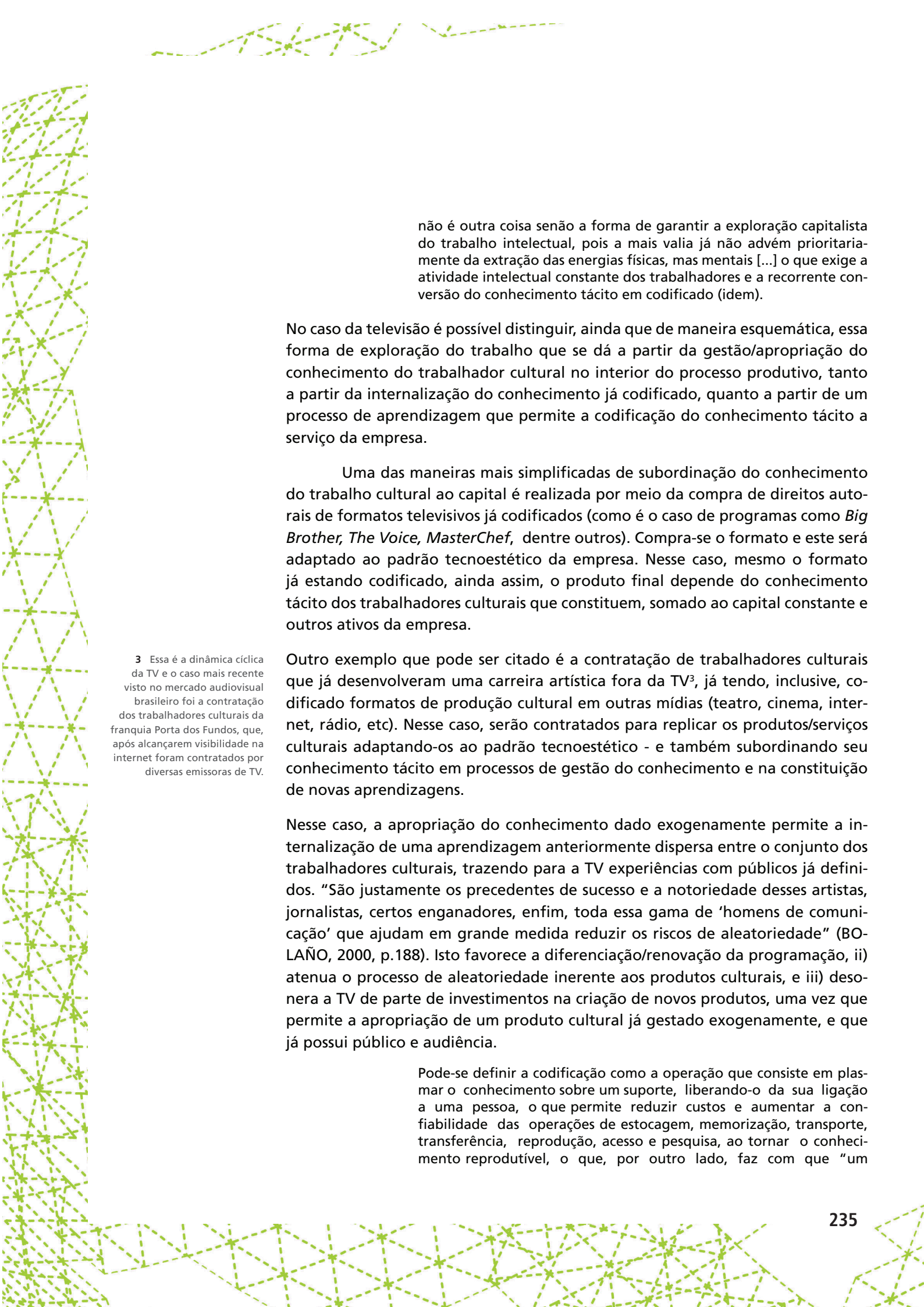
A análise pode ser ilustrada pela observação da constituição do oligopólio no mercado brasileiro de televisão, a partir da entrada da TV Globo, cujo padrão hegemônico de produção cultural demandou a internalização do conhecimento do trabalho cultural e foi responsável pela passagem da concorrência ao oligopólio no setor (BOLAÑO, 2004). A hegemonia da Globo decorre precisamente da constituição de um padrão tecnoestético, que é fonte de altas barreiras à entrada de suas principais concorrentes, efetivas e potenciais.

