

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

Formas da expressão sociometabólica do capital no campo da música: incursões iniciais.

Luciana Requião¹

Breno Ampáro²

O fenômeno musical vem conquistando espaço como objeto de estudo contemplado pela historiografia recente. A trajetória de compositores e compositoras, o estudo da linguagem e semântica das letras e até novos campos como a sonologia e acústica se destacam nas investigações dentro desse universo. Tomada quase sempre como objeto de manifestação artística, a música, a rigor, aparece como um produto livre das determinações históricas provocadas pelo capital, e assim, estudada sob um prisma distante das relações sociais históricas concretas que a determinam.

Uma consideração notável a esse respeito é que as pesquisas que se debruçam sobre o trabalho no campo da música ainda são escassas e difusas entre as diversas áreas do conhecimento. Porém, principalmente a partir da segunda década do século XXI, é possível observar um crescente interesse de músicos-pesquisadores em compreender questões relacionadas ao trabalho. Com aportes teóricos de diversas áreas, em geral apontam para a intensificação dos processos de precarização do trabalho e para as transformações nos processos de produção da indústria fonográfica, que pode-se dizer ser a espinha dorsal da cadeia produtiva da economia da música.

Em diálogo com a proposta do Grupo de Trabalho “História e Marxismo 1: Capitalismo contemporâneo, luta de classes, capital imperialismo, teoria, conjuntura” no presente texto busca-se observar as formas como as múltiplas dimensões do capitalismo contemporâneo vem transformando os processos e as relações de trabalho de músicos face à atual conjuntura política, social, histórica e cultural. Em particular, nos interessa compreender

¹ Professora associada do Instituto de Educação de Angra dos Reis da Universidade Federal Fluminense- UFF. Doutora em Educação pela Universidade Federal Fluminense onde também desenvolveu pesquisa de pós-doutorado. Mestre em Música pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro.

² Doutorando em História Social pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC SP. Mestre em História Social pela mesma universidade.

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

como o valor se expressa na medida em que a mercadoria musical atinge sua máxima imaterialidade ao assumir, como mercadoria, o formato digital.

Trata-se de uma incursão inicial sobre os novos processos de trabalho e de extração de mais-valor no campo da música, campo no qual as tecnologias vêm assumindo o controle do processo de trabalho e, conseqüentemente, o controle sobre trabalhadores e trabalhadoras. Como consequência, questionamos o ideal burguês de liberdade, igualdade e fraternidade, comumente encontrado em discursos que apregoam a introdução da tecnologia nos processos de trabalho como uma forma de democratização dos meios de produção.

Dessa forma, busca-se discutir o trabalho musical perante as intensas e inimagináveis (a não ser na ficção científica!) formas como vem se reconfigurando a indústria da música. Das plataformas de *streaming* à inteligência artificial (IA), vemos postos de trabalho sendo exterminados, uma extrema concentração de capital e poder, mudanças estruturais na forma de organização da indústria, que passa de produtora de mercadorias ao setor de serviços (a chamada economia do acesso), além de uma completa dependência de inovações tecnológicas que sobrepujam a própria inovação artística musical, entre outras questões.

A escassa literatura científica que assume a perspectiva de entender de que forma o trabalho humano ainda pode arvorar a dinâmica metabólica do capital no campo da música confere à presente abordagem um perfil ensaístico, obviamente não menos comprometido com as questões aqui candentes.

Música concreta: formas de expressão do valor

Algo que aparenta ser razoável do ponto de vista metodológico é captar toda a rede possível de mediações do objeto a partir de sua aparição fenomênica e, portanto, histórica, de forma que se constitua um elo concretamente situado em perspectiva de análise, não mais como um fenômeno isolado, mas como elemento concreto pensado. O primeiro desafio que se impõe nesse sentido é identificar em sua substância material de que trabalho musical se fala. Marx, em *O trabalho produtivo e improdutivo*, ilumina a questão, mesmo que em caráter de abstração.

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

Uma cantora que entoa como um pássaro é um trabalhador improdutivo. Na medida em que vende seu canto, é assalariada ou comerciante. Mas a mesma cantora, contratada por um empresário que a faz cantar para ganhar dinheiro, é um trabalhador produtivo, já que produz diretamente para o capital.³

A óptica argumentativa enlaça dois aspectos qualitativos na discussão sobre o trabalho, são eles o caráter produtivo e o improdutivo. Há de se considerar que não se trata de conferir produtividade/improdutividade a um status específico sobre a forma de positivação humana por meio do trabalho. Marx já mostrou em outro momento o caráter metabólico e transformador do trabalho na mediação entre o ser humano e a natureza.⁴

O que interessa notar é a variação morfológica de como a mesma atividade (o cantar) se transforma de acordo com seu vínculo societal, variando, portanto, a condição de sua produtividade em relação ao capital. Nesse ponto, entende-se que produtivo é o trabalho que produz valor. Aqui, no entanto, não se trata de valor apenas como carga simbólica, tampouco o quanto de trabalho acumulado se necessita para a obtenção do produto enquanto resultado da força de trabalho em movimento. Somente a partir da mediação entre comprador e vendedor, enquanto mercadoria que valoriza outra mercadoria, é que se pode conferir a produtividade da força de trabalho. Dessa forma, no momento em que a cantora vende sua força de trabalho ao empresário, que dela faz uso para aumentar seu capital, emerge a condição produtiva do seu trabalho.

