

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO

ANA CAROLINE DE ASSIS COSTA

O TRABALHO INFANTIL NO *YOUTUBE KIDS*: *YOUTUBER MIRIM*
EM ANÁLISE

Goiânia
2020



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO

TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO (TECA) PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS DE TESES

E DISSERTAÇÕES NA BIBLIOTECA DIGITAL DA UFG

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD/UFG), regulamentada pela Resolução CEPEC nº 832/2007, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a [Lei 9.610/98](#), o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

O conteúdo das Teses e Dissertações disponibilizado na BDTD/UFG é de responsabilidade exclusiva do autor. Ao encaminhar o produto final, o autor(a) e o(a) orientador(a) firmam o compromisso de que o trabalho não contém nenhuma violação de quaisquer direitos autorais ou outro direito de terceiros.

1. Identificação do material bibliográfico

Dissertação Tese

2. Nome completo do autor

ANA CAROLINE DE ASSIS COSTA

3. Título do trabalho

O TRABALHO INFANTIL NO YOUTUBE KIDS: YOUTUBER MIRIM EM ANÁLISE

4. Informações de acesso ao documento (este campo deve ser preenchido pelo orientador)

Concorda com a liberação total do documento SIM NÃO¹

[1] Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. Após esse período, a possível disponibilização ocorrerá apenas mediante:

- a)** consulta ao(à) autor(a) e ao(à) orientador(a);
 - b)** novo Termo de Ciência e de Autorização (TECA) assinado e inserido no arquivo da tese ou dissertação.
- O documento não será disponibilizado durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro;
- Publicação da dissertação/tese em livro.

Obs. Este termo deverá ser assinado no SEI pelo orientador e pelo autor.



Documento assinado eletronicamente por **ANA CAROLINE DE ASSIS COSTA, Discente**, em 19/01/2021, às 22:55, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).

Documento assinado eletronicamente por **Juliana De Castro Chaves, Professora do Magistério Superior**, em 20/01/2021, às 17:00, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1788398** e o código CRC **91224828**.

ANA CAROLINE DE ASSIS COSTA

**O TRABALHO INFANTIL NO *YOUTUBE KIDS*: *YOUTUBER MIRIM*
EM ANÁLISE**

Trabalho de dissertação apresentado para a banca examinadora no Programa de Pós-Graduação em Educação da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Goiás, como requisito para obtenção do título de Mestre em Educação. Linha de Pesquisa: Fundamentos dos Processos Educativos.

Orientadora: Profa. Dra. Juliana de Castro Chaves

**Goiânia
2020**

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

COSTA, Ana Caroline de Assis
O TRABALHO INFANTIL NO YOUTUBE KIDS: YOUTUBER
MIRIM EM ANÁLISE [manuscrito] / Ana Caroline de Assis COSTA. -
2020.
LXXII, 72 f.: il.

Orientador: Profa. Dra. Juliana de Castro CHAVES.
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Goiás,
Faculdade de Educação (FE), Programa de Pós-Graduação em Educação,
Goiânia, 2020.
Bibliografia.

1. Trabalho. 2. Infância. 3. Indústria Cultural. 4. YouTube Kids. I.
CHAVES, Juliana de Castro , orient. II. Título.

CDU 1



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS

FACULDADE DE EDUCAÇÃO

ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO

Ata Nº 38 da sessão de Defesa de Dissertação de **ANA CAROLINE DE ASSIS COSTA** que confere o título de **Mestre em Educação** pelo Programa de Pós-Graduação em Educação da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Goiás-PPGE/FE/UFG.

Aos **vinte e seis dias do mês de novembro de dois mil e vinte (26/11/2020)**, a partir da(s) **09:00**, em plataforma virtual no link público de <https://meet.google.com/tyf-tkog-igp>, realizou-se a sessão pública de Defesa de Dissertação intitulada **“O TRABALHO INFANTIL NO YOUTUBE KIDS: YOUTUBER MIRIM EM ANÁLISE”**. Os trabalhos foram instalados pela Orientadora Prof^ª. Dr^ª. **Juliana de Castro Chaves**, doutora em **Psicologia** (Psicologia Social) pela **PUC/SP**; com a participação dos demais membros da Banca Examinadora: Prof. Dr. **Lênin Tomazett Garcia (FEFD-UFG)**, doutor em **Educação** pela **UFG** - membro titular externo e Prof^ª. Dr^ª. **Anita Cristina Azevedo Resende**, doutora em **Ciências Sociais** pela **PUC/SP** - membro titular interno. Durante a arguição os membros da banca **não fizeram** sugestão de alteração do título do trabalho. A Banca Examinadora reuniu-se em sessão secreta a fim de concluir o julgamento da Dissertação, tendo sido a candidata **aprovada** pelos seus membros. Proclamados os resultados pela Prof^ª. Dr^ª. **Juliana de Castro Chaves**, Presidente da Banca Examinadora, foram encerrados os trabalhos e, para constar, lavrou-se a presente ata que é assinada pelos Membros da Banca Examinadora, aos vinte e seis dias do mês de novembro do ano de dois mil e vinte.

Banca Examinadora:

Prof^ª. Dr^ª. Juliana de Castro Chaves

Prof. Dr. Lênin Tomazett Garcia

Prof^ª. Dr^ª. Anita Cristina Azevedo Resende

TÍTULO SUGERIDO PELA BANCA



Documento assinado eletronicamente por **Juliana De Castro Chaves, Professora do Magistério Superior**, em 26/11/2020, às 11:29, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Anita Cristina Azevedo Resende, Usuário Externo**, em 26/11/2020, às 17:50, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Lênin Tomazett Garcia, Professor do Magistério Superior**, em 01/12/2020, às 16:28, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).

A autenticidade deste documento pode ser conferida no site
https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?

23/01/2021

SEI/UFG - 1701439 - Ata de Defesa de Dissertação



[acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0](#), informando o código verificador **1701439** e o código CRC **A67E17E6**.

Referência: Processo nº 23070.050366/2020-53

SEI nº 1701439

Para todos que fazem parte da minha vida e me ajudam me sentir mais forte!

AGRADECIMENTOS

Meus sinceros agradecimentos à Universidade Federal de Goiás, por ter oportunizado todas as etapas de minha formação, desde a graduação até este momento. Prestigiemos a educação pública, gratuita e de qualidade, ainda que em meio às suas contradições que perpassam esse momento histórico.

Agradeço também ao financiamento da pesquisa pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, em parceria com Programa de Pós-Graduação em Educação – PPGE, que subsidiaram esta pesquisa, que tenho tanto orgulho de ter produzido nessa Universidade e na área da Educação.

Agradeço também à Faculdade de Educação da Universidade Federal de Goiás (FE/UFG), e ao Programa de Pós-Graduação em Educação (PPGE), bem como a todas as minhas professoras e professores que lutam para garantir uma formação radical e transformadora para seus estudantes, o que faz deste programa um espaço singular na educação brasileira. Agradeço a todos em nome daqueles que mais marcaram este caminho: Profa. Dra. Anita C. Azevedo Resende; Profa. Dra. Gina Glaydes Guimarães de Faria; Profa. Dra. Núbia Ferreira Ribeiro; Profa. Dra. Diane Valdez, Profa. Dra. Marília Gouveia de Miranda, Profa. Dra. Cristina Helou Gomide e a Profa. Dra. Carime Rossi Elias, por quem tenho um amor enorme. Em especial à professora Dra. Regiane De Ávila Chagas, que acreditou em mim desde a graduação, quando fui sua aluna bolsista, me incentivando para produzir um projeto e me abriu o olhar para a formação continuada. Também ao professor Dr. Lênin Tomazett Garcia, que foi uma grande preciosidade em minha vida desde do dia em que o conheci no grupo de Estudos do Capital, assim como a todos os meus colegas do grupo e ao professor Dr. Caio Antunes, que em meios às leituras e discussões me ajudaram a caminhar em direção a uma formação crítica.

Agradeço à minha orientadora, Profa. Dra. Juliana de Castro Chaves, sem a qual este trabalho não teria a consistência e o rigor teórico da forma que ele se apresenta a vocês. Acredito que todo meu esforço e dedicação veio da tentativa de dar sentido ao tempo precioso de orientações que me foram dedicados, por uma mulher tão forte, nordestina e maravilhosa, Juliana de Castro Chaves, é um ser humano incrível, de total dedicação ao que faz. É muito bom ter sido orientada por alguém que me inspira como professora e mulher. Obrigada.

Aos colegas do NEPPEC, que dividiram comigo os momentos de orientação coletiva: Giselle Bernardes, Ellen Pereira, Maíra Braga, Simone Aparecida de Jesus, Tatyane P. De M.

Soares, e principalmente ao meu amigo e companheiro Jeison da Silva Moraes, que esteve presente nos melhores e mais difíceis momentos dessa jornada. Muito obrigada, meu amigo!

Agradeço às minhas amigas Luísa de Assis e sua mãe, a maravilhosa Profa. Dra. Lúcia Maria de Assis, que são pessoas fantásticas em minha vida, Luísa em especial, pois, se não tivesse me escutado, nem mesmo a inscrição de inserção ao programa eu teria feito. A minha amiga Bárbara Ferreira que me aguenta em ligações de longas horas falando sobre os dias difíceis em escrever e os dias de inspiração. Meu amigo de mestrado Wesley Brito Magalhães, por estar ao meu lado nesse processo. E, claro, à minha amiga mais antiga, Lorrynne Guimarães Oliveira, por me ouvir e compartilhar os melhores momentos nessa jornada da educação, desde a minha adolescência.

Agradeço ao meu núcleo familiar, sem o qual não sei se suportaria as demandas de uma pesquisa em uma base tão profunda e em um curso tão maravilhosos como esse na UFG. À minha mãe Leni, pela força que ela representa e compartilha em minha vida. Ao Carlos, meu amado irmão e meu eterno caçulinha, por seu apoio em vários momentos, e ao meu Pai, por ser um homem que me escuta e só acrescenta em minha vida.

Em especial, agradeço ao Flávio, meu camarada de longa data. Um brinde ao nosso amor, parceria, alegrias e, principalmente, à cumplicidade de me ajudar nos momentos mais difíceis dessa jornada, porque nem tudo foram flores. Nos momentos pessoais e difíceis, tanto emocionalmente quanto financeiramente, ele esteve comigo, ainda que em meio a um dos meus maiores desafios. Assim como a família dele, minha sogra, sogro e cunhados, que são pessoas maravilhosas que tive o prazer em conhecer em minha vida.

Eu agradeço e dedico este trabalho à Educação e às crianças que tive a oportunidade de ser professora, porque esse fazer é o que me move em meio às lutas. Sou feliz em dizer que sou professora.

Muito obrigada!

“A crítica arrancou as flores imaginárias dos grilhões, não para que o homem os suportes sem fantasias ou consolo, mas para que lance fora os grilhões e a flor viva brote”.