São exemplos desse processo, a contratação de artistas de teatro vinculados aos movimentos de esquerda na conformação da programação televisiva dos anos 70, como Dias Gomes, Janete Clair, dentre outros (RIDENTI, 2014), a contratação de um grupo de jornalistas nos anos 80 que constituíram inovações como a TV Pirata ou Armação Ilimitada (BRITTOS, 2001; ROCHA, 2011) ou ainda a experiência do Núcleo Guel Arraes (NGA) com produções voltadas aos públicos da periferia, que culminaria na produção do programa *Esquenta!* (TÁVORA, 2015).

Assim, uma vez definido o padrão tecnoestético, ele possibilita ainda a diferenciação da programação televisiva, garantindo a distinção de uma empresa de mídia frente a outros capitais em concorrência, sendo fundamental para a disputa entre as redes pela fidelização do público. Sua expressão máxima é a constituição de uma programação audiovisual que se generaliza como padrão hegemônico em determinados mercados, como é o caso emblemático do chamado “Padrão Globo de Qualidade”.

A partir do trabalho de NONAKA e TAKEUCHI, H.², BOLAÑO e MATOS (2004) destacam que esse processo de gestão do trabalho na economia do conhecimento se dá em dois níveis. Um, é relativo ao componente *tácito*, que corresponde à apropriação de uma informação individual e invisível do trabalhador, que ainda não foi convertida nem racionalizada em um objeto/serviço/dinâmica, mas que deve ser incorporado a partir de um processo de aprendizagem. Este tipo de dinâmica demanda liberdade de ação, plasticidade e fluidez na organização do trabalho e implica na codificação do conhecimento tácito do trabalhador e sua incorporação a um processo de racionalização e aprendizagem (BOLAÑO e MATOS, 2004).

O outro é relativo à apropriação de um conhecimento já *codificado* e, portanto, já materializado e concretizado exogenamente à empresa e que esta incorpora posteriormente a sua idealização. Assim, “estamos precisamente nos aproximando do que caracteriza a dominação capitalista do trabalho intelectual, a qual não pode operar através de formas de coerção puramente físicas” (BOLAÑO e MATOS, 2004, p. 11-12), em outros termos,



não é outra coisa senão a forma de garantir a exploração capitalista do trabalho intelectual, pois a mais valia já não advém prioritariamente da extração das energias físicas, mas mentais [...] o que exige a atividade intelectual constante dos trabalhadores e a recorrente conversão do conhecimento tácito em codificado (idem).

No caso da televisão é possível distinguir, ainda que de maneira esquemática, essa forma de exploração do trabalho que se dá a partir da gestão/apropriação do conhecimento do trabalhador cultural no interior do processo produtivo, tanto a partir da internalização do conhecimento já codificado, quanto a partir de um processo de aprendizagem que permite a codificação do conhecimento tácito a serviço da empresa.

Uma das maneiras mais simplificadas de subordinação do conhecimento do trabalho cultural ao capital é realizada por meio da compra de direitos autorais de formatos televisivos já codificados (como é o caso de programas como *Big Brother*, *The Voice*, *MasterChef*, dentre outros). Compra-se o formato e este será adaptado ao padrão tecnoestético da empresa. Nesse caso, mesmo o formato já estando codificado, ainda assim, o produto final depende do conhecimento tácito dos trabalhadores culturais que constituem, somado ao capital constante e outros ativos da empresa.

3 Essa é a dinâmica cíclica da TV e o caso mais recente visto no mercado audiovisual brasileiro foi a contratação dos trabalhadores culturais da franquia *Porta dos Fundos*, que, após alcançarem visibilidade na internet foram contratados por diversas emissoras de TV.

Outro exemplo que pode ser citado é a contratação de trabalhadores culturais que já desenvolveram uma carreira artística fora da TV³, já tendo, inclusive, codificado formatos de produção cultural em outras mídias (teatro, cinema, internet, rádio, etc). Nesse caso, serão contratados para replicar os produtos/serviços culturais adaptando-os ao padrão tecnoestético - e também subordinando seu conhecimento tácito em processos de gestão do conhecimento e na constituição de novas aprendizagens.

Nesse caso, a apropriação do conhecimento dado exogenamente permite a internalização de uma aprendizagem anteriormente dispersa entre o conjunto dos trabalhadores culturais, trazendo para a TV experiências com públicos já definidos. "São justamente os precedentes de sucesso e a notoriedade desses artistas, jornalistas, certos enganadores, enfim, toda essa gama de 'homens de comunicação' que ajudam em grande medida reduzir os riscos de aleatoriedade" (BOLLAÑO, 2000, p.188). Isto favorece a diferenciação/renovação da programação, ii) atenua o processo de aleatoriedade inerente aos produtos culturais, e iii) desonera a TV de parte de investimentos na criação de novos produtos, uma vez que permite a apropriação de um produto cultural já gestado exogenamente, e que já possui público e audiência.