A essa altura, portanto, cabe indagar de que forma a força de trabalho no campo musical se expressa como valor de uso, e como esta é capaz de valorizar outras mercadorias. Para efeito analítico, é preciso que se verifique a especificidade da mercadoria musical em questão. Isso significa distinguir e precisar as diversas formas possíveis de se mercadorizar o elemento artístico que se apresenta. Essa etapa se faz necessária justamente por tratar-se de um elemento peculiar em seu aspecto material. As formas de sua produção e consumo apresentam-se historicamente mutáveis se considerarmos, por exemplo, o grau de desenvolvimento tecnológico das forças produtivas e o estatuto de sua tangibilidade.

³ K. Marx, “Trabalho produtivo e trabalho improdutivo”, In: R. Antunes (org.), *A dialética do trabalho*, 2013.

⁴ K. Marx, “O processo de trabalho e o processo de valorização”, In: Idem, *O Capital: crítica da economia política: livro I - o processo de produção de capital*, 2017.

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

A música, enquanto manifestação, é uma expressão particularmente humana. Por meio da interação das forças essenciais postas em movimento pelo trabalho, sua forma se apresenta num grau de especificidade peculiar aos sentidos postos em movimento.

[...] assim como a música desperta primeiramente o sentido musical do homem, assim como para o ouvido não musical a mais bela música não tem nenhum sentido, é nenhum objeto, porque o meu objeto só pode ser a confirmação de uma das minhas forças essenciais, portanto, só pode ser para mim da maneira como a minha força essencial é para si como capacidade subjetiva, porque o sentido de um objeto para mim [...] vai precisamente tão longe quanto vai o meu sentido [...] é apenas pela riqueza objetivamente desdobrada da essência humana que a riqueza da sensibilidade humana subjetiva, que um ouvido musical, um olho para a beleza da forma, em suma as fruições humanas todas se tornam sentidos capazes, sentidos que se confirmam como forças essenciais humanas, em parte recém-cultivados, em parte recém- engendrados.⁵

Como produto do trabalho, portanto, a música, tomada aqui em forma abstrata, nasce como resposta a uma determinada carência comunicacional humana. Por se tratar de uma expressão objetiva de graus da sensibilidade, sentidos e valores históricos, expressa-se como valor de uso, que, posto à luz do desenvolvimento metabólico do capital, torna-se mercadoria.

Assim, adentrando o universo da relação entre sua produção e consumo, é importante considerar que são etapas interdependentes, não só na forma objetiva da mercadoria, mas também como o consumo dessa mercadoria se efetiva.⁶ Fica evidente pelo exposto que a forma de fruir a música se expressa por meio de um enlace entre produção e consumo que é determinado historicamente. A peculiaridade de cada modo de consumo responde a uma particularidade histórica e objetiva. “A necessidade que o consumo sente do objeto é criada pela própria percepção do objeto. O objeto da arte [...] cria um público capaz de apreciar a

⁵ K. Marx, *Manuscritos econômico-filosóficos*, 2010, p.110.

⁶ Inspirando tal reflexão, Marx traz argumentação precisa sobre a temática. “Assim como o consumo deu ao produto seu fim como produto, a produção dá o fim do consumo. Primeiro, o objeto não é um objeto em geral, mas um objeto determinado que deve ser consumido de um modo determinado, por sua vez mediado pela própria produção. Fome é fome, mas a fome que se sacia com carne cozida, comida com garfo e faca, é uma fome diversa da fome que devora carne crua com mão, unha e dente.” K. Marx, *Grundrisse: manuscritos econômicos de 1857-18581 - esboços da crítica da economia política*, 2011, p. 47.

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

arte e de sentir prazer com a beleza. A produção [...] produz não somente um objeto para o sujeito, mas [...] um sujeito para o objeto.”⁷

Em estágios anteriores, a música só poderia ser consumida no ato da sua produção. Trazida ao mundo pela sua forma imaterial, evanescente como condição específica de ser indissociada do ato de sua produção, tal forma de consumo expressava a particularidade histórica do grau de desenvolvimento das forças sociais. No atual estágio do desenvolvimento das forças produtivas, no entanto, as formas pretéritas coexistem com novas condições de produção e consumo da mercadoria. Com o avanço do modo de produção capitalista, a mercantilização das manifestações artísticas encontrou uma dinâmica peculiar forjada à base da indústria cultural. Especificamente por expressar uma condição da arte como mercadoria, o desdobramento tecnológico dessa forma de valor não só possibilitou uma ruptura no perfil da mercadoria, podendo então ser produzida, gravada e reproduzida por meio do aparato fonográfico, como também expandiu os mecanismos de produção, distribuição, troca e consumo da música.

Do cilindro ao formato MP3, a forma de produção e fruição do conteúdo musical, mediado então pela indústria fonográfica, expressa a condição máxima da articulação entre trabalho, tecnologia e particularidade histórica até aqui. O que responde à necessidade primeira do modo de produção do capital de aumento do sobrevalor condicionado pelo rebaixamento dos custos de produção.

Novos sons: morfologia da mercadoria musical

[...] os interessados em dar explicação estritamente técnica se esquecem de dizer que o terreno no qual a técnica conquista seu poder sobre a sociedade é o poder que os economicamente mais fortes exercem sobre essa sociedade, de forma que a racionalidade técnica seria a racionalidade da própria dominação. Diante disso, essa dinâmica pode ser examinada a partir de duas posições extremas: uma que faz das tecnologias o instrumento

⁷ K. Marx, *Grundrisse*: manuscritos econômicos de 1857-18581 - esboços da crítica da economia política, 2011, p.47.