Karl Marx

RESUMO

Esta pesquisa está inserida na linha de Pesquisa Fundamentos em Processos Educativos, do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal de Goiás-UFG, e é financiado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior-CAPES. O objeto central deste estudo é apreender o trabalho no modo de produção capitalista, a partir de Marx, e especificamente revelar se a atividade das crianças/*youtubers mirins* na plataforma *YouTube Kids* é trabalho infantil. Para a análise, investigamos a atividade dos *youtubers mirins* mais assistidos da plataforma no ano de 2019 a 2020, Maria Clara e JP. As atividades realizadas na plataforma *YouTube Kids* envolvem a produção de mercadorias, e por isso são trabalhos. O trabalho dos *youtubers mirins* produz mercadorias em que o valor de troca subsume o valor de uso e o trabalho concreto é ocultado pelo trabalho abstrato. Sendo fetiche, na aparência o que é produzido oculta o processo de produção nos ditames do capital. Talvez por isso as pessoas em geral, acreditam que é simplesmente uma atividade artística de filmagem. As crianças realizam trabalho produtivo assalariado que produz lucro para a plataforma, pois são exploradas por meio da mais valia absoluta e relativa, e recebem dinheiro/salário a partir do atingimento de metas, ou seja, de vídeos produzidos e assistidos. A todo instante esses *youtubers mirins* acordam o trabalho morto com trabalho vivo, participando da relação entre capital fixo e variável. A corporação *YouTube Kids*, que estabelece redes de produção com *Google*, também de propriedade da *Alphabet Inc.*, detém o monopólio em tecnologia digital e aumenta o acúmulo do capital com a exploração do trabalho dos *youtubers mirins* e segue ocultando a relação capital-trabalho a partir da gestão colaborativa presente na produção capitalista flexível.

Palavras-chave: Trabalho; Infância, Indústria Cultural; *YouTube Kids*.

ABSTRACT

This research is part of the research line Foundations in Educational Processes, of the Graduate Program in Education from the Federal University of Goiás - UFG, and is funded by the Coordination for the Improvement of Higher Education Personnel - CAPES. The main object of this study is to apprehend work in the capitalist mode of production, starting from Marx, and specifically to reveal whether the activity of children/young YouTubers on the YouTube Kids platform is child labor. To analyze, we investigated the activity of the most-watched young YouTubers on the platform from 2019 to 2020, Maria Clara & Jp. The activities carried out on the YouTube Kids platform involve the production of products for this purpose. The work of the young Youtubers produces products in which the exchange value subsumes the use value and the concrete and hidden work for abstract work. Being fetish, apparently what is produced hides the production process in the dictates of capital. Perhaps that is why people, in general, believe that it is simply an artistic filming activity. Children perform productive wage-earning work that produces a profit for the platform, as they are exploited through absolute and relative surplus-value and remuneration/salary based on the achievement of goals, that is, videos sought and watched. At all times, these young Youtubers wake up dead work with live-work participating in the relationship between fixed and variable capital. The corporation YouTube Kids, which was production networks with Google, also owned by Alphabet, holds a monopoly in digital technology and increases the accumulation of capital by exploiting the work of young Youtubers and continues to hide the capital-labor relationship from collaborative management present in flexible capitalist production.

Keywords: Work; Childhood, Cultural Industry; YouTube Kids.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
CAPÍTULO I - O TRABALHO NO MODO DE PRODUÇÃO CAPITALISTA: PARA ONDE VAI O TRABALHO INFANTIL?	19
1.1 O trabalho capitalista e a produção do capital	19
1.1.1 O trabalho como produção de mercadorias	19
1.1.2 O trabalho como gerador de capital	25
1.2 O trabalho infantil e a proteção pelas leis: um embuste necessário	32
CAPÍTULO II - CAPITALISMO DOS MONOPÓLIOS E A INDÚSTRIA CULTURAL.....	38
2.1 Capitalismo dos monopólios e o trabalho flexível.....	38
2.2.1 A indústria cultural como expansão da racionalidade do modo de produção capitalista	44
CAPÍTULO III - TRABALHO INFANTIL: O <i>YOUTUBER MIRIM</i> NA PLATAFORMA <i>YOUTUBE KIDS</i> EM ANÁLISE	56
3.1 O trabalho na produção de mercadorias diversificadas para nichos específicos da corporação <i>YouTube</i>	58
O TRABALHO INFANTIL DOS <i>YOUTUBERS MIRINS</i> PELA CRÍTICA: GUIA DAS CONSIDERAÇÕES FINAIS	69
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	72

INTRODUÇÃO

Segundo Marx (1985), o trabalho ao longo dos modos de produção da sociedade sofre transformações quanto a sua natureza, por isso é importante analisá-lo nas determinações históricas concretas. Na Inglaterra, no início do capitalismo, os proprietários das fábricas que tinham máquina têxtil exploravam o trabalho infantil, as mãos ágeis e pequenas das crianças em longas jornadas de trabalho, pagando irrisórios salários ou trocando o trabalho alimentação e por moradia nos porões insalubres das fábricas. A exploração do trabalho infantil nos ambientes fabris tinha como princípio o aumento da produtividade para as fábricas, buscando economizar o máximo com a força de trabalho. Para obter maior lucro, Marx (2018) revela no capítulo *A jornada de trabalho*, que as grandes fábricas exploravam também o trabalho das mulheres e das crianças como mão de obra mais barata do que os homens.

O capitalismo explora a força de trabalho das mais diversas pessoas e formas (MARX, 2018) e nesse desenvolvimento combinado e ampliado, o trabalho infantil se insere como base para maior ganho dos proprietários dos meios de produção e para expansão do capitalismo. Quanto mais barata a força de trabalho de um trabalhador, mais outros em sua equiparação receberão o mesmo. Desse modo, a exploração do trabalho infantil auxilia também a manutenção de baixo gasto com mão de obra.

Analisando o sistema capitalista e a exploração do trabalho infantil, Marx (2018) revela que as fábricas da Inglaterra em meados de 1850 aumentaram o número de máquinas de teares e diminuíram o número de operários adultos com demissões em massa, e ampliaram a exploração da mão de obra infantil em razão do seu menor custo, se apropriando da extrema carência e necessidade de sobrevivência das crianças pobres.

Quando as primeiras movimentações da regulamentação legal do trabalho se iniciam na Inglaterra e vários inquéritos parlamentares começam a surgir, aparecem registros de crianças de 7, 8, 9 e 10 anos que eram postas para trabalhar sem descanso e sem casa, sendo mantidas nos porões das próprias fábricas. Até mesmo crianças pobres a partir dos 4 anos de idade eram submetidas a regimes de trabalho de cerca de 10 horas diárias a troco de alimentação e moradia. Nesse contexto, aumentou de 9.956 para 13.178 o número de crianças menores de 14 anos que trabalhavam nas fábricas de tecelagem inglesas, o que evidenciava a exploração dos mais vulneráveis para a manutenção do lucro (MARX, 2014).

Protestos pela diminuição da jornada de trabalho, por melhorias de trabalho para a classe trabalhadora e, inclusive, que criticavam a concorrência desigual de pagamento entre trabalhadores adultos e infantis, colocam obstáculos para que o trabalho infantil acontecesse de forma ampla e sem controle (MARX, 2018). Combinado a esses fatores, a ideia burguesa de a

infância ser uma fase que exige proteção também embasa o início da busca de um lugar social para a criança na sociedade, que acaba ressoando na classe pobre. Esse movimento também auxiliou no aparecimento de leis que protegessem a criança do trabalho, mesmo que a realidade ainda fosse outra.

No capitalismo percebemos contradições com relação ao trabalho infantil. Ao mesmo tempo em que na Europa, em meados de 1830, principalmente Inglaterra e França, se iniciavam debates e legislações de proibição da exploração do trabalho infantil, nos países que estavam sendo colonizados na América coexistia o trabalho escravo geral e o trabalho escravo infantil, pois era pertinente ao início do processo de enriquecimento da sociedade burguesa (MARX, 2018).

Essa questão começou a ser problematizada e normatizada pela Organização Internacional do Trabalho (OIT) por volta de 1919. A legislação brasileira também adere às recomendações da OIT e inicia esse debate, criando, a partir de 1923, instituições que apresentam bastante contradições, tais como: Juizado de Menores, o Ministério da Educação, a Sede da Organização das Nações Unidas (ONU), o Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef), a Declaração de Direitos Humanos e a Fundação do Bem Estar do Menor (Funabem). Somente em 1988 é que a proibição do trabalho infantil aparece no texto da Constituição Federal, no art. 7º, XXXIII e, posteriormente, na emenda constitucional nº. 20, de 1998, que proíbe o trabalho para menores de dezesseis anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos (BRASIL, 2018).

É em 1990 que o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA – Lei 8069/90) regulamenta que a criança e o adolescente são sujeitos de direitos, deveres e de proteção. Para o ECA (2018), trabalho infanto-juvenil é toda e qualquer forma de trabalho realizado por crianças e adolescentes abaixo da idade mínima de 18 anos.

Mesmo que essas leis nem sempre fossem garantias de direitos, muitas delas foram resultado de debates e lutas que deixaram o problema em foco e cobravam a fiscalização. Como afirma Marx (1978b), a exploração do trabalho infantil tem uma permanência nas várias fases do capitalismo, pois faz parte da estrutura de exploração da força de trabalho que garante o lucro, portanto o combate tem que ser nessa base para que seja realmente efetivo.

No Brasil, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2020), entre 1992 e 2002 o trabalho infantil da classe pobre, que vive da venda da força de trabalho, acontece prioritariamente no trabalho doméstico, manual, em lavouras, fazendas, carvoarias, atividades extrativistas, indústrias e construções civis. Já no IBGE de 2016, o trabalho infantil atinge mais de 2 milhões de meninos e meninas entre 5 e 17 anos.

Levando em conta que a produção capitalista para continuar se reproduzindo passa por transformações e por ampliações, se apresentando na indústria cultural, que inclui televisão, cinema, internet e propagandas, e continua se produzindo com ocultamentos, percebemos que o “trabalho artístico infanto-juvenil”, é uma dessas facetas e é permeado por contradições.

Segundo Loiola (2017), o art. 5º, inciso IX da Constituição da República Federativa do Brasil - CRFB/1988, que garante liberdade, expressão artística, intelectual e comunicação a homens, mulheres e crianças, deixa espaço para interpretações diferenciadas com relação à atividade artística, o que pode levar a autorização judicial para que crianças realizem atividade remunerada.

Nesse contexto, a atividade infanto-juvenil não é pensada como trabalho, pois é associada ao *glamour*, ao lazer e à diversão, sendo excluída da lógica capitalista, da produção de mercadorias destinadas ao mercado (PALMEIRA SOBRINHO, 2010). Além do mais, ela aparece como oportunidade social, sendo ocultada a exploração da força de trabalho (LACOMBE, 2006).

Como o capital ao longo do tempo para obter mais lucro continua com suas artimanhas, ocultando as novas formas de trabalho, nos perguntamos que novas explorações do trabalho infantil se configuram na indústria cultural? Será quais desdobramentos da lógica do capital são produzidos e reproduzidos no *YouTube Kids*?

É nesse contexto de tensões que nos perguntamos como problema desta pesquisa: a atividade do *youtuber mirim* na plataforma *YouTube Kids* é um trabalho infantil? Fazer essa pergunta é fundamental, já que inúmeras pesquisas que analisam a relação entre *youtuber* e infância se debruçam sobre o que a criança consome, quais publicidades são veiculadas e se essas publicidades influenciam no consumo das crianças. Os estudos sobre publicidade também transitam no campo do direito e da legislação do consumidor, sem reflexão de como essas relações estão imbrincadas na totalidade capitalista, ou seja, se concentram em analisar o âmbito da reprodução e em análises mais micro que envolvem a criança e a publicidade, e não estudos que enfocam a produção, se essa atividade é ou não trabalho nos moldes capitalistas.

O objetivo geral dessa pesquisa é desvelar se a atividade do *youtuber mirim* na plataforma *YouTube Kids* é um trabalho infantil. Como objetivos específicos buscamos compreender o que é trabalho no modo produtivo capitalista, apreender a lógica concreta, o *modus* operante da plataforma *YouTube Kids*, e revelar se a atividade do *youtuber mirim* nessa plataforma é trabalho infantil.