Pode-se definir a codificação como a operação que consiste em plasmar o conhecimento sobre um suporte, liberando-o da sua ligação a uma pessoa, o que permite reduzir custos e aumentar a confiabilidade das operações de estocagem, memorização, transporte, transferência, reprodução, acesso e pesquisa, ao tornar o conhecimento reproduzível, o que, por outro lado, faz com que "um

conhecimento codificado se aproxime das características de uma mercadoria” (BOLAÑO, 2002, p. 13)

Outro caso que pode ser citado é o da contratação do trabalho para promoção da experimentação no interior das emissoras. Nesse caso, o trabalho contratado fará parte de uma dinâmica de aprendizagem interna à empresa e o trabalhador deve testar e criar novos formatos para produzir experimentação/ inovação para a renovação/diferenciação da programação. O objetivo é favorecer a construção de dinâmicas de trabalho que possam gerar inovações capazes de criar e constituir novos produtos/serviços culturais (novos temas e conteúdos de novelas, novas estéticas televisivas), permitindo a renovação da programação, o que tem impactos ainda na dinâmica de distinção do público⁴.

4 Um exemplo que pode ser citado foi a formação do Núcleo Guel Arraes da TV Globo, contratado para ser um núcleo de experimentações que, ao longo dos anos 90, construiu experimentações com artistas da periferia, tendo logrado, a partir dos anos 2000 renovar sua programação (ROCHA, 2011)

É a partir de dinâmicas de aprendizagem como essas que é implementado o processo de diversificação da programação, renovando o conjunto da produção cultural que ciclicamente precisa ser reposta no mercado televisivo. Isto é

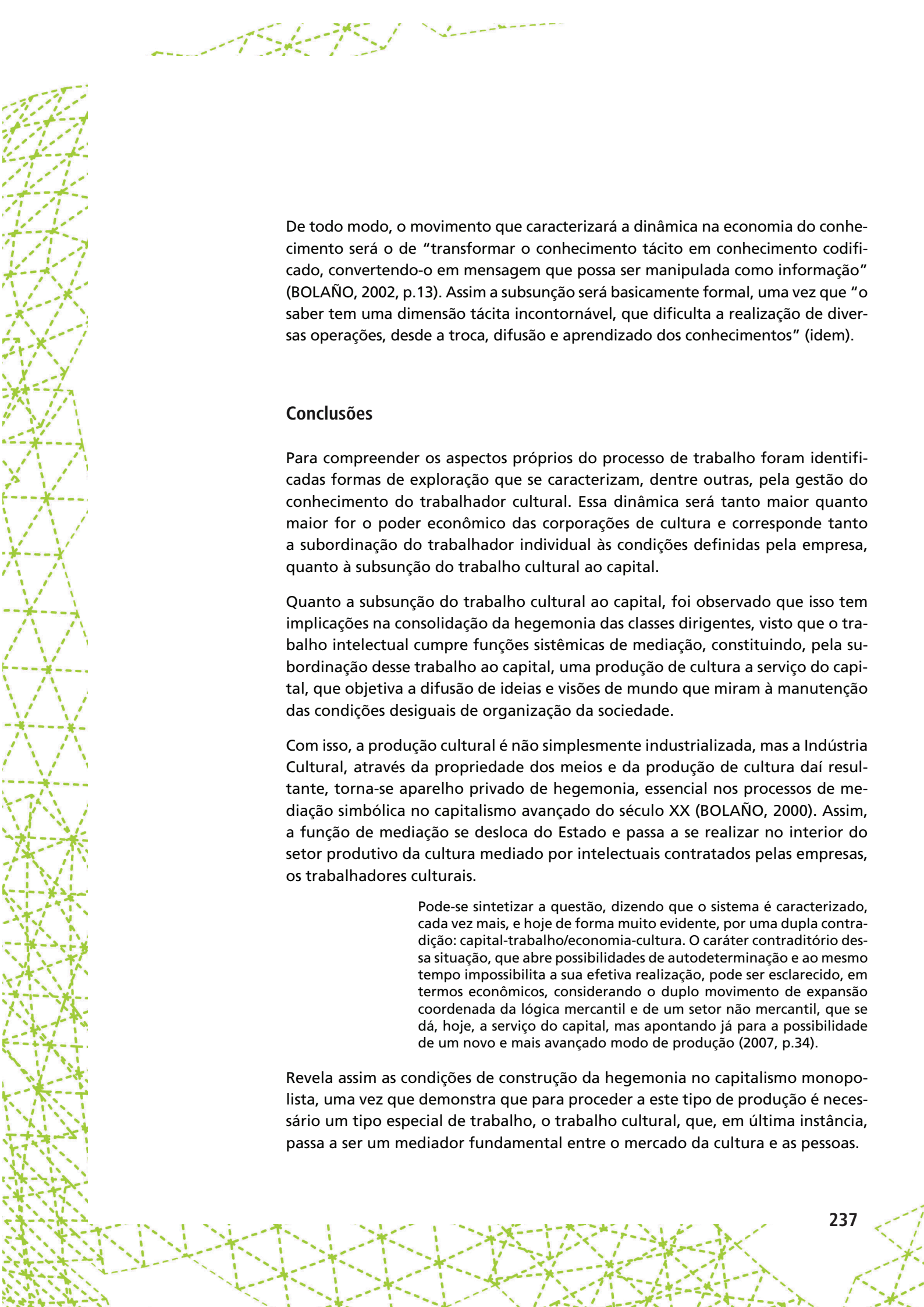
vital para que ela sustente ou amplie sua participação no que se refere à audiência e ao mercado anunciante. Cabe observar aqui que a adoção de uma determinada inovação por uma empresa de TV não se dá em geral com o objetivo de reduzir custos, como em outras indústrias. Dá-se fundamentalmente para servir a uma estratégia de diferenciação de produtos [...] de absorver o conhecimento novo e desenvolvê-lo (BOLAÑO, 2004, p.77).