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

neutro da sociedade, e outra que a entende como força que aumenta a produtividade do capital e não apenas do trabalho.⁸

A música adquire o estatuto de mercadoria tão logo possa se expressar como valor dentro da lógica do capital. Isso quer dizer que, como artefato mercantil, apresenta-se como uma manifestação abstrata possível de ser intercambiada por um valor de troca (expressão abstrata do valor que não guarda relação com o valor de utilidade da mercadoria). Em seu estágio primitivo, sua realização enquanto mercadoria só era possível mediante o consumo concomitante à sua produção, pois se tratava de um valor de uso não material indissociável do músico que a tocava.

Com o desenvolvimento histórico das forças de trabalho, das condições de produção e o consequente acirramento de suas contradições, pode-se dizer que as transformações tecnológicas, sobretudo nas formas de produção e consumo de mercadorias, foram o principal eixo que não só possibilitou como também revigorou as formas de existência do capital. “[...] quando uma tecnologia é adotada na sociedade, ela não afeta apenas aqueles que estão diretamente expostos, mas acaba propiciando a existência de um sistema (ambiente) de tecnologias (serviços), estruturando toda a vida social ao redor.”⁹

O impacto do desenvolvimento tecnológico nas formas de produção, distribuição e consumo de produtos e serviços culturais é inexorável. Como aponta De Marchi, vai além de algo circunscrito ao âmbito econômico, determinista, ao contrário disso, coaduna base e superestrutura.¹⁰ Nesse sentido, a cultura é tomada como um setor produtivo ao mesmo tempo que representa a determinação de modos de vida.

Importante notar que De Marchi não dá um tom fatalista ao tema, impondo que a tecnologia por sua simples existência teria esse efeito transformador. O que está em jogo é toda uma reestruturação produtiva que intencionalmente utiliza a tecnologia para o aumento

⁸ A. Coutinho, “Teorizações do trabalho imaterial: a produtividade do artista no mundo do trabalho”, *Cadernos Cemarx*, 8, p. 49-64, 2016.

⁹ L. De Marchi, “A Angústia do Formato: uma História dos Formatos Fonográficos”, *E-Compós*, 2, 2005, p.4-5.

¹⁰ “Temos de reavaliar a ‘determinação’ para a fixação de limites e o exercício de pressões, afastando-a de um conteúdo previsto, prefigurado e controlado. Temos de reavaliar ‘superestrutura’ em direção a uma gama de práticas culturais relacionadas, afastando-a de um conteúdo refletido, reproduzido especificamente dependente. E, fundamentalmente, temos de reavaliar ‘base’, afastando-a da noção de uma abstração econômica e tecnológica fixa e aproximando-a das atividades específicas de homens em relações sociais e econômicas reais, atividades que contêm contradições e variações fundamentais e, portanto, encontram-se sempre num estado de processo dinâmico.” R. Williams, *Cultura e materialismo*, 2011.

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

de sua produtividade e de sua lucratividade. Compreender esse processo, e suas consequências para o trabalho daqueles que atuam no setor, é um desafio que se impõe.

A mercadoria musical, outrora representada por suportes físicos como o disco de cera ou vinil e fitas eletromagnéticas e, portanto, quantificável, toma forma mediante arquivos como o MP3, que são reproduzíveis em escala impossível de ser calculada. Nesse sentido, o fonograma passa a se apresentar como uma ubiquidade, por consequência de sua infinita reproduzibilidade, perdendo expressivamente seu valor. De outro lado, os meios de acesso ao conteúdo musical – como as plataformas de *streaming* – passam a exercer um protagonismo sem precedentes, e tornam-se a verdadeira mercadoria (ou serviço) a ser vendida e valorizada no mercado cultural. Com isso, “já não é mais possível determinar um preço final a um serviço, medindo-se pelos custos de produção; deve-se lidar uma série de variáveis, como a disposição dos usuários a pagar, capacidade de controlar o fluxo de informações através ou de dispositivos tecnológicos legais (leis de propriedade intelectual), entre outros”¹¹.

Esse processo foi caracterizado por Rifkin (2001) como *A Era do Acesso*.

Na nova era, os mercados estão cedendo lugar às redes, e a noção de propriedade está sendo substituída rapidamente pelo acesso. As empresas e os consumidores estão começando a abandonar a realidade central da vida econômica moderna – a troca de bens materiais entre vendedores e compradores no mercado. Isso não significa que a propriedade irá desaparecer no início da Era do Acesso. Ao contrário. A propriedade continuará a existir, mas com uma probabilidade bem menor de ser trocada em mercados. Em vez disso, os fornecedores detêm a propriedade na nova economia e fazem *leasing*, alugam ou cobram uma taxa pela admissão, pela assinatura ou pela associação a curto prazo. A troca de bens entre vendedores e compradores – o aspecto mais importante do sistema de mercado moderno – dá lugar ao acesso a curto prazo entre servidores e clientes que operam em rede.¹²

O panorama apresentado por Rifkin, publicado ainda no início do século XXI, vem se confirmando a cada dia. Alves argumenta que “a digitalização [...] aproximou,

¹¹ L. De Marchi, “Novos modelos de negócio na indústria da música: uma análise do P2P, do download pago, do podcast e dos serviços de streaming”, *Trama: Indústria Criativa em Revista*, Ano 3, v.5, ago.-dez. 2017, p. 220-227. Antunes ressalta que esse fato não significa retração na lei do valor. Segundo o autor, “o mundo do capital vem assistindo a uma forte ampliação de seus mecanismos de funcionamento, incorporando novas formas de geração de trabalho excedente (presentes nos trabalhos terceirizados ou pautados pela informalidade etc.)”. R. Antunes, *O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviços na era digital*, 2018, p.30.