Adotamos o método materialista histórico dialético de Karl Marx (1818-1883) por oferecer contribuições para a apreensão da realidade concreta e histórica dos objetos e de seus mecanismos contraditórios e para a compreensão do trabalho no capitalismo.

Para analisar os *youtubers mirins*, escolhemos o canal “Maria Clara e JP”, dois irmãos que tiveram suas produções mais visualizadas/consumidas/vendidas entre junho de 2019 a abril de 2020, pois o pagamento é relacionado diretamente ao número de visualizações, ou seja, a produção que mais foi consumida.

Esta dissertação se desenvolve em três capítulos. O primeiro capítulo debate os fundamentos para a compreensão do trabalho no capitalismo, das mercadorias, da forma de trabalho produtivo, que envolve o processo de ganho, lucro, salário, extração de mais-valia e capital. Debates também um pouco da historicidade e da manifestação do trabalho infantil na particularidade do capitalismo, desde as formas iniciais nas grandes fábricas da Inglaterra até a manifestação no Brasil, além de dialogar com o âmbito legislativo, onde as contradições com a realidade se apresentam. Fazemos esse trânsito da legislação com o trabalho infantil, pois na expressão artística a atividade/trabalho ganha ainda mais contradições, já que a própria lei deixa espaço para ambiguidades. Essas contradições incomodam mais ainda, pois é onde as grandes corporações tentam esconder a exploração do trabalho infantil.

O segundo capítulo discute a indústria cultural que produz a cultura para as massas e oculta ainda mais o trabalho infantil. Como as redes sociais estão no interior dessa produção artística da cultura para as massas, é importante entender essa produção. A intenção é entender a particularidade da manifestação da indústria da cultura desde o seu início até se consolidar como monopólio. Articulamos também com a organização do trabalho no capitalismo flexível, já que o *YouTube Kids* está situado nessa totalidade.

O terceiro capítulo faz análise do canal *Youtuber mirim* “Maria Clara e JP” na plataforma *YouTube kids*, a fim de revelar se essa atividade se caracteriza como trabalho infantil, percebendo também as relações das atividades das crianças na plataforma como sujeitos produtores de valor para a corporação *YouTube*.

Tentar confrontar essa realidade da atividade de crianças em redes sociais digitais e revelar os seus mecanismos é um desafio e ao mesmo tempo uma contribuição para a problematização dessa questão no trânsito do trabalho e da infância. Muitas vezes, por se tratar de uma criança de classe média em trabalho com expressões artísticas, a exploração não é percebida, ficando falseado pelas belezas do consumo da indústria cultural, do entretenimento etc., e é aí que o ocultamento capitalista encontra novas estratégias.

CAPÍTULO I

O TRABALHO NO MODO DE PRODUÇÃO CAPITALISTA: PARA ONDE VAI O TRABALHO INFANTIL?

“Toda ciência seria supérflua se houvesse coincidência imediata entre a aparência e a essência das coisas”.

Karl Marx

Neste capítulo buscamos entender o trabalho na particularidade do modo de produção capitalista a partir de Karl Marx, levando em conta as formações pré-capitalistas e as reestruturações do capital em entrelaçamento com a teoria do valor. Também discutimos o desenvolvimento do trabalho infantil relacionado aos processos normativos do trabalho infantil, mesmo que resguardam contradições com a realidade. Esse recorte foi realizado, pois a atividade dos *youtubers* mirins é considerada do âmbito das expressões artísticas, que existe uma regulamentação específica que traz diferentes interpretações com relação se é ou não trabalho. Para chegar nesse ponto, tivemos que abordar a criação de outras leis para oferecer um pouco do processo da legislação no que diz respeito ao trabalho.

Desse modo, esse percurso foi realizado para desvelar o que é trabalho na sociedade capitalista e como acontece a exploração do trabalho com adultos e crianças, mesmo que existam legislação de regulação e proteção da criança. Essa discussão auxiliou a compreensão e a possibilidade de revelar o trabalho infantil no *YouTube Kids*.

1.1 O trabalho capitalista e a produção do capital

Neste tópico buscamos entender o trabalho no sistema capitalista de produção. Para isso, discutimos a teoria do valor que determina a forma de trabalho nessa sociedade, entrelaçada às categorias de mercadoria, mais-valia, dinheiro, salário e lucro. A partir dessa discussão apreendemos o que é trabalho e como acontece a exploração do trabalho como base para a sociedade do capital.

1.1.1 O trabalho como produção de mercadorias

A importância de compreender o trabalho nesta pesquisa advém da própria natureza desta dissertação e da necessidade de esclarecer que o ser humano só se constitui pelo trabalho,

mas a forma que ele é realizado depende da história, das relações da produção que os seres humanos realizam.

Para Marx (2008), o trabalho é um princípio ontológico que constitui a humanidade. Ele estabelece um processo entre ser humano e natureza que constitui a natureza humana. O trabalho é expressão efetiva do ser social, é o que faz o ser humano diferente de todos os outros animais. O trabalho implica na forma em que produzimos nossas relações, ações e a própria vida. É tão somente pelo trabalho que o ser humano se exterioriza e se objetiva, e supera a condição de ser animal (MARX, 2010).

Enquanto ser natural corpóreo, sensível, objetivo, ele é um ser que sofre, dependente e limitado, assim como o animal e a planta, isto é, os objetos de suas pulsões existem fora dele, como objetos independentes dele. Mas esses objetos são objetos de seu carência (Bedürfnis), objetos essenciais, indispensáveis para a atuação e confirmação de suas forças essenciais. Que o homem é um ser corpóreo, dotado de forças naturais, vivo, efetivo, objetivo, sensível significa que ele tem objetos efetivos, sensíveis como objeto de seu ser, de sua manifestação de vida (Lebensäußerung), ou que ele pode somente manifestar (äussern) sua vida em objetos sensíveis efetivos (MARX, 2010, p. 127).

Todo ser humano possui limitações naturais. Para sobreviver é preciso suprir necessidades tais como alimentação e proteção, que vão encontrar “realização” em objetos externos, produzidos por outros, a partir do trabalho. Uma vez que precisa se relacionar para suprir suas necessidades básicas, essa relação também cria outras necessidades (MARX e ENGELS, 1998). Todos os produtos da existência humana, alimento, linguagem, relações humanas, tecnologia, cultura, arte, religião e ciência, são resultados de relações objetivas e subjetivas, são trabalhos.

Assim, o ser humano se difere dos outros animais, pois não produz de acordo com as necessidades imediatas, não só para atender as necessidades fisiológicas, mas as necessidades do espírito, e, ao fazer isso, exerce a universalidade humana. Só o ser humano ao se exercer é capaz de ter consciência de que a sua vida é mediada socialmente, “[...] e que ao se objetivar exerce uma capacidade única que realiza a sua espécie” (MARX, 2018, p. 113). Mas essa capacidade não é automática ou totalmente natural, pois depende das condições objetivas da sociedade.

Pressupondo que o trabalho é atividade exclusivamente humana:

Uma aranha executa operações semelhantes às do tecelão, e a abelha envergonha mais de um arquiteto humano com a construção dos favos de suas colmeias. Mas o que distingue, de antemão, o pior arquiteto da melhor abelha é que ele construiu o favo em sua cabeça, antes de construí-lo em cera. No fim do processo de trabalho, obtém-

se um resultado que, já no início deste, existiu na imaginação do trabalhador e, portanto, idealmente (MARX, 2018, p. 150).

Portanto, o ser humano transforma a natureza para satisfazer as necessidades para além da sobrevivência, sua produção é histórica. “Pelo trabalho, o homem se desdobra espiritualmente na consciência e também na realidade, quando se cria e se contempla” (RESENDE, 2001, p. 516).

Marx (2010) revela que o trabalho, nas condições capitalistas, na produção de mercadorias, não se exerce como reconhecimento, pois se reduz a meio de existência, oculta as determinações históricas e os processos sociais de produção e isso acontece quando os donos dos meios de produção exploram a força de trabalho dos trabalhadores, enriquecendo mais e tornando o trabalhador estranhado. O trabalhador, nessa lógica de produção capitalista, é alienado do trabalho, dos produtos do trabalho, do processo do trabalho e da gênese humana (MARX, 2010 a).

O trabalho no capitalismo é o que produz mercadorias para atender o mercado das trocas. As mercadorias são produtos que por meio de suas propriedades têm a finalidade de satisfazer necessidades humanas que “[...] provêm do estômago ou da imaginação” (MARX, 2018, p.157). Essa finalidade é aliada à determinação delas serem produzidas para serem vendidas, ou seja, sua produção é genuinamente já estabelecida para ser mercadoria com um valor.

A inversão do reconhecimento acontece na produção de mercadorias para serem vendidas no mercado de trocas, sendo essas mercadorias mais importantes dos que os produtores que as produziram. Essa relação de soberania das mercadorias tem como resultado uma inversão do valor do trabalho pelo valor dos produtos do trabalho. O trabalhador nessa condição torna-se subordinado à mercadoria, e quanto mais o trabalhador produz, mais é expropriado do seu trabalho. Há a exploração¹ da força de trabalho na medida em que o trabalho alienado não é realização, mas desrealização, empobrecimento de quem produz, o trabalhador, e riqueza para os donos dos meios de produção (MARX, 2010a).

As mercadorias têm duplo valor: *valor de uso* e *valor de troca*. O *valor de uso* consiste na propriedade intrínseca de cada elemento. Em qualquer forma social de riqueza, os valores de uso equivalem ao mesmo que conteúdo. Cada produto possui um valor por excelência, uma substância, uma propriedade do que se compõe. O *valor de uso* é a utilidade de cada coisa, seja

¹ A exploração “não é um traço distintivo do regime do capital (sabe-se, de fato, que formas sociais assentadas na exploração precederam largamente a ordem burguesa); o que é distintivo deste regime é que a exploração se efetiva no marco de contradições e antagonismos que a tornam suprimível sem a supressão das possibilidades mediante as quais se cria exponencialmente a riqueza social” (PAULO NETTO, 2012, p. 206).

na terra virgem, na madeira, na água, no alimento ou na vestimenta, a “utilidade do próprio corpo da mercadoria” (MARX 2018, p. 159).

Cada objeto carrega consigo um conteúdo natural, histórico e de trabalho, pois envolve relação de um ser humano com outros e com tudo que foi constituído dessa relação ao longo do tempo. Ainda que seja característica do objeto, essa característica é histórica para o ser humano, ela existe em um contexto social. Assim, todo *valor de uso* possui trabalho (MARX, 2018²).

O *valor de uso* tem características qualitativas e quantitativas. Sua qualidade está em seu caráter útil, na capacidade de atender determinadas necessidades. A característica quantitativa está na quantidade mensurável de existência de cada objeto, se tem muito ou pouco, se é fácil ou difícil de encontrar na sociedade. A qualidade advém de suas propriedades substanciais e o quantitativo, da disponibilidade na sociedade. Dito em outras palavras, essas duas dimensões se referem ao que é e a quanto se tem de algo.

O *valor de troca* presente nas mercadorias se faz na permutabilidade das mercadorias. Ele aparece quando se troca uma mercadoria por outra, troca-se um *valor de uso* por outro *valor de uso*. Algo só é trocado se tiver utilidade, pois não haveria necessidade de troca se fossem produtos com mesmo *valor de uso*. A troca se baseia na necessidade de uma coisa diferente daquela que já se possui. O *valor de troca* existe na relação de permutabilidade de uma mercadoria por outra. Qualquer que seja a relação de troca, ela sempre será dada entre valores de usos diferentes e por uma quantidade que é colocada como equivalente a outra quantidade (MARX, 2018).