O que pode ser observado é que a inserção de trabalhadores culturais em processos de aprendizagem favorece a absorção do conhecimento daqueles pela empresa cultural submetendo o trabalho intelectual à dinâmica concorrencial da economia, o que explicita a subordinação do trabalho intelectual e cultural à dinâmica capitalista, ainda que pela sua própria natureza, de maneira sempre limitada.

Ao longo do tempo, o processo de experimentação possibilita a conversão do conhecimento tácito em codificado. Isto, a partir da implantação de rotinas de produção cultural específicas, que favorecem sua internalização definitiva, por parte da empresa, podendo ser reproduzido em seus processos produtivos independente dos trabalhadores culturais que o criaram

Em todos os casos, o conhecimento do trabalhador será apropriado de acordo com os objetivos estratégicos da empresa, acomodando suas habilidades aos padrões de produção da firma e sujeitando-o a determinações de ordem econômica.

A maior parte das empresas combina os dois métodos de desenvolvimento dos recursos humanos, entretanto, a ênfase difere, o que constitui aspecto crucial na estratégia da empresa [...] A empresa pode ampliar sua competência mediante contratação de empregados mais habilitados ou pode ela desenvolver as habilidades dos seus empregados (LUNDVAL, 2000, p.205)



De todo modo, o movimento que caracterizará a dinâmica na economia do conhecimento será o de “transformar o conhecimento tácito em conhecimento codificado, convertendo-o em mensagem que possa ser manipulada como informação” (BOLAÑO, 2002, p.13). Assim a subsunção será basicamente formal, uma vez que “o saber tem uma dimensão tácita incontornável, que dificulta a realização de diversas operações, desde a troca, difusão e aprendizado dos conhecimentos” (idem).

Conclusões

Para compreender os aspectos próprios do processo de trabalho foram identificadas formas de exploração que se caracterizam, dentre outras, pela gestão do conhecimento do trabalhador cultural. Essa dinâmica será tanto maior quanto maior for o poder econômico das corporações de cultura e corresponde tanto a subordinação do trabalhador individual às condições definidas pela empresa, quanto à subsunção do trabalho cultural ao capital.

Quanto a subsunção do trabalho cultural ao capital, foi observado que isso tem implicações na consolidação da hegemonia das classes dirigentes, visto que o trabalho intelectual cumpre funções sistêmicas de mediação, constituindo, pela subordinação desse trabalho ao capital, uma produção de cultura a serviço do capital, que objetiva a difusão de ideias e visões de mundo que miram à manutenção das condições desiguais de organização da sociedade.