¹² J. Rifkin, *Era do Acesso*, 2001, p.4.

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

definitivamente, as interfaces entre arte, tecnologia, cultura, inovação e desenvolvimento ou, em outros termos, permitiu a consolidação definitiva de um novo amálgama entre o domínio simbólico-estético-artístico e o domínio econômico-comercial-tecnológico”. O incremento tecnológico, motivado pela intensa necessidade de inovação da indústria, propiciou o surgimento do chamado *capitalismo cultural-digital*, processo que corresponde à *digitalização do simbólico* e que acarretou profundas mudanças no mercado cultural em todo o mundo.¹³

Estudos como o da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro - FIRJAN¹⁴ mostram o quanto é representativo o desenvolvimento tecnológico para a indústria criativa no Brasil. Uma análise mais recente, publicada em 2019, afirma que “a inovação tecnológica, ao determinar transformações radicais no modo de consumo de produtos como a música, determina ainda alterações significativas nas relações e nos processos de trabalho nessa área”¹⁵.

As consequências desse processo para o mundo do trabalho vêm sendo observadas por autores como o sociólogo Ricardo Antunes, que contraria o “mito” do fim do trabalho e aponta novas formas de exploração da força de trabalho. Isso significa que a inovação tecnológica, que poderia oferecer aos humanos maior liberdade, ao contrário, como um meio de produção altamente concentrado nas mãos de poucos, torna-se instrumento de alienação, precarização e subsunção real do trabalho ao capital.

Em pleno século XXI, mais do que nunca, bilhões de homens e mulheres dependem de forma exclusiva do trabalho para sobreviver e encontram, cada vez mais, situações instáveis, precárias, ou vivenciam diretamente o flagelo do desemprego. Isto é, ao mesmo tempo que se amplia o contingente de trabalhadores e trabalhadoras em escala global, há uma redução imensa dos empregos; aqueles que se mantêm empregados presenciam a corrosão dos seus direitos sociais e a erosão de suas conquistas históricas, consequência da lógica destrutiva do capital que, conforme expulsa centenas de milhões de homens e mulheres do mundo produtivo (em sentido amplo), recria, nos mais distantes e longínquos espaços, novas

¹³ E. P. M. Alves, “A digitalização do simbólico e o capitalismo cultural-digital: a expansão dos serviços culturais-digitais no Brasil”, *Sociedade e Estado*, v. 34(1), jan.-abr. 2019, p.129-157.

¹⁴ Firjan, *Mapeamento da indústria criativa no Brasil*, 2016.

¹⁵ L. Requião, “Mundo do trabalho e música no capitalismo tardio: entre o reinventar-se e o sair da caixa”, *OPUS*, v. 26(2), p. 1-25, out. 2020.

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

modalidades de trabalho informal, intermitente, precarizado, “flexível”, depauperando ainda mais os níveis de remuneração daqueles que se mantêm trabalhando.¹⁶

Para os trabalhadores da cultura, são exigidas mudanças, referidas pela FIRJAN como uma necessidade de “reinventar-se” e “sair da caixa”, de modo a atender à chamada “Economia sob Demanda”, “com a contratação crescente de funcionários temporários – sejam eles *freelancers*, sejam pessoas jurídicas”¹⁷. Aqui vemos um intenso processo de convencimento de que musicistas, por exemplo, devam mudar seu estatuto de trabalhador para o estatuto de empreendedor, com severas consequências para a reprodução e para a manutenção dessa força de trabalho.¹⁸

No caso da indústria da música, em particular a indústria fonográfica, alicerce de toda a cadeia produtiva do setor musical, o desafio enfrentado vem sendo a necessidade de adaptação (reinvenção?) às novas formas de consumo por meio de plataformas que dão acesso ao conteúdo musical, o que, segundo De Marchi, abre espaço para novas modalidades de empresas fonográficas.¹⁹ Para Alves, vivenciamos um processo de transformação das principais corporações de tecnologia digital em empresas de arte, cultura e entretenimento.²⁰ Tais serviços são mediados pela internet, estão no centro da economia global contemporânea e caracterizam-se pela oferta de um serviço mediado pela tecnologia, e não mais atuando como produtores de mercadorias, como foi o caso da indústria fonográfica da forma como tradicionalmente a concebemos.

“O Uber, a maior empresa de táxi do mundo, não tem veículos; o Facebook, a mídia mais popular do mundo, não cria conteúdo; o Alibaba, o varejista mais valioso, não tem estoque; a Airbnb, o maior fornecedor de acomodações do mundo, não tem imóveis.”²¹ E a indústria fonográfica não mais produz música ou produtos musicais. Possivelmente, as

¹⁶ R. Antunes, *O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviços na era digital*, 2018, p.25.

¹⁷ Firjan. *Mapeamento da indústria criativa no Brasil*, 2016, p.9.

¹⁸ Cf. L. Requião, “Mundo do trabalho e música no capitalismo tardio: entre o reinventar-se e o sair da caixa”, *OPUS*, v. 26(2), p. 1-25, out. 2020. L. Requião, “A morte (ou quase morte) do músico como um trabalhador autônomo”, *Anais do Colóquio Internacional Marx e o Marxismo 2017: de O capital à Revolução de Outubro (1867-1917)*, 2017.

¹⁹ L. De Marchi, “Novos modelos de negócio na indústria da música: uma análise do P2P, do download pago, do podcast e dos serviços de streaming”, *Trama: Indústria Criativa em Revista*, Ano 3, v. 5, ago.-dez. 2017, p.220-227.