Todas as mercadorias podem ser trocadas desde que sejam equiparadas. Na troca, o trigo pode ser equivalente a “x” gramas de ouro, a “y” quilos de arroz ou a “z” sacas de café. Essa relação aponta para o fato de que algo está presente em todas as mercadorias, ou seja, para terem valores de troca é necessário algo em comum que possibilite a troca. Esse algo em comum é o *valor* (MARX, 2018).

O *valor* de uma mercadoria não é o mesmo que *valor de uso* ou *valor de troca*. O *valor* é o trabalho humano despendido na produção de uma mercadoria. O *valor* da mercadoria tem como grandeza o tempo socialmente necessário para produzir uma mercadoria. Esse tempo socialmente necessário é a quantidade de tempo mínimo de trabalho despendido para a produção de uma mercadoria.

É o *valor* que possibilita as trocas das mercadorias. Essa compreensão revela que trocamos trabalhos, produtos do trabalho produzidos em um determinado tempo por outras

² A teoria do valor que trata sobre valor, valor de uso e valor de troca é teorizada por Marx no Capítulo I A *mercadoria*, da obra *Capital* (2018).

mercadorias produzidas em outros determinados tempos. O *valor* de uma mercadoria está para o *valor* de qualquer outra mercadoria, assim como o tempo de trabalho necessário para a produção está para o tempo de trabalho necessário para a produção de outra. O que acontece é que, na troca, “como valores, todas as mercadorias são apenas medidas determinadas de tempo de trabalho cristalizado” (MARX, 2018, p. 163). Cristalizado porque todo produto tem um tempo necessário para a produção, mas no capitalismo não importa as condições históricas concretas e técnicas dos meios e do processo de produção, o que valerá no *valor* da mercadoria é o trabalho em menor tempo de produção, que deverá ser equiparado à outra mercadoria produzida com trabalho em seu menor tempo.

No processo de produção da mercadoria, o *valor de uso* é subsumido ao *valor de troca* e o *trabalho concreto* ao *trabalho abstrato*. O *trabalho concreto* é o processo técnico-material de produção. Cada mercadoria demanda trabalhos concretos distintos como recursos técnicos, conhecimentos múltiplos e forças de trabalho para elaboração de determinados processos técnico-material de produção (MARX, 2018). Se abstrairmos o trabalho concreto, sua unicidade, especificidade produzida em uma concreticidade objetiva, só aparece o *trabalho abstrato*.

O *trabalho abstrato* se constitui na troca de mercadorias. O valor do trabalho se confronta com valor de todos os outros trabalhos concretos no mercado das trocas. Nesse processo, o *trabalho concreto* é submisso ao *trabalho abstrato* e todos os trabalhos podem ser trocados e igualados, e forma uma grande “geleia de trabalhos abstratos” (MARX, 2018 p. 161). O trabalho abstrato constitui o *valor* da mercadoria, independente das diferenças do ato produtivo e do contexto da produção.

É exatamente pela produção ser dessa forma que a mercadoria oculta os trabalhos humanos, e mostra na sua aparência que ela é autônoma. Dessa forma, todos os trabalhos concretos transformam-se em abstração. O que se vê são as mercadorias indo ao mercado, e não as relações sociais e o trabalho engendrados nas mercadorias.

É na produção que a mercadoria aparece como trabalho humano sem diferenciação. Nessas condições de produção e pautados pelo mercado de trocas, o mais poderoso é o mundo das coisas trocadas, que oculta a vida e a história do que é produzido. Não são as mercadorias com seus próprios pés que vão ao mercado das trocas, embora isso se apresente na aparência. São as relações sociais e o trabalho engendrado que é ocultado. Segundo Marx:

[...] a forma da madeira é alterada quando dela se faz uma mesa. No entanto, a mesa continua sendo madeira, uma coisa sensível e banal. Mas tão logo aparece como mercadoria, ela se transforma numa coisa sensível suprassensível. Ela não só se

mantém com os pés no chão, mas põe-se de cabeça para baixo diante de todas as outras mercadorias, e em sua cabeça de madeira nascem minhocas que nos assombram muito mais do que se ela começasse a dançar por vontade própria. (MARX, 2018, p. 205)

A mercadoria tem um caráter misterioso e enigmático, pois oculta o trabalho humano, o dispêndio da força de trabalho. Ao fazer isso, a mercadoria é que parece ter vida. O fetichismo é essa capacidade intrínseca que existe na produção da mercadoria que oculta as relações sociais e a concretude do trabalho humano. O fetiche é um aspecto da alienação de difícil apreensão imediata que incide sobre a mercadoria, oculta todas as formas de trabalho, a exploração dos trabalhadores.

Mesmo sendo o fetichismo algo próprio da mercadoria, esse fenômeno invade todos os espaços da vida humana, tanto na produção da vida objetiva, quanto da vida subjetiva (REZENDE, 2001). No modo de produção capitalista, o trabalho humano tem a finalidade de produção de mercadorias vendáveis e não de realização.

Assim, a produção das mercadorias aparece aos trabalhadores e trabalhadoras como distantes deles mesmos. A troca entre coisas parece ter vida própria. “O ofuscamento da visibilidade do trabalho concreto atinge o íntimo do indivíduo, atinge a sua consciência tão completamente que ele não pode mais distinguir entre o que é e o que não é aparência e realidade” (RESENDE, 2009, p. 105).

No capitalismo, a divisão social do trabalho também participa do processo de alienação, pois os trabalhadores não reconhecem o trabalho do outro e são explorados em sua força de trabalho. O trabalho do outro é alheio e estranho porque todo trabalho é fragmentado, sem reconhecimento histórico e social (MARX, 2010a). Essa divisão social do trabalho também se estabelece na relação em que em uma ponta está o trabalhador que vende a força de trabalho, e na outra, os capitalistas, donos dos meios de produção, os proprietários do capital, que compram a força de trabalho. Nesse processo de produção, a divisão do trabalho faz parte da estrutura capitalista que explora a força de trabalho do trabalhador para a produção de mercadorias para serem vendidas/consumidas.

Essa exploração capitalista do trabalhador se inicia em meados do século XVIII, na efusão da produção industrial em larga escala, quando os trabalhadores que produziam no campo, pelas condições precárias de vida, são obrigados a sair de suas casas e irem para as fábricas vender a sua força de trabalho para os donos dos meios de produção. A ideologia do trabalho livre é condição para a troca de trabalho por dinheiro, mas de fato, o que ocorre é que o trabalhador necessita vender a sua força de trabalho para sobrevivência. Nessa dinâmica capitalista, o trabalhador se apresenta como meio de produção e como mercadoria a ser trocada.

O valor da força de trabalho é “determinado, como o de qualquer outra mercadoria, pelo tempo de trabalho necessário à sua produção e, por consequência, à sua reprodução” (MARX, 2018, p. 316). Quanto maior é a quantidade produzida de mercadorias em um período de tempo, menor é o valor do trabalhador e mais barata será a mercadoria (MARX, 1978 a).

O trabalho alienado implica em uma relação de desigualdade, porque se o capitalismo precisa de trabalhadores, os trabalhadores necessitam muito mais da venda da força de trabalho para sobreviver, sobretudo porque trabalhadores não possuem reserva de sobrevivência acumulada (MARX, 1978a).

Marx afirma que somente o pensamento social de totalidade poderá desfazer o segredo da mercadoria, mas este desfazer não está no âmbito da consciência. Seu fundamento é a materialidade existente, ou seja, só se dá na inversão da aparência na produção da realidade. Isso significa que o desafio de transformar a realidade alienada que forja a subjetividade não está na crítica à aparência resolvida no pensamento, mas na crítica à própria sociedade (REZENDE, 2009). Portanto, é importante compreender qual é a lógica do funcionamento da sociedade capitalista para transformá-la.

Compreender a estrutura que organiza o trabalho no capitalismo e seus desdobramentos requer entender como é possível extrair mais-valia, lucro, capital do trabalho, e como as relações de troca se desenvolvem para a relação com o dinheiro e para a forma de pagamento de salário que paga o trabalho da produção de mercadorias que é realizado. É o que será exposto a seguir.

1.1.2 O trabalho como gerador de capital

Para Marx (2018), são as mercadorias que regulam o valor das trocas quando comparadas umas com as outras. É nesse processo que há a necessidade de uma mercadoria se tornar o valor de equivalência universal de todas as outras mercadorias. As mercadorias por elas mesmas são valores *relativos*, sem um *equivalente* para todas elas, por isso é necessário um tipo específico da representação de sua forma. O dinheiro é o valor universal de equiparação, é a representação universal da forma mercadoria.

Nesse contexto, aos poucos, a circulação de mercadorias abandona as trocas simples que ocorriam pelo café, pelo gado, pelo sal e vários outros símbolos de troca que já existiam, pelo dinheiro como equivalente. O dinheiro assume a forma de moeda simbólica e de símbolo do valor. Isso porque no comércio mundial, as mercadorias desdobram seu valor universalmente ao se confrontar com outras mercadorias (MARX, 1978c).

Na atualidade, o dinheiro pode ter diferentes expressões, como cheques, cartões e criptomoedas, mas a forma de mensurar o valor das mercadorias é pela forma dinheiro. Em vários países essas moedas de representação do dinheiro podem mudar seus símbolos, mas precisam representar a equivalência universal, já que a mercadoria é de esfera internacional lançada ao mercado (MARX, 1978c).

Segundo Marx (2018), não é preciso recapitular toda a gênese da mercadoria para reconhecer o dinheiro como sua primeira forma de manifestação, pois a mesma história se desenrola constantemente nas relações de circulação do dinheiro. Diariamente trocamos dinheiro e mercadorias e essa circulação só acontece pela relação social que é estabelecida pelo trabalho. Para Marx:

Se abstrairmos do conteúdo material da circulação das mercadorias, isto é, da troca dos diversos valores de uso, e considerarmos apenas as formas econômicas que esse processo engendra, encontraremos, como seu produto final, o dinheiro. (MARX, 2018, p. 223)

A forma de equivalente universal é a forma do valor que expressa em qualquer mercadoria. A cristalização monetária do valor em dinheiro como equivalente universal é necessário dentro do processo de troca, no qual diferentes produtos do trabalho são efetivamente equiparados entre si e, desse modo, transformados em mercadorias.

Vimos que a forma-dinheiro é apenas a representação do valor de uma mercadoria, mas em uma análise mais profunda dessa superfície de representações, se encontra o processo da troca que confere à mercadoria. O dinheiro é próprio da relação de troca de mercadorias, porém não mais uma troca simples, direta, porque o dinheiro torna-se forma de simbolização dos valores de troca. A forma-dinheiro da mercadoria trocada no mercado é a manifestação de relações humanas que se escondem por trás das mercadorias. Nesse sentido, cada mercadoria seria um signo, uma vez que, como valor, ela é tão somente um invólucro de trabalho humano despendido.

Segundo Marx (2018), o processo de troca da mercadoria no capitalismo se consuma na mudança de forma *Mercadoria-Dinheiro-Mercadoria*, ou seja, M-D-M. A troca de mercadoria por mercadoria que os sujeitos fazem para sobreviver, trocando mercadorias que possuem por outras mercadorias, acontece porque que ambas foram equiparadas à mesma quantidade de uma terceira, o dinheiro. Portanto, convertidas em expressões da mesma quantidade de trabalho social (MARX, 2018).

A forma imediata da circulação de mercadorias é a venda de mercadoria M e dinheiro D, portanto, M-D-M, conversão de mercadoria em dinheiro e reconversão de dinheiro em

mercadoria. É o mesmo que vender a mercadoria que se tem, seja ela de qualquer espécie, para comprar outra mercadoria. Essa relação de troca é a estrutura que organiza as relações no capitalismo, e a que todos os trabalhadores estão subordinados porque precisam sobreviver.