Com isso, a produção cultural é não simplesmente industrializada, mas a Indústria Cultural, através da propriedade dos meios e da produção de cultura daí resultante, torna-se aparelho privado de hegemonia, essencial nos processos de mediação simbólica no capitalismo avançado do século XX (BOLAÑO, 2000). Assim, a função de mediação se desloca do Estado e passa a se realizar no interior do setor produtivo da cultura mediado por intelectuais contratados pelas empresas, os trabalhadores culturais.

Pode-se sintetizar a questão, dizendo que o sistema é caracterizado, cada vez mais, e hoje de forma muito evidente, por uma dupla contradição: capital-trabalho/economia-cultura. O caráter contraditório dessa situação, que abre possibilidades de autodeterminação e ao mesmo tempo impossibilita a sua efetiva realização, pode ser esclarecido, em termos econômicos, considerando o duplo movimento de expansão coordenada da lógica mercantil e de um setor não mercantil, que se dá, hoje, a serviço do capital, mas apontando já para a possibilidade de um novo e mais avançado modo de produção (2007, p.34).

Revela assim as condições de construção da hegemonia no capitalismo monopolista, uma vez que demonstra que para proceder a este tipo de produção é necessário um tipo especial de trabalho, o trabalho cultural, que, em última instância, passa a ser um mediador fundamental entre o mercado da cultura e as pessoas.

Referências

BARATA, Giorgio. **Antônio Gramsci em Contraponto**. Editora Unesp, 2011.

BEIRED, José. **A função social dos intelectuais**. In: **AGGIO, Alberto. Gramsci: A vitalidade de um pensamento**. São Paulo: Ed Unesp, 1998

BOLAÑO, César. **Indústria Cultural, Informação e Capitalismo**. São Paulo: Hucitec; Pólis. 2000.

_____. **Trabalho Intelectual, Comunicação e Capitalismo. A re-configuração do fator subjetivo na atual reestruturação produtiva**". Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política-SEP, n. 11, segundo semestre, São Paulo, 2002

_____. **Mercado Brasileiro de Televisão**. 2ª Ed. EDUFS. Universidade Federal de Sergipe, 2004

_____. MATTOS, Fernando. **Conhecimento e Informação na atual Reestruturação Produtiva: para uma crítica das teorias da Gestão do Conhecimento**. In: DataGramaZero - Revista de Ciência da Informação - v.5 n.3 jun, 2004

_____. SICSÚ, Abraham.(2006) **Economia do Conhecimento e Desenvolvimento Regional**. Palestra proferida por Abraham B. Sicsú na Faculdade de Agronomia de BotucatuUNESP com o título "Inovação E Competitividade: Um Enfoque Regional". Disponível em <http://www.unicap.br/neal/artigos/Texto2ProfAbraham.pdf>, acesso em 05/09/2014