²⁰ E. P. M. Alves, “A digitalização do simbólico e o capitalismo cultural-digital: a expansão dos serviços culturais-digitais no Brasil”, *Sociedade e Estado*, v. 34(1), jan.-abr. 2019, p.129-157.

²¹ E. P. M. Alves, “A digitalização do simbólico e o capitalismo cultural-digital: a expansão dos serviços culturais-digitais no Brasil”, *Sociedade e Estado*, v. 34(1), jan.-abr. 2019, p.129-157.

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

exigências de adaptação dos trabalhadores da cultura mencionadas pela FIRJAN referem-se a esse novo modelo de negócios, participe do “advento da chamada inovação disruptiva, no qual novas plataformas digitais remodelam por completo muitos mercados globais”²².

De Marchi chama a atenção para a jamais vista possibilidade de substituição de trabalho vivo por trabalho morto na indústria da música. Isso se dá por meio da inteligência artificial²³ e se apresenta como um grande desafio para o mundo do trabalho, colocando “em xeque determinadas profissões, aumentando a desigualdade econômica entre os agentes dessa indústria e colocando limites no acesso público à pluralidade de bens culturais”²⁴.

A enorme desigualdade econômica, o altíssimo nível de concentração financeira entre as *majors* e os algoritmos de produção musical como a inovação que “promete a mais profunda transformação no mercado de trabalho da música gravada”²⁵ desafiam trabalhadores e trabalhadoras da música, em especial aqueles e aquelas com menor qualificação para atuar com as demandas tecnológicas.

Os profissionais que souberem programar a IA, grandes cantores/as, notáveis intérpretes e compositores de músicas de sucesso terão seu espaço garantido nesse novo cenário (e provavelmente ganharão muito mais dinheiro do que ganham atualmente), mas outros tipos de profissionais menos qualificados podem ter de abandonar o mercado de música.²⁶

O mercado musical é apontado por Alves como aquele mais digitalizado do mundo.

Em 2014, 46% de toda a música consumida no planeta já era digital, ficando os conteúdos musicais fruídos por meios de suportes físicos com outros 45% e as performances musicais ao vivo com 9%. Em 2016, 50% de todo faturamento do mercado fonográfico global foi gerado pela esfera digital, tendo os suportes físicos (CDs e DVDs) contribuído com 34% e as performances (shows) ao vivo correspondendo a 14%. Esse mercado passou a contar com a maior presença dos serviços culturais-digitais, especialmente aqueles ofertados através de

²² Ibidem, p. 136.

²³ Para De Marchi, a chamada Quarta Revolução Industrial é representada pelo “rápido avanço da Inteligência Artificial (IA) [que] tem produzido a automação de diversas atividades, prometendo romper profundamente com práticas estabelecidas de produção e consumo de bens e serviços”. E. Magi; L. De Marchi (orgs.), *Diálogos interdisciplinares sobre a música brasileira*, 2020, p.225.

²⁴ Ibidem, p.225-226.

²⁵ Ibidem, p.239.

²⁶ Ibidem, p.239.

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

assinaturas digitais ancorados na tecnologia do streaming, liderados por plataformas como Spotify, Apple Music e Deezer.²⁷

Do ponto de vista do consumo, a grande diferença está naquilo que se consome: um bem cultural ou um serviço cultural-digital? “A prática de consumo do conteúdo de um show musical refere-se ao consumo de um bem cultural; já a audição desse mesmo conteúdo musical nas plataformas musicais de *streaming*, como Spotify e Apple Music, transforma-se no consumo de um serviço cultural-digital”²⁸.

Assim como De Marchi, Alves prevê o alto potencial de acirramento das desigualdades sociais inerentes a essa nova etapa do processo de acumulação capitalista.

O Brasil, como diversos países do mundo, mediante a digitalização de seus mercados culturais convencionais, tem abrigado um capitalismo-digital que se expande e consolida no âmbito de uma estrutura de assimetrias bastante acentuada – de renda, escolaridade e região –, potencializando profundas desigualdades nas práticas de consumo dos serviços culturais-digitais.²⁹

Desse modo, o que parecia aos olhares mais inocentes um intenso processo de democratização do acesso à cultura, de promoção de diversidade cultural e de defesa e preservação da identidade de um povo, conforme preconiza a UNESCO³⁰ em sintonia com os ideais de liberdade, igualdade e fraternidade, o que temos é mais um instrumento de dominação e concentração de capital.

Marx realiza a relação de proporcionalidade entre horas necessárias à produção e quantidades de mercadorias produzidas. Não obstante, na problemática teórica de Marx sobre valor-trabalho, não há a tentativa de determinação do valor como algo essencialmente calculável, matematicamente mensurável, aritmeticamente previsível. Em Marx, o valor de uma mercadoria não é o valor incorporado nela individualmente, mas sim o trabalho social necessário a sua produção. Sob este pressuposto, uma mercadoria pode ter seu valor alterado

²⁷ E. P. M. Alves, “A digitalização do simbólico e o capitalismo cultural-digital: a expansão dos serviços culturais-digitais no Brasil”, *Sociedade e Estado*, v. 34(1), jan.-abr. 2019, p.138.

²⁸ *Ibidem*, p.140

²⁹ *Ibidem*, p.155

³⁰ J. P. Cuéllar (org.), *Nossa diversidade criadora: relatório da Comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento*, 1997.