Para a classe trabalhadora essa troca determina a sobrevivência. Um indivíduo que tem comida, mas não tem água e precisa de água para sobreviver, irá trocar o que tem para garantir a sua sobrevivência vendendo a sua força de trabalho. Na outra ponta, os capitalistas que têm muito o que trocar querem potencializar o que já possuem. A troca é para a acumulação.

O que potencializa o capitalismo é fazer com que o dinheiro se transforme em capital acumulado. No desenrolar desse processo, se faz capital com dinheiro que se transforma em mercadoria por meio da venda da mercadoria, transformando-se em mais dinheiro. Temos D-M-D', comprar para vender mais, transformar dinheiro em mais dinheiro. O dinheiro que circula nesse último modo transforma-se em capital porque na aplicação de dinheiro em mercadorias, gera mais dinheiro durante a extração de mais-valia dos trabalhadores envolvidos na produção. A transformação de dinheiro em capital só é possível pelos que possuem capital, ou seja, pelos donos dos meios de produção.

A burguesia compra a força de trabalho dos trabalhadores, e nessa compra explora do trabalhador o tempo de trabalho que não é pago. Esse processo é denominado de *mais-valia*. A *mais-valia* é efetivada na produção de excedentes de mercadorias e ocorre pela intensificação do trabalho. Esse fenômeno ocorre quando o capitalista impõe um ritmo de produção para produzir mais-valor. Esse mais-valor é extraído do excedente do valor pago da matéria-prima dos produtos, das ferramentas e do salário do trabalhador, e esse excedente toma a forma de lucro, que é o valor extraído a mais do que as despesas que o capitalista teve para a produção de uma mercadoria. Para isso, o capitalista faz com que o trabalhador produza mais em menor tempo para alcançar o lucro (MARX, 2018).

Marx (2018) no capítulo *Jornada de Trabalho* nos convida a refletir que:

[...] os pequenos momentos são os elementos que formam o lucro. Nesse sentido, nada pode ser mais característico do que a denominação de “*full times*” aplicada aos trabalhadores que trabalham jornadas inteiras, e de “*half times*” aplicada às crianças menores de 13 anos, que só podem trabalhar 6 horas. (MARX, 2018, p. 103)

Esse processo de mais-valia pode se realizar de forma absoluta ou relativa. Na *mais-valia absoluta* o tempo de trabalho necessário aumenta por meio do prolongamento da jornada de trabalho. Quanto mais se pode prolongar o tempo de produção do trabalho do trabalhador, mais se aumenta o mais-valor extraído. Porém, para isso, esse tempo estendido não é pago, é

roubado nas exigências de prolongamento da jornada de trabalho, no tempo de chegar mais cedo e sair mais tarde.

Na *mais-valia relativa* o salário pode ser comprimido sem qualquer violação da organização estrutural do capital, pois se trabalha mais em menor tempo, sem o prolongamento da jornada de trabalho em tempo real. O que é feito é a compressão do tempo, na forma relativa de mais-valia. O trabalhador trabalha intensamente em menor tempo. Assim, se reduz o tempo socialmente mínimo para a produção das mercadorias.

O gasto do capitalista com o trabalhador é pago na forma salário. Pode-se afirmar que a venda do trabalho humano somente foi possível a partir de condições históricas do trabalho “livre” e depois do trabalho assalariado. Como afirmamos anteriormente, a venda da força de trabalho só acontece na situação ideológica de um sujeito livre, pois caso contrário esse sujeito seria um escravo, mas como sujeito livre ele pode vender a sua força de trabalho no mercado.

A força de trabalho é uma mercadoria peculiar. Como todas as outras mercadorias ela possui um valor que é determinado pela grandeza do tempo de trabalho necessário para a produção. Por força de trabalho ou capacidade de trabalho entendemos o conjunto das capacidades físicas e mentais que existem na corporeidade da vida humana, e que quando posta em movimento produz valores de uso de qualquer tipo. Esta força de trabalho é a que a classe trabalhadora vende para os capitalistas em troca de salário.

No processo de produção, a força de trabalho é engolida pelo capitalista que extrai sua substância em forma-valor ao máximo possível para gerar lucro. Nessa relação, o dinheiro pago na aquisição da força de trabalho converte-se em meios de subsistência do próprio capital.

Na produção de mais valor, o capitalismo sempre busca obter mais-valia extraída dos trabalhadores e trabalhadoras. O capitalista paga ao trabalhador um salário cujo valor é inferior ao valor dos produtos que o trabalhador produz, ou seja, o valor pago pela força de trabalho despendida na produção de mercadorias é inferior à mercadoria e, assim, se ganha lucro e valor pelo tempo e força de trabalho não pagos (MARX, 2018).

No modo produtivo capitalista quem sempre terá vantagem na relação de trabalho é aquele que tem a propriedade dos meios de produção. No decorrer do capitalismo, as relações de trabalho regidas pelo capital são marcadas pelo esforço de ampliar as formas de extração da mais-valia relativa, seja por meio da intensificação do trabalho, das metas progressivas, da produção do desemprego e do barateamento dos trabalhadores (MARX, 2018).

Importante realçar que o que é gasto com o trabalhador é o *salário*. *Salário* é a forma monetária recebida pelos trabalhadores em troca da venda de sua força de trabalho. Os níveis de *salários* são socialmente estabelecidos em diferentes situações e interesses sociais, mas

como ponto de partida corresponde ao tempo de trabalho. Porém, o que é pago é a expressão monetária do valor do trabalho e não da força de trabalho. Isso porque, se o valor da mercadoria como vimos anteriormente é o tempo de trabalho despendido em sua produção, o valor do trabalho é apenas uma expressão irracional para o valor da força de trabalho, já que a força de trabalho é referente a toda a produção e dispêndio de trabalho que se relaciona com o valor da mercadoria produzida, porém, o que é pago ao trabalhador é calculado na sua jornada de trabalho, o valor do trabalho (MARX 2018).

Não se paga a classe trabalhadora por sua força de trabalho, mas sim pelo tempo da jornada de trabalho. Marx (2018) revela que o salário por tempo pode ser o valor diário e semanal, assumindo formas variadas, circunstanciais que podem ser calculadas a partir do valor médio quando se divide pelas horas trabalhadas. Historicamente, o capitalista já pagou pelo dia de trabalho pela facilidade de poder roubar do trabalhador algumas horas ou minutos de seu trabalho.

O salário também pode ser elaborado a partir de peças produzidas. No salário por peças há a impressão de salário justo que pagaria pelo valor produzido em cada mercadoria, mas não é bem assim. Nessa forma de pagamento a qualidade do trabalho é controlada pelo próprio produto que tem que possuir qualidade para ser pago, além de ter que ser produzido dentro do tempo socialmente mínimo de produção para que a peça tenha valor. Nesse caso, o trabalhador é totalmente responsável pela produção e sujeitado a aumentar a jornada de trabalho, pois o valor de cada peça está submetido ao salário pago por tempo.

Assim, o trabalho assalariado tem como característica estabelecer a troca da força de trabalho por uma determinada quantia de dinheiro chamada salário. Cada trabalhador adiciona tempo de trabalho e, conseqüentemente, valor. A força de trabalho tem um valor de uso que pode ser vendida, trocada, e essa condição implica no trabalhador que se reconhece somente na condição de trabalhador assalariado e produtivo para a sociedade.

O trabalhador assalariado vive em uma guerra constante no capitalismo. Nessa guerra, exércitos de trabalhadores competem entre si (MARX, 2010b, p.79). A indústria não garante o trabalho a todos e nem mesmo é de seu interesse, porque quanto mais trabalhadores e trabalhadoras abandonados, mais barato eles se tornam, e, sem trabalho, se veem obrigados a vender o seu trabalho por qualquer preço.

Há então uma relação de ganho e capital que busca gastar menos com trabalhadores, pagando valores baixos ou contratando o mínimo de trabalhadores possível. Nessa lógica, se extrai de um mesmo trabalhador o seu limite. O lucro aparece na forma de rendimento, vantagem do capitalista em relação a algo, tanto no menor gasto possível com matéria prima,

como com o gasto com os trabalhadores e trabalhadoras. Para Marx (1978c), no capitalismo, “se os salários baixam, subirão os lucros; e se os salários sobem, baixarão os lucros” (p. 88).

O mecanismo da aceleração da produção no capitalismo com a maquinaria também envolve trabalho, pois há trabalho histórico armazenado na maquinaria, na técnica, na tecnologia e nas ferramentas de trabalho. São meios de produção resultados do trabalho que são acordados pelo trabalho. A extração da mais-valia relativa dialoga com a aceleração da produção, pois ao considerar a inovação tecnológica aplicada na forma-maquinaria permite que o tempo de trabalho seja reduzido, comprimido e a proporção entre o tempo socialmente necessário e o mais trabalho sejam alterados, produzindo uma quantidade de mais-valia maior para o capitalista. Há produtividade quando se aumenta a produção de mercadorias.

A maquinaria para Marx (2018) é uma categoria e não simplesmente ferramenta capitalista, pois está relacionada com a história do trabalho, o processo histórico de elaboração e aperfeiçoamento de técnicas, portanto, há acúmulo de trabalho humano na história social. Marx (2018) chamou de trabalho morto os trabalhos enclausurados nas maquinarias, não por sua insignificância, mas por não serem contados no modo de produção capitalista. Nesse modo de produção alienado, se oculta o trabalho histórico, se oculta toda a produção técnica humana que resultou no desenvolvimento da maquinaria por meio do trabalho.

O desenvolvimento da maquinaria até chegar nas formas mais tecnológicas e autônomas acumulou muitas formas de trabalhos humanos ao longo da história. São somatórias de trabalhos concretos para desenvolver uma maquinaria que aparentemente se produz por si. Esses trabalhos mortos aos poucos vão ocupando os espaços dos trabalhos vivos, aqueles que vêm da força de vida da classe trabalhadora (MARX, 2018).

Com avanços dos processos tecnológicos das sociedades, alguns trabalhos vivos podem ser reduzidos do gasto de mão de obra dos donos dos meios de produção, ampliando a exploração capitalista e eliminando a força de trabalho. O trabalho vivo, além de ser diminuído pelo trabalho morto, ainda cumpre uma função de acordar o trabalho morto. A maquinaria está submetida à força do tempo, corrói e enferruja, e a madeira apodrece. E nesse processo, o trabalho vivo tem de apoderar-se do conhecimento da maquinaria e “despertá-las do mundo dos mortos, convertê-las de valores de uso apenas possíveis em valores de uso reais e efetivos” (MARX, 2018, p. 334). O trabalho morto só é produtivo se for animado pelo trabalho vivo, em uma constatação de que no capitalismo um não vive sem o outro no processo da acumulação.

Nessa dinâmica, o trabalho produtivo é que faz a diferença. O sujeito do trabalho produtivo não é a síntese de uma massa homogênea de trabalhadores. Marx (2018) esclarece

que o processo de constituição do trabalhador produtivo é dinâmico e nele são incorporadas as funções da capacidade de trabalho e suas diferentes técnicas. Nesse sentido, o trabalhador coletivo não é uma massa estática, mas um corpo social em permanente transformação que gera produção.

Segundo Marx (2018), o trabalho produtivo pressupõe que o processo de trabalho seja apenas um meio para a valorização do capital, e o trabalhador apenas um instrumento para a produção de mais-valia. O trabalho produtivo é aquele que valoriza o capital e está subordinado ao regime de assalariamento. Trata-se do trabalhador que produz mais-valia para o capitalista e serve à auto expansão do capital. Nesse modo de produção, o trabalhador só se reconhece como trabalhador na condição de assalariamento, sendo um produtor, com necessidade de sempre produzir para sobreviver. “Se consideramos o processo inteiro do ponto de vista de seu resultado, do produto, tanto o meio como o objeto do trabalho aparecem como meios de produção, e o próprio trabalho aparece como trabalho produtivo” (MARX, 2018, p. 331).