_____. **Trabalho, comunicação e desenvolvimento**. Liinc em Revista, v.3, n.1, março, Rio de Janeiro, 2008

_____. **Campo Aberto**. Editora Segrase, Aracaju, 2014

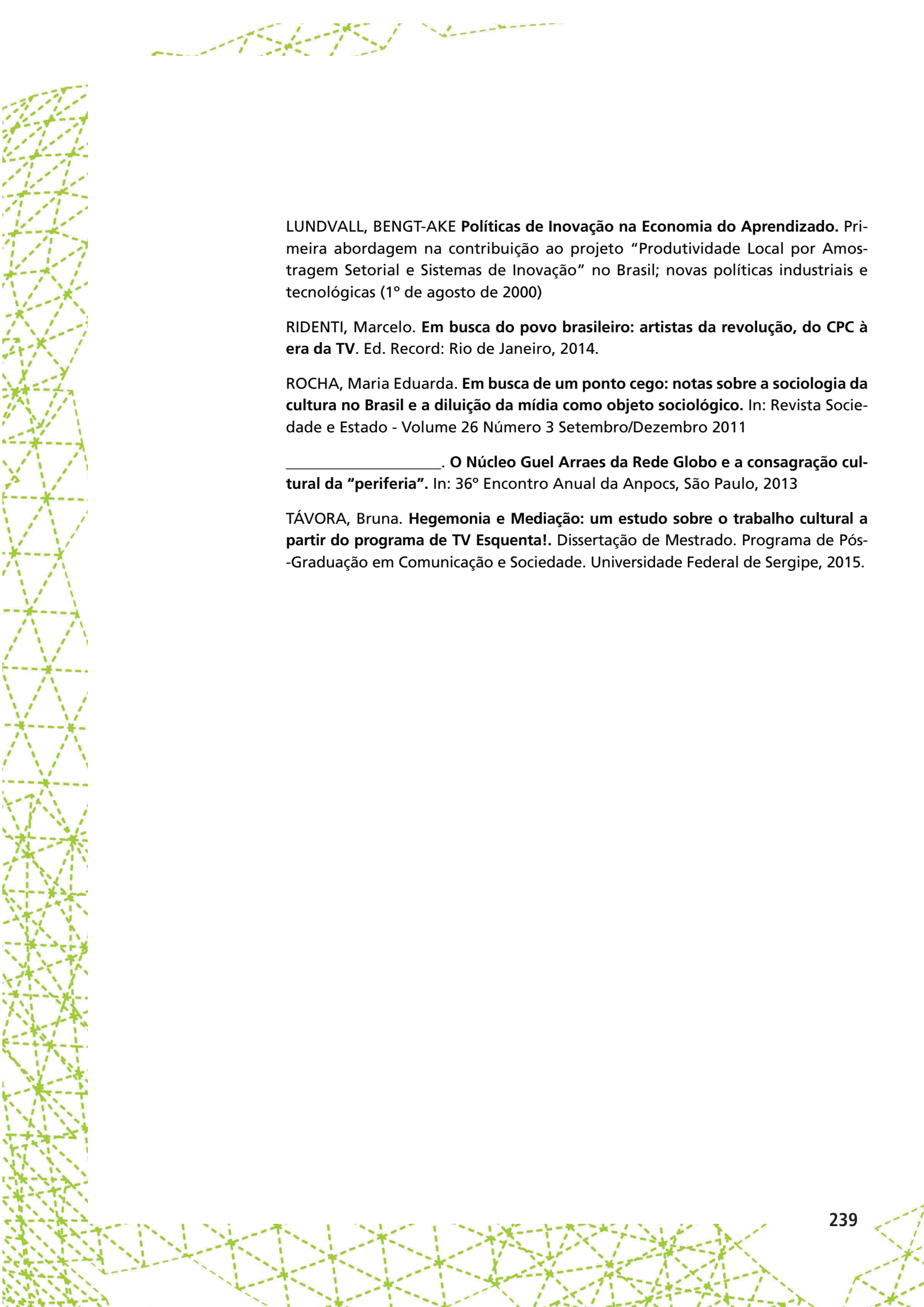
BRITTOS, Valério. **Capitalismo contemporâneo, mercado brasileiro de televisão por assinatura e expansão transnacional**. Tese de doutorado, UFBA, 2001

_____. **Televisão e barreira: as dimensões estética e regulamentar** In: JAMBEIRO, Othon; BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério (Orgs). **Comunicação, informação e cultura: dinâmicas globais e estruturas de poder**. Salvador: Edufba, 2004.

COUTINHO, Carlos Nelson. **Gramsci. Um estudo sobre seu pensamento político**. Editora Campus,1992

GRAMSCI, Antônio. **Os intelectuais e a organização da Cultura**. Rio de Janeiro, Ed. Civilização Brasileira, 5ª ed., 1985

LUNDEVALL, Bengt-ake. BJORN, Jhonson. **Promovendo sistemas de inovação como resposta à economia do aprendizado crescentemente globalizada** In: LASTRES, H.M. M.; o. In: **Informação e globalização na era do conhecimento / Helena M. M. Lastres, Sarita Albagli (organizadoras)**. — Rio de Janeiro: Campus, 2005



LUNDVALL, BENGT-AKE **Políticas de Inovação na Economia do Aprendizado**. Primeira abordagem na contribuição ao projeto “Produtividade Local por Amostragem Setorial e Sistemas de Inovação” no Brasil; novas políticas industriais e tecnológicas (1º de agosto de 2000)

RIDENTI, Marcelo. **Em busca do povo brasileiro: artistas da revolução, do CPC à era da TV**. Ed. Record: Rio de Janeiro, 2014.

ROCHA, Maria Eduarda. **Em busca de um ponto cego: notas sobre a sociologia da cultura no Brasil e a diluição da mídia como objeto sociológico**. In: Revista Sociedade e Estado - Volume 26 Número 3 Setembro/Dezembro 2011

_____. **O Núcleo Guel Arraes da Rede Globo e a consagração cultural da “periferia”**. In: 36º Encontro Anual da Anpocs, São Paulo, 2013

TÁVORA, Bruna. **Hegemonia e Mediação: um estudo sobre o trabalho cultural a partir do programa de TV Esquenta!**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade. Universidade Federal de Sergipe, 2015.