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

após sua produção. Marx promove uma diferenciação essencial entre valor (enquanto conteúdo da relação de determinada produção social) e valor de troca (enquanto manifestação do valor na esfera da troca). As objeções mencionadas à teoria-valor de Marx são fruto de uma interpretação quantitativista do valor. Além do aspecto quantitativo que se manifesta nas trocas sob a forma fenomênica do valor de troca, o valor possui um aspecto qualitativo. A pergunta que deve ser feita em relação à teoria do valor nesse contexto é: como o trabalho imaterial entra no processo de produção do valor que valoriza o capital?³¹

A questão posta pela pesquisadora nos desafia a compreender as atuais formas de relação entre os músicos, produtores de música e a engrenagem que distribui esse bem, agora em sua forma imaterial. Vale frisar essa questão, da imaterialidade da obra musical, observando que aqui não estamos nos referindo a um serviço como aquele que acontece nas apresentações ao vivo, tampouco à música veiculada em suportes como o LP, a fita magnética ou o CD, por exemplo. A mercadoria musical digitalizada não possui forma tangível ou material. Nesse ponto, merece ser destacado que o fetichismo da mercadoria musical, por seu grau de imaterialidade, assume sua forma mais plena e corrobora ainda mais o caráter fictício da produção.

Os serviços de *streaming*, que atuam na mediação entre produtores e consumidores, apropriam-se do trabalho alheio na condição de trabalho não pago – aquele que corresponde ao efetivo valor de uso dos serviços oferecidos –, na maioria das vezes sem garantir remuneração ao real produtor de música, e o disponibilizam por meio das plataformas, realizando seu valor de troca e, conseqüentemente, sua forma mercadoria. Trata-se de uma espetacular exacerbação da apropriação de trabalho não pago, tal qual acontece em plataformas semelhantes voltadas ao transporte ou à alimentação.

Assim, a música produzida “do lado de fora” parece estar à parte do processo produtivo, quando ela é, na verdade, parte intrínseca. Assim, fetichizado, o trabalho dos músicos é tido como um “investimento” e a enorme quantidade de trabalho não pago é ocultada. Aqui temos um bom exemplo da relação entre aparência e essência.

Vale notar o caráter de interdependência entre os músicos (que nesse contexto são transmutados em empreendedores ou assalariados de si mesmo) e as grandes corporações que controlam o mercado de distribuição. Mesmo possuindo os meios de produção para a

³¹ A. Coutinho, “Teorizações do trabalho imaterial: a produtividade do artista no mundo do trabalho”, *Cadernos Cemarx*, 8, p.49-64, 2016, p.60-61.

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

confeção da música digitalizada, esses trabalhadores e trabalhadoras não possuem meios de distribuição eficazes e competitivos, cada vez mais concentrados nas mãos do grande capital. “O nível de concentração financeira entre as *majors* seria algo sem paralelos na história da indústria.”³²

Trata-se, pois, de uma espécie de trabalho que suporta relações sociais contraditórias: enquanto possuidor dos meios de produção, este poderá até ser considerado capitalista, mas um capitalista precário, mais próximo das condições do trabalhador assalariado de si mesmo ou assalariado indireto do capital. Porque, mesmo como produtor independente ou autônomo, o trabalhador da música, por exemplo, é cercado pelas condições de mercado que o colocam frequentemente na condição de um trabalhador informal, sujeito a maior exploração, já que muitas vezes o valor da compra da sua força de trabalho é camuflado pelo “salário por peça”.³³

Dilemas ontológicos: o músico e a jornada de trabalho

O trabalhador dos novos tempos vê-se impelido a empregar parte do seu tempo de trabalho como atividade não remunerada. Sua nova condição parece colocá-lo diante de uma situação sem alternativas. Submete-se, então, a uma jornada cada vez maior de trabalho não pago, na esperança de que a sua mercadoria, na forma imaterial, ganhe alguma expressividade no número de reproduções virtuais, momento em que o valor do produto de seu trabalho se realiza. Para isso, é preciso que veicule a sua música, em forma de arquivo reprodutível virtual, em alguma plataforma de *streaming*.

No que consiste, então, a etapa de trabalho não pago? Veja-se que considerar o artefato musical em formato compatível em relação à plataforma que irá reproduzi-lo é apenas o momento final, etapa na qual o produto do trabalho artístico encontra-se pronto para ser distribuído e consumido e para se realizar, enfim, enquanto mercadoria. O dilema do artista se apresenta exatamente pela quantidade de trabalho não pago constituinte do ciclo produtivo da mercadoria. Em outras palavras, o desafio que se põe diante do músico está justamente em

³² E. Magi; L. De Marchi (orgs.), *Diálogos interdisciplinares sobre a música brasileira*, 2020, p. 239.

³³ A. Coutinho, “Teorizações do trabalho imaterial: a produtividade do artista no mundo do trabalho”, *Cadernos Cemarx*, 8, p.49-64, 2016, p.60.

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

relacionar a incerteza da viabilidade da comercialização e do retorno de sua mercadoria com os custos do tempo de trabalho socialmente necessário para transformar uma ideia musical em música gravada para a sua distribuição.

Tomando o processo pelo prisma de Marx, não se trata apenas de identificar a música enquanto mercadoria, mas de proceder a uma análise que possa estabelecer as mediações mais precisas acerca do processo produtivo. Assim, é preciso reconhecer que, antes que a força de trabalho artística esteja em condição de atuar, um processo de formação e capacitação de habilidades determinadas demanda algum dispêndio, não apenas de forças vitais, mas dotações financeiras, tempo e condições para que o aprendizado da música seja possível.³⁴

Estando uma vez o músico em condições de expressar suas ideias musicais pelo manejo de seu instrumento, considere-se que ainda não foi capaz de gravar a música, posto que um arsenal de equipamentos é requerido para essa etapa. Mais uma vez, o sujeito se vê diante do dilema da incerteza. Partilhar o risco da produção e gravação de sua música com outros músicos e produtores ou assumir o risco de investir em equipamentos para, finalmente, efetivar sua ideia e convertê-la em mercadoria?