O capital também apresenta formas diferentes de produzir o processo de produção do valor. O valor de uma mercadoria pode aumentar à medida que o capitalismo se organiza para produzir mais valor no produto. Isso é possível por diversos componentes do processo de valorização capitalista.

Um deles é o capital constante (fixo) que é referente ao valor de uma mercadoria, a quantidade de trabalho contida, trabalho esse que é socialmente necessário. Altera-se o valor quando o tempo social de produção modifica em detrimento da maquinaria. O capital constante é o valor produzido no interior de elementos como máquinas, equipamentos de produção, ferramentas, tudo o que durante o processo de produção implica no valor da mercadoria. O capital constante está no processo de produzir mercadorias (MARX, 2018).

O capital variável produz um valor novo, superior ao seu valor anterior, pelo jogo da extorsão do mais-valor que ocorre no uso da força de trabalho e na extração elevada de mais-valia. Capital variável é também conhecido como circulante, pois cria valor, é destinado a gerar mais valor, mais acumulação (MARX, 2018).

O capital fixo é o que é empregado na produção das mercadorias e se relaciona ao trabalho morto, trabalho já existente na tecnologia, na maquinaria e nas ferramentas que produzem novas mercadorias, é trabalho já constituído historicamente. Quando o capital variável aumenta de acordo com a extração da mais-valia, é o momento em que o trabalho morto é acordado por trabalho vivo, trabalho explorado pelo processo de mais-valia.

Compreender essas categorias do trabalho dá base para o entendimento do trabalho infantil na particularidade do modo de produção capitalista em relação à legislação e suas contradições, que será desenvolvido em seguida.

1.2 O trabalho infantil e a proteção pelas leis: um embuste necessário

Neste tópico discutimos a questão do trabalho infantil ao longo do tempo, estabelecendo diálogos com leis de proteção da infância. Como já foi mencionado, fizemos essa aproximação, pois na atualidade do trabalho infantil investigado no âmbito das expressões artísticas, esse diálogo aparece de forma forte e gera bastante controvérsia. Mesmo sabendo, pelo que desenvolvemos, que o trabalho infantil faz parte da estrutura capitalista e que só o ataque à base do capitalismo trará modificações radicais no trabalho infantil, consideramos também que algumas legislações podem ter limitado um pouco a ampliação do trabalho infantil e, ao mesmo tempo, gerando uma formalização de proteção que continua ocultando as contradições, principalmente quando se leva em conta a diferença de classes sociais. Assim, vamos desenvolver a exploração do trabalho infantil no capitalismo em diálogo com algumas tentativas de minimizar essa exploração com medidas legislativas de regulação.

Pode-se dizer que o capitalismo não inventou o trabalho infantil, mas criou condições para que as crianças necessitassem da venda da sua força de trabalho. Como condição de subsistência na lógica capitalista, as crianças trabalham para ajudar no orçamento da família mesmo que outras justificativas sejam dadas, tais como gostar de ficar na rua, gostar do que faz e ganhar fama e sucesso.

O capitalismo faz com que o trabalhador trabalhe, que tenha necessidade de vender a sua força de trabalho para a sobrevivência, para conseguir melhores condições de vida e para conquistar mercadorias fetichizadas. A exploração da força de trabalho da classe trabalhadora pela burguesia faz parte da estrutura do capitalismo como discutimos no tópico anterior. Para Marx e Engels (2017, p. 23):

A história de toda a sociedade até hoje é a história de lutas de classes. Homem livre e escravo, patrício e plebeu, barão e servo, mestres e companheiros, numa palavra, opressores e oprimidos, sempre estiveram em constante oposição uns aos outros, envolvidos numa luta ininterrupta, ora disfarçada, ora aberta, que terminou sempre ou com uma transformação (Umgestaltung) revolucionária de toda a sociedade, ou com o declínio comum das classes em luta.

A classe social se diferencia pela posição que ocupa no modo de produção, pela apropriação da riqueza que é produzida pelos trabalhadores por parte da burguesia. A burguesia é a classe social que detém a riqueza de uma sociedade. Esse conflito conduz a uma inevitável

luta de classes, mesmo que não seja percebida, entre exploradores e explorados (GADOTTI, 1991).

Existem sempre duas grandes classes que se opõem em cada modelo social. Na Roma antiga encontramos patrícios, cavaleiros, plebeus e escravos. Posteriormente na Idade Média, senhores, vassallos, mestres, companheiros e servos. A sociedade burguesa surge de uma sociedade Feudal que não aboliu o antagonismo de classe, apenas substituiu novas condições de opressão, novas formas de lutas que sempre existiram (MARX & ENGELS, 2017).

A luta de classe se apresenta como um processo constitutivo da sociedade, que segue se complexificando e se desdobrando na exploração de uma classe por outra, sustentada também pela exploração do trabalho infantil. Para Marx e Engels (2017, p. 34) “[...] quanto mais a indústria moderna progride, tanto mais o trabalho dos homens é suplantado pelo das mulheres e crianças, as diferenças de idade e de sexo não têm mais importância social para as classes operárias”.

Em meados do século XVI crianças em estado de miséria trabalhavam nas fábricas em troca de moradia nos porões das próprias fábricas. Marx, no movimento que revela o trabalho no início do capitalismo, afirma: “[...] a partir da situação das crianças, podemos ter uma ideia do que se passa com os adultos, principalmente moças e mulheres [...]” (MARX, 2018, p. 405).

Na Inglaterra era uma prática normal empregar crianças de 8 a 13 anos de ambos os sexos, até as 20h30min horas ao lado de homens adultos. Em 1850 aconteceram vários protestos advindos da classe trabalhadora contra a exploração das longas jornadas de trabalho e do abuso com o trabalho de crianças, que por serem mais baratos havia mais contratação de crianças do que de mulheres. Nesse período havia 3.732 crianças submetidas a essa “prática” em 257 fábricas (MARX, 2018).

Segundo Marx (2018), em 1844 as leis iniciais de proteção à criança em fábricas surgiram, passando a haver a proibição de contratação de crianças de 11 anos trabalharem por mais do que 6 horas e meia. Mas, em contrapartida, havia a possibilidade sem freios de explorar crianças de 11 a 13 anos por 10 horas diárias. Os donos de fábricas tinham como pretexto que “a delicadeza do tecido requeria uma leveza de toque que só poderia ser garantida por meio de uma admissão prematura nessas fábricas” (p. 462). Nesse período começa a surgir a obrigatoriedade escolar prescrita para crianças de fábricas, mas tudo muito lentamente, sem realização e sem fiscalização.

Marx (2018) aponta que na França houve os primeiros resultados efetivos da luta da classe trabalhadora no que diz respeito à redução da jornada de trabalho, ao passo que a legislação inglesa vai cedendo aos poucos à pressão. Por outro lado, nos Estados Unidos da

América do Norte, o movimento operário independente ficou paralisado durante um tempo em que a escravidão aparecia com resultados de enriquecimento para a Inglaterra. Percebemos que quando a venda da força de trabalho ainda era incipiente, até certo momento era interesse do capitalista a convivência com a escravidão. Quando se condiz com as condições de enriquecimento, fica permitida a exploração de qualquer forma possível, “[...] o trabalho de pele branca não pode se emancipar onde o trabalho de pele negra é marcado a ferro” (MARX, 2018, p. 464).

Segundo Marin (2005), a exploração do trabalho escravo de crianças negras nos processos de colonização da América, durante muito tempo foi ignorado pelo poder público e pela sociedade. Mesmo que já tivessem instituído algumas leis de proteção na Europa, fechavam-se os olhos para a exploração nas colinas da América, porque para o capitalismo era necessário. Desse modo, “as crianças deviam trabalhar, ou melhor, era forçosamente obrigada a trabalhar desde tenra idade” (p. 23).

Quando foi conveniente aos interesses da produção burguesa, houve a legitimação de leis como o “ventre-livre³”, em 1871. Gradualmente esse processo também serviu para outras leis que estavam vinculadas à exploração do trabalho.

O silêncio em relação ao trabalho infantil no Brasil se prolongou por muito tempo, além de haver rapto de crianças indígenas e crianças pobres para trabalhar na construção de cidades no interior do Brasil e nas minerações no período do ouro e do tráfico de pedras preciosas (MARIN, 2005).

Em 1891 se oficializa em território brasileiro a idade mínima para o trabalho com a primeira lei, Decreto nº 1.313, que determinava a idade mínima de 12 anos para o trabalho, mesmo que essa regulação tenha pouca efetividade. Em 1919, a OIT (1996)⁴ faz uma convenção que discute sobre a proibição do trabalho realizado por pessoas com menos de 14 anos. Posteriormente é criado o Programa Internacional para a Erradicação do Trabalho Infantil (IPEC+), um programa de cooperação para o desenvolvimento de pessoas que fiscalizem o trabalho infantil em mais de cem países.

Em 1943 há a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), documento que regulamenta o trabalho de aprendiz no mercado de trabalho. De acordo com o Decreto 5.452, o menor

³ No dia 28 de setembro de 1871 foi assinada a Lei nº 2.040, conhecida como a “Lei do Ventre Livre”. Considerada um marco no processo de abolição da escravidão no Brasil, está inserida no conjunto de medidas que buscavam atenuar a questão escravista no Império, como a Lei Euzébio de Queiroz (1850) e a Lei dos Sexagenários (1885). A Lei do Ventre Livre declarava livres os filhos de mulher escrava nascidos no Brasil a partir da data da aprovação da lei. Fonte: <http://www.arquivonacional.gov.br/br/ultimas-noticias/736-lei-do-ventre-livre> acesso em: 31 maio 2020.

⁴ https://www.ilo.org/brasilia/noticias/WCMS_752499/lang--pt/index.htm. Acesso em: out. 2020

aprendiz é o adolescente com mais de 14 e menor de 18 anos. Nessa lei, proíbe-se o trabalho e se permite o trabalho do aprendiz, limiar tênue e difícil de acompanhar e fiscalizar.

A proibição do trabalho infantil aparece no texto da Constituição Federal, no art. 7º, XXXIII, e, posteriormente, na emenda constitucional nº. 20, de 1998, e proíbe o trabalho a menores de 16 anos e, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 anos. No Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA - Lei 8069/90), a norma assegura à criança e ao adolescente serem vistos como sujeitos de direitos e de proteção. Para o ECA, trabalho infanto-juvenil é toda e qualquer forma de trabalho realizado por crianças e adolescentes abaixo da idade mínima de 18 anos.

Mesmo com todas essas leis, em 2016 o IBGE mostrou que havia 1,8 milhão de crianças e adolescentes entre 5 e 17 anos trabalhando, 66% menor que os 2,7 milhões de 2015. Como a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) desconsiderou trabalhos na rua que incluíam venda de mercadorias e pequenos camelôs, esse resultado seria muito maior, subindo para 2,3 milhões.

Percebe-se que o capitalismo, para obter mais lucro, explora a classe trabalhadora. Sendo assim, o capitalismo frequentemente cria artimanhas, inclusive ocultando as novas formas de trabalho. De forma geral, a exploração do trabalho infantil costuma ser associada a países e regiões atrasadas, porém, Conde (2012) aponta que

conforme ilustram os dados da pesquisa que desenvolvemos, a persistência do trabalho de crianças está conectada a relações avançadas de produção. [...] Desde os primórdios da relação capital, as formas artesanais são combinadas com tecnologia de ponta. No caso específico da fumicultura a coleta da folha é cuidadosa e manual para manter a características desejadas pela empresa. Caso a empresa contratasse trabalhadores com jornadas legais de trabalho, o preço da produção subiria. Analisar esse aspecto de maneira isolada, considerando o campo nele mesmo e a atividade da criança apenas como trabalho educativo, é altamente favorável à manutenção dessa relação de exploração (p. 78).

O trabalho capitalista sempre alcança brechas para proliferar outras formas de trabalho infantil. Exemplo disso acontece nos espaços artísticos tais como televisão, cinema, teatro, internet e na mídia com propagandas, incluindo não apenas as crianças pobres, mas o que se denominou classe média. A criança aparece na internet nos comerciais de televisão, na fotografia e no *YouTube*. A própria norma sobre o aspecto do “trabalho artístico infanto-juvenil” apresenta especificidades, justamente porque esse trabalho infantil que envolve esses espaços é muitas vezes ligado à ideia de celebridade, vida boa e desenvolvimento de potencialidades.

Segundo Loiola (2017), de acordo com o art. 5º, inciso IX da Constituição da República Federativa do Brasil - CRFB/1988, há a garantia da liberdade, de expressão artística, intelectual

e de comunicação a homens, mulheres e crianças, o que deixa espaço para interpretações diferenciadas, podendo ocorrer autorização judicial para atividades de crianças em mídias.

A atividade artística carrega essa contradição, pois a indústria cultural se apossa dessa atividade como produto de venda, ao mesmo tempo em que a atividade artística é considerada o contrário do trabalho por envolver criatividade e imaginação. Muitas vezes a atividade da criança na mídia é associada ao *glamour* e à atividade fácil, por se relacionar com o prazer em oposição à exploração. A ideia de fama e sucesso também mascara o trabalho, a dedicação, o dispêndio de força e a técnica, aparecendo como atividade de fácil realização.

Segundo Palmeira Sobrinho (2010), geralmente a atividade infanto-juvenil não é pensada como trabalho, pois é associada a expressões artísticas, ao lazer e à diversão, como se qualquer atividade artística fosse excludente da ideia de trabalho de produção de bens ou serviços, ou seja, mercadorias destinadas ao mercado. Uma parcela significativa da sociedade ainda não enxerga que nas telenovelas, filmes e teatros, crianças e adolescentes estão inseridos como trabalhadores.

A interpretação ambígua do texto da Constituição Federal e da Convenção 138 da OIT possibilita que o trabalho artístico de crianças e adolescentes possa ser permitido, desde que por autorizações judiciais individuais, mesmo que se condene os prejuízos à integridade física, psicológica e moral advindos do trabalho (PIOVESAN, 1997).

Algo que implica nesse tipo de trabalho que envolve fama e sucesso remete a questões ligadas ao fetiche. Se outrora vemos uma necessidade de trabalhar para sobreviver na exploração do trabalho infantil de crianças pobres, temos, por outro lado, algumas crianças que não pertencem à linha da miséria se adentrando no mercado de trabalho, mostrando que o capitalismo vai mesmo desenvolvendo a sua exploração em várias camadas sociais.

Se na relação da luta de classes existe a classe trabalhadora e a burguesia, é possível perceber que existem estratificações da classe trabalhadora provocadas pelo capital que, inclusive, gera concorrência entre os mesmos. Essa classe que aparece como intermediária e que conhecemos como classe média é um construto social da ideia de asserção social que cerca os diferentes tipos de trabalhadores, mas que continua sendo explorada pelos proprietários dos meios de produção. Importante ter clareza que a leitura a partir de estratos econômicos que faz a separação de classe A, B, C, oculta a questão da exploração do trabalho assalariado (LUCE, 2012). Pela condição de alguns ganharem melhor, se oculta a exploração que gera acúmulo da classe burguesa.

Assim, a concorrência entre os trabalhadores é importante para o capitalista, além de fazer os trabalhadores disputarem pela empregabilidade, que faz diminuir o valor do trabalho e ainda ofusca a luta de classes entre burguesa e classe trabalhadora (MARX, 2010c).

A partir da discussão desse tópico vimos que no capitalismo, seja na desigualdade de classes, na legislação, as contradições existem e merecem ser reveladas, pois ocultam a exploração e as novas formas de trabalho na sociedade. No próximo capítulo discutimos alguns desenvolvimentos do capital que continua se exercendo de forma desigual e combinada na indústria cultural no capitalismo dos monopólios.

CAPÍTULO II

CAPITALISMO DOS MONOPÓLIOS E A INDÚSTRIA CULTURAL

A tarefa não é tanto ver aquilo que ninguém viu, mas pensar o que ninguém ainda pensou sobre aquilo que todo mundo vê.

Arthur Schopenhauer

Após compreendermos o trabalho no capitalismo, vamos discutir as transformações do capitalismo com o intuito de revelar também como o trabalho em suas diversas manifestações continua ocultando a exploração. Nesse desenvolvimento, até a cultura é produzida nos ditames do capital.

Consideramos que se deter no capitalismo flexível, também denominado dos monopólios, em diálogo com a indústria cultural é fundamental para que possamos entender melhor a totalidade que o *YouTube*, e mais especificadamente o *YouTube Kids*, onde o *Youtuber mirim* realiza suas atividades na plataforma.

2.1 Capitalismo dos monopólios e o trabalho flexível

Conforme Marx (2018), a reinvenção faz parte do capitalismo. Nesse sentido, continuidades e rupturas acontecem em busca de criar condições de produção capazes de se reproduzir, de continuar realizando processos de acumulação por parte da burguesia. Assim, a organização do trabalho se modifica continuando o estrutural que é a exploração da força de trabalho.

As transformações no sistema capitalista envolvem a totalidade social, os interesses que atendem a manutenção do sistema. Um interesse sempre presente, além da concentração, é a expansão, ambos já presentes em 1848 com o desenvolvimento do mercado mundial (MARX; ENGELS, 2017), que a partir das últimas décadas do século XX se manifestou sob a predominância da esfera financeira. Quando Marx e Engels (2017) revelaram as formas de expansão do capitalismo, não estavam anunciando o que poderia acontecer no futuro, mas já era uma tendência imanente ao capitalismo, sua organização lógica e funcional.

Pela organização lógica e contraditória do sistema capitalista fica evidente que não há limites para o alcance das reformas no interior do capitalismo. Começando pelo estágio clássico do imperialismo, e na Segunda Guerra Mundial, em que já acontecem algumas transformações político-institucionais que incorporaram as demandas das lutas do movimento dos trabalhadores (PAULO NETTO, 2012).

A expansão do capitalismo pela ótica das três revoluções industriais está imbricada em um processo permeado de transformações nas relações de produção. Transformam o trabalho como maneira de adequar-se à expansão do lucro. Em meio às crises, o sistema capitalista faz ajustes necessários sem perder sua estrutura acumuladora de riquezas. Portanto, ao tratar das subjacentes formas do capitalismo, é preciso compreender que ele não muda seu modo de produção, o que propicia a acumulação (CHAVES, 2015).

Quando a Europa deixa de ser o centro do mundo no final da Segunda Guerra Mundial, quando os Estados Unidos, por meio da produção de armamentos retira da Inglaterra o posto de lugar de maior desenvolvimento do capitalismo, como havia anunciado Marx, na obra *o Capital*, deu início “a idade de ouro” (1945-1973) e aos futuros “Trinta Gloriosos” (HOBSBAWM, 1995), que forja complexas relações de exploração do trabalho, chegando no sistema conhecido como Taylorismo. Essa organização do trabalho industrial estadunidense tem como objetivo otimizar as tarefas desempenhadas nas fábricas com a racionalização do trabalho e divisão social do trabalho entre concepção e execução.

O taylorismo visa aumentar a eficiência operacional e o rendimento dos trabalhadores nas indústrias e foi concebido como modelo de administração que tinha como pressuposto a contagem das horas de trabalho na produção dos produtos, mensurando a produção no tempo padrão de produção, para gerar maior valor à mercadoria. As características do Taylorismo se identificam pela máxima produção e rendimento com o mínimo de tempo, pela fragmentação severa da divisão das tarefas de trabalho e pelo trabalhador especializado (TAYLOR, 1990).

No processo de aprimoramento da produção para melhor lucro, observou-se que não bastava gerenciar o tempo de produção, mas que se precisava de técnicas de aceleração da produção para a massa, produção de mercadorias em série e em larga escala, e é nesse momento que o modelo Fordismo é aglutinado ao Taylorismo.

Com a difusão do taylorismo-fordismo há a expansão da produção e do consumo de massa de mercadorias padronizadas. Os novos modelos de produção no capitalismo sistematizaram o trabalho mecanizado via esteira de montagem que encaixotava o ofício do operário em uma realização mecânica e aprisionada. O processo de atomização que faz da realidade um conjunto de sistemas isolados e racionais submete os trabalhadores a essa mesma realidade fragmentada, e com isso extrai a capacidade humana de perceber a totalidade (LUKÁCS, 2003).

Devido à extrema rigidez do sistema, acumulação exagerada com muitas perdas de mercadorias estocadas, redução do consumo, além de lutas sindicais, houve a necessidade de se pensar em novas estratégias para o trabalho. Segundo Harvey (2005), a crise estabeleceu

necessidades para a continuidade da exploração. É pela crise que é necessário se pensar as condições capitalistas de acumulação onde haja crescimento do capital.

Assim, o taylorismo-fordismo começou a dar sinais de um quadro crítico na forma de produção e acumulação. Segundo Antunes (2003), o padrão de acumulação exagerada, com número elevado de mercadorias paradas em estoque, com o aumento da demissão de trabalhadores, causou a retração do consumo, e consequentemente, do lucro. Nessa conjuntura, o Toyotismo como expressão de uma determinada correlação de forças nacionais de interesse do capitalismo na produção automobilística japonesa, se implementa como nova forma de organização da produção de mercadorias.

O Toyotismo é um modelo de produção industrial que visa o princípio da acumulação flexível, evitando principalmente os desperdícios ao longo do processo de produção e distribuição de mercadorias. O que muda é a forma de acumulação que atualmente rejeita qualquer perda de excedentes. A acumulação flexível evita o desperdício de produção que não será consumida, ou seja, evita estoque para que nada seja barateado ou perdido (ANTUNES, 2018).

Essa organização do trabalho imprime o uso de novas tecnologias e do sistema informático para acelerar ainda mais a produção, implicando em um aumento da mais-valia relativa. Com o aumento expressivo da mais-valia relativa, também se diminui os custos, pois se aumenta a produção com um número menor de trabalhadores. Nesse contexto, a produção de mercadorias não é mais homogênea, mas heterogênea, com uma produção flexível (ANTUNES, 2018).

Com a possibilidade de maior exploração da força de trabalho o capitalismo procura espaços para sua expansão, promovendo o que Paulo Netto e Braz denominam de "desterritorialização da produção" (2012, p. 228). Neste processo, os grandes capitais procuram territórios onde a força de trabalho não possua ampla proteção, tanto no que se refere a articulação da classe trabalhadora, por meio dos sindicatos trabalhistas, como na proteção do Estado na promoção de legislações voltadas ao trabalho.

[...] o mais significativo é o fato de o capitalismo contemporâneo ter transformado o desemprego maciço em fenômeno permanente - se, nos seus estágios anteriores, o desemprego oscilava entre "taxas aceitáveis" e taxas muito altas, agora todas as indicações asseguram que a crescente enormidade do exército industrial de reserva torna-se irreversível [...]. A precarização e a "informalização" das relações de trabalho trouxeram de volta formas de exploração que pareciam próprias do passado (aumento das jornadas, trabalho infantil, salário diferenciado para homens e mulheres, trabalho semiescravo ou escravo.) (PAULO NETTO E BRAZ, 2012, p. 232).