Uma vez gravada a música, nota-se que a taxa de retorno monetário por reprodução é diminuta e tendencialmente decrescente, como se espera das margens de lucro na expressão do capital. Obrigado a dividir o seu retorno com o dispositivo responsável pela distribuição da mercadoria, o músico, agora empreendedor, que acaba por reter a menor fatia nessa divisão, se pensa em retornar parte do valor que recebe como lucro, também deve pensar em reduzir ao máximo os custos de sua produção.

A concentração da indústria da música retornou às mãos das “Big Three” (Warner, Sony e Universal), ainda que em outra escala de valores e num cenário mais competitivo. O crescimento do faturamento via streaming vem sendo comemorado pela International Federation of Phonographic Industry (IFPI), que a partir de 2017 superou a venda de produtos físicos. Todavia, segundo pesquisas, esse crescimento não se reflete em igual medida na receita dos músicos. Um relatório publicado pelo CitiGroup em agosto/2018, com dados sobre o mercado da música americana, afirma que o total de lucros da indústria

³⁴ Com o intenso desenvolvimento tecnológico, uma nova questão emerge diante das habilidades específicas composicionais. Em que medida o acúmulo de saberes musicais é necessário para que se crie uma música em condição de ser vendável, dada a existência de aplicativos capazes de emular os sons da mais variada gama de instrumentos musicais ante um toque na tela de um aparelho.

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

musical no ano anterior foi de 43 bilhões de dólares. Mas, desse valor, somente 12% chegaram aos artistas.³⁵

Assim, o capital realiza a máxima de aumentar a produção com um mínimo de trabalho vivo. Não se perde, no entanto, a relação com a materialidade. Existe uma soma considerável de etapas do processo de trabalho que, para viabilizar o atual estágio de desenvolvimento do capital, encontram-se na condição de trabalho não pago.

Como sinalizado anteriormente, o fenômeno estrutural que se antevê pela condição do trabalho musical frente à indústria fonográfica é analisado aqui como particularidade de um efeito global comum e contemporâneo do próprio capital. As formas cada vez mais diretas de submissão da classe trabalhadora, livres de contrato ou direitos sociais, manifestam um quadro de aguda e ininterrupta precarização das relações trabalhistas.

A contradição que se enreda nesse sentido é que o desaparecimento das relações formais de trabalho surge como uma nova condição estrutural com a qual o capital consegue maximizar lucros. Transferindo a responsabilidade da manutenção e reprodução da força de trabalho para o Estado, diga-se de passagem, pouco comprometido, o capital passa a incrementar a sua forma de expropriação do valor em novas formas jurídicas. Assim superando a condição histórica de emprego formalizado em modalidades nas quais a remuneração pelo trabalho não se realiza mais pela compra e consumo da força de trabalho pelo capitalista, mas como uma suposta divisão nos lucros da venda da mercadoria que se objetiva na condição de trabalho não pago.³⁶

Do lado oposto da cadeia, olhando precisamente para as esferas da distribuição e do consumo de música, o aparato tecnológico que viabiliza a disrupção da forma mercadoria, impulso característico da particularidade histórica do capital, cria novas condições de existência para o mercado musical. Isso implica observar que a forma de comercialização de música já não se apresenta como uma mercadoria tangível materialmente. A completa virtualização do intercâmbio mercantil favorece uma ampliação jamais vista nas taxas de lucro da indústria fonográfica. A descentralização do polo consumidor é possibilitada pela distribuição de música via aplicativos que podem ser operados por mecanismos remotos,

³⁵ L. L. Araújo; A. C. Figueiredo, “O mercado da música e os desafios da era pós-pandemia”, In: J. L. Figueiredo; S. B. Corrêa (orgs.), *Economia criativa: gestão estratégica de setores criativos*, 2020, p.13-14.

³⁶ Cf. V. Fontes, “Capitalismo em tempos de uberização: do emprego ao trabalho”, *Marx e o Marxismo - Revista do NIEP-Marx*, v. 5(8), p.45-67, 2017.

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

como computadores portáteis ou smartphones. Tais plataformas virtuais não só viabilizam a distribuição das músicas como, por meio de algoritmos especializados na meta-análise do conteúdo musical, criam e reforçam um paradigma de consumo particular para cada consumidor.

Se por um lado o advento da inteligência artificial suscita uma série de questionamentos e debates sobre o fenecimento futuro de algumas categorias profissionais, o que se pode ver na prática, por outro, é a conformação e adaptação de certas habilidades específicas no que tange ao trabalho artístico. Pensando com Harari, a sustentação do trabalho criativo nas artes ainda se arvora na capacidade cognitiva dos seres humanos em criar a partir de necessidades ou emoções.³⁷ Resta saber até que ponto o capital permitirá a coexistência da criação artística humana ao lado das criações propostas pela inteligência artificial em franco desenvolvimento.³⁸ Assim se expressa a liberdade ilimitada do capital frente à humanidade, com igualdade entre os equivalentes e a fraternidade como um fetiche. Formas da expressão sociometabólica do capital que aqui buscamos compreender circunscritas ao campo da música.