Ser multifuncional tornou-se o grande ajuste dos trabalhadores para tentar manter seus empregos. O trabalho no modelo Toyotista, do neoliberalismo, caminha contra os direitos que foram conquistados ao longo da histórica. Com a flexibilidade, o capitalismo implica na jornada de trabalho de forma diferente, com contratos frágeis e horários de trabalho não fixos. O que continua em jogo é a produção no menor tempo possível, podendo o trabalhador levar trabalho para casa, dependendo da função, mas necessariamente sempre estando à disposição.

Quanto ao trabalho em domicílio:

[...] sua utilização não pode abranger inúmeros setores produtivos, [...]. Mas onde ela tem proliferado, seu vínculo com o sistema produtivo capitalista é muito mais evidente, sua subordinação ao capital é direta, sendo um mecanismo de reintrodução de formas pretéritas de trabalho, como o trabalho por peça [...]. Basta lembrar o caso da monumental expansão da Benetton, da Nike, em tantas partes do mundo, dentre as inúmeras experiências de trabalho realizado no espaço domiciliar, doméstico ou em pequenas unidades (ANTUNES, 2003, p. 114-115).

Sem remuneração fixa, a responsabilidade da produção ainda é mais do trabalhador. O sistema de metas ganha fôlego com metas que precisam ser batidas, sempre maior do que a anterior (ANTUNES, 2018). Combinado com isso há a produção de uma mercadoria pelo sistema *Just in time*, ou seja, no momento certo, que também já tenha escoamento, sem esperas desnecessárias e nem perda de vendas, para que não se tenha estoques (SHINGO, 1996).

A dinâmica da flexibilidade no capitalismo coincide com os princípios da perspectiva da acumulação estrutural do capitalismo, gestando formas diferentes de acumulação daquilo que outrora foi falho para o capitalismo. É possível perceber essa realidade quando partimos do princípio capitalista de acumulação de riquezas. Se antes o capital acumulava produtos a todo vapor em grandes estoques de produção, a acumulação não parou de acontecer, só que não se produz mais excedentes nos estoques de forma materializada, se produz com vendas antecipadas e de forma flexível em grandes corporações que são constituídas em rede (SHINGO, 1996).

Para Antunes (2018), as novas formas de organizar o trabalho dão base para a não contratação formal. A instabilidade da contratação dos trabalhadores são traços constitutivos do capitalismo, mas o que aparece na flexibilidade é o recuo de garantias de direitos que foram conquistados pela classe trabalhadora. Muitos trabalhadores se sujeitam a levar trabalho extra para casa e a trabalhar em escalas, estando disponível em período integral. O salário por tempo da diária de trabalho que em Marx (2018) era predominante, perde espaço para o salário por produção, intensificando a mais-valia absoluta e relativa.

O capitalismo flexível exige do trabalhador que seu trabalho seja flexível, adotando o modelo de trabalhador polivalente que precisa realizar várias funções ao mesmo tempo e que seja multifuncional, disposto a trocar de função, inclusive por uma que ganhe menos (ANTUNES, 2003).

Nesse contexto em que é necessário um trabalhador dinâmico e multifuncional, também há uma gestão baseada em competências e na ideia de colaborador. Os processos colaborativos de participação imprimem na aparência uma cultura de parceria entre trabalhadores e empresa (LIMA e SANTINI, 2010). Segundo Oliveira (2004), para diminuir o impacto da intensificação da mais-valia relativa no início do capitalismo flexível, ainda no Japão, o tempo de produção de mercadorias que determinava o valor do salário a ser recebido passou a ser por produção “peças”, que na aparência parece mais viável, mas que implica no tempo mínimo de produção de cada mercadoria. Para ocultar ainda mais a exploração o trabalhador é chamado de colaborador, como se ele não mais fosse empregado, mas parte da empresa.

É uma contradição que a cultura colaborativa que imprime a ideia de colaboradores e parceiros para os trabalhadores não se preocupe com estes. Mas, essa dinâmica faz com que os trabalhadores acreditem que quanto mais colaboram, mais a empresa cresce e eles crescem juntos pois são colaboradores e independentes, são parceiros que crescem no mesmo ritmo dos capitalistas.

No capitalismo flexível a terceirização também faz parte do processo de produção e é uma prática que se estende para atividades fins. A transferência da contratação de trabalhadores para uma prestação de serviço entra na lógica de diminuição de gastos com mão de obra (MARCELINO, 2007). A Consolidação das Leis do Trabalho (CLT, 2018) explica a terceirização como um mecanismo anômalo ao de contratação de força de trabalho que foge à fórmula clássica da relação empregatícia de contratante e contratado. A terceirização é entendida como um processo de contratação de um serviço, sendo de um indivíduo ou de uma empresa, onde se compra apenas o serviço e não se responsabiliza pelo trabalhador que produz esse serviço. Nesse labirinto o trabalhador não consegue mais identificar os donos dos meios de produção. São simplesmente trabalhos que se submetem aos monopólios do capitalismo financeiro.

Além do trabalhador com contratos flexíveis e o prestador de serviço, ainda tem o incentivo ao empreendedorismo para que os trabalhadores desempregados oxigenem o sistema de produção. O trabalhador, nessa situação, acredita em uma falsa autonomia do trabalho informal que é considerado “livre”, tendo a ilusão de controle e de administração do tempo de trabalho, como se não houvesse exploração (ANTUNES, 2018).

Concomitante à estima da profissão que remete à ideia de conjunto de atividades ligadas a uma história processual de educação formal e desenvolvimento de técnica, a valorização da ocupação também aparece forte no âmbito dos serviços, que estão no interior da lógica da terceirização. Ela reúne todas as atividades que se exerçam no mercado de trabalho, havendo também flexibilidade nessa perspectiva, questão necessária ao capitalismo (RAMOS, 2010).

Percebemos que o capitalismo atual possui uma organização de produção que apresenta relações interempresariais baseadas na terceirização e na formação de cadeias produtivas, uma relação entre capital e trabalho pautada na desregulação e informalização e uma relação entre Estado e sociedade conduzida prioritariamente pelo neoliberalismo. Em crise, o capitalismo se reestrutura e o taylorismo-fordismo é substituído pelo Toyotismo, que produz diferentes produtos para nichos específicos e por um tempo determinado (CHAVES, 2015).

Essa organização do trabalho é base para o capitalismo flexível que tem como base a automação microeletrônica, a informatização e formas de gestão que tentam ocultar ainda mais a exploração do trabalho. Mesmo que o sistema tenha sofrido transformações, o que podemos afirmar é que a exploração continua ligada à força de trabalho do trabalhador pela classe da burguesia, donos dos meios de produção (CHAVES, 2015).

Muitas denominações são dadas a esse capitalismo que aflora a partir dos anos 1970. Capitalismo dos monopólios, flexível, neoliberal e financeiro – cada nome tenta realçar uma dinâmica diferenciada e interligada que compõe a unidade do capital. A predominância do capital financeiro⁵ em detrimento do capital produtivo caracteriza-se pela mundialização financeira, que consiste em um regime de acumulação capitalista mundial cujo desenvolvimento é delineado por um crescimento da esfera financeira (PAULO NETTO, 2012).

O capitalismo dos monopólios vincula-se não por acaso ao capital financeiro, já que há a articulação internacional de grandes corporações que se tornaram assim a partir de fusões, compras e ampliações de empresas em todo o mundo, se constituindo como monopólio. Segundo Paulo Netto (2012), as grandes corporações têm conduzido processos internacionais de integração de monopólios mundiais que atendem aos interesses do grande capital. Para o autor, historicamente os processos de concentração e centralização dispõem de um potencial de

⁵ O capitalismo financeiro se entende pela crise do início da década de 1970, que fechou um ciclo longo de trinta anos de gloriosa lucratividade para o grande capital produtor. Ao demolir os acordos que regulavam os fluxos monetários do sistema financeiro internacional do ouro para o dólar – a potência dominante do capitalismo – os EUA instituíram o padrão “Dólar” que se tornou dominante até hoje. Essa mudança representa a substituição do sistema de câmbio fixo pelo sistema de câmbio flexível, contribuindo estruturalmente para a implantação dos mecanismos de flexibilização produtiva e de mercados (LENIN, 2002).

poder superior ao de boa parte dos Estados nacionais e opera o controle estratégico dos recursos necessários à produção.

Sabemos que a compreensão das formas de organização dentro do modo de produção capitalista mantém sua estrutura acumulativa ao longo da história. Harvey (2008) nos esclarece que as formas de gerenciar a acumulação no capitalismo mudaram, existindo a acumulação primitiva, com foco na acumulação de mercadorias e acumulação de mais-capital de forma violenta, na exploração do trabalho com base no assalariamento e na escravidão, posteriormente, há um capitalismo mais concorrencial, com a expansão mundial pela acumulação de mercadorias em empresas que buscavam explorar países menos desenvolvidos a partir do mais-lucro e menor valor de salários, e a expansão da acumulação monopolista, que forma monopólios existindo baixa concorrência.

As formas de acumulação do capital mantêm sua exploração e se reinventam a partir das crises. Essas transformações são imprescindíveis de serem compreendidas, por envolverem novas formas de exploração. A próxima discussão tenta desvelar esse processo na particularidade da indústria cultural.

2.2 *YouTUBE*: uma mercadoria da indústria cultural

Considerando que o *YouTUBE* está inserido na indústria cultural e é produzido nos ditames do modo de produção capitalista e, nesse contexto, os produtos culturais são mercadorias, nesse tópico discutimos essa relação por acreditar que o trabalho na indústria cultural possui especificidades que vão iluminar ainda mais o objeto estudado.

2.2.1 A indústria cultural como expansão da racionalidade do modo de produção capitalista

Segundo Maar (2003), o termo indústria cultural surgiu em 1947 na obra *Dialética do Esclarecimento*, de Theodor Adorno e Max Horkheimer, em substituição ao termo “Cultura das massas”, para anular de antemão uma errônea interpretação que podia acontecer, de que os frankfurtianos estariam criticando a cultura regional produzida pelas massas, ou seja, a cultura popular, que advinha da tradição, da história e da espontaneidade.

A indústria cultural, ao contrário, envolve uma produção para as massas que agrega um conjunto de meios de comunicação, as mídias tais como rádio, cinema, televisão, revistas, jornais e, atualmente, a internet. Essa indústria produz uma cultura padronizada que segue a mesma racionalidade da indústria, mesmo que na aparência seja diversificada.

O crescimento da indústria da cultura é expressivo. Se, antes, ela era mais dependente de outras indústrias e se sustentava principalmente por ser lugar de publicidade para outras indústrias nas áreas de aço, petróleo, eletricidade e química, ou seja, como um “[...] óleo de lubrificação, num existir para outrem [...]” (ADORNO, 2003, p. 118), atualmente ela existe não somente para outrem, mas por si mesma. A indústria cultural, em fusões e compras, se transformou em uma corporação, um negócio com lucratividade igual ou maior do que qualquer outro.

Segundo Duarte (2010), no capitalismo flexível a indústria cultural alcança a hegemonia por meio das fusões entre empresas, criando oligopólios⁶ da indústria tecnológica, como as empresas de *hardware*, empresas de telefonia, provedores de internet, grandes estúdios de cinema e canais de TV. Há a sedimentação de corporações que agrupam canais de TVs incorporados aos oligopólios de *hardware* (muitos deles de origem japonesa), aos estúdios de cinema, empresas de