BIBLIOGRAFIA

ALVES, Elder P. Maia. A digitalização do simbólico e o capitalismo cultural-digital: a expansão dos serviços culturais-digitais no Brasil. *Sociedade e Estado*. Brasília, v. 34 (1), jan.-abr. 2019, p.129-157.

ANTUNES, Ricardo. O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviços na era digital. São Paulo: Boitempo, 2018.

ARAÚJO, Luciana Lumyx; FIGUEIREDO, Afonso Claudio. O mercado da música e os desafios da era pós-pandemia. In: FIGUEIREDO, João Luiz de; CORRÊA, Sílvia Borges

³⁷ Cf. Y. N. Harari, *21 lições para o século 21*, 2018, p.47.

³⁸ No ano de 2016 um experimento laboratorial da empresa Sony possibilitou que um robô fizesse a meta-análise de uma série de canções da banda Beatles, constituindo assim um banco de dados. Com as informações, a inteligência artificial foi capaz de compor uma música chamada “Daddy’s car”. O que chama atenção no evento é a diminuta participação de músicos para a composição da obra, que contou apenas com o auxílio de um produtor musical no final do processo.

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

(orgs.). Economia Criativa: gestão estratégica de setores criativos. Rio de Janeiro: E-papers, 2020, p.9-23.

BLANNING, Tim. O triunfo da música: a ascensão dos compositores, dos músicos e de sua arte. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

COUTINHO, A. Teorizações do trabalho imaterial: a produtividade do artista no mundo do trabalho. Cadernos Cemarx. Campinas, n. 8, p. 49-64, 2016. DOI: 10.20396/ce marx.v0i8.10898. Disponível em: <https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/ce marx/article/view/10898>. Acesso em: 18 abr. 2021.

CUÉLLAR, Javier Pérez de (org.). Nossa diversidade criadora: relatório da Comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento. Campinas: Papirus; Brasília: UNESCO, 1997.

DE MARCHI, Leonardo. “A Angústia do Formato: uma História dos Formatos Fonográficos”. E-Compós. Brasília, 2, 2005, p.4-5.

_____. Novos modelos de negócio na indústria da música: uma análise do P2P, do download pago, do podcast e dos serviços de streaming. Trama: Indústria Criativa em Revista. Dossiê: Paisagens sonoras midiáticas. Rio de Janeiro, Ano 3, v. 5, ago.-dez. 2017, p. 220-227.

ELIAS, Nobert. Mozart, sociologia de um gênio. Rio de Janeiro: Zahar, 1995.

FERREIRA FILHO, Manoel G. (et al.). Liberdades públicas. São Paulo: Saraiva, 1978.

FIRJAN. Mapeamento da indústria criativa no Brasil. Rio de Janeiro, 2016.

FONTES, Virgínia. Capitalismo em tempos de uberização: do emprego ao trabalho. Marx e o Marxismo - Revista do NIEP-Marx. Niterói, v. 5(8), p.45-67, 2017.

GAY, Peter. Mozart. São Paulo: Objetiva, 1999.

HARARI, Yuval Noah. 21 lições para o século 21. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

HARVEY, David. Para entender O Capital - Livro I. São Paulo: Boitempo, 2013.

MAGI, Érica; DE MARCHI, Leonardo. Diálogos interdisciplinares sobre a música brasileira. São Paulo: Cultura Acadêmica; Marília: Oficina Universitária, 2020.

MARX, Karl. O capital: livro I capítulo VI (inédito). São Paulo: Livraria Editora Ciências Humanas, 1978.

_____. Manuscritos econômico-filosóficos. São Paulo: Boitempo, 2010.

_____. Grundrisse: manuscritos econômicos de 1857-18581 - esboços da crítica da economia política. São Paulo: Boitempo, 2011.

_____. Trabalho produtivo e trabalho improdutivo. In: ANTUNES, Ricardo (org.). A dialética do trabalho. São Paulo: Expressão Popular, 2013.

_____. O capital: crítica da economia política - Livro 1: o processo de produção do capital. São Paulo: Boitempo, 2017.

REQUIÃO, Luciana. “A morte (ou quase morte) do músico como um trabalhador autônomo”. Anais do Colóquio Internacional Marx e o Marxismo 2017: de O Capital à Revolução de Outubro (1867-1917). Niterói, 2017. Disponível em:

<https://www.researchgate.net/profile/Luciana_Requiao/publication/337153832_A_morte_ou_quase_morte_do_musico_como_um_trabalhador_autonomo_e_a_ode_ao_emprededorismo_o/links/5dc814bf4585151435fd62e0/A-morte-ou-quase-morte-do-musico-como-umtrabalhador-autonomo-e-a-ode-ao-emprededorismo.pdf>.

_____. “Mundo do trabalho e música no capitalismo tardio: entre o reinventar-se e o sair da caixa”. OPUS. Pelotas, v. 26(2), p. 1-25, out. 2020. Disponível em:

<<https://www.anppom.com.br/revista/index.php/opus/article/view/opus2020b2603>>.

REZENDE, Claudinei C. A renascença e a nova individuação: a substância das formas artísticas e das narrativas historiográficas na era moderna. Cerrados. Brasília, n. 57, p. 57-71, mai. 2020.

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

RIFKIN, Jeremy. Era do Acesso. São Paulo: Pearson Makron Books, 2001.

SCHAFER, R. Murray. A afinação do mundo: uma exploração pioneira pela história passada e pelo atual estado mais negligenciado aspecto do nosso ambiente - a paisagem sonora. São Paulo: Unesp, 2001.

WILLIAMS, Raymond. Cultura e materialismo. São Paulo: Editora UNESP, 2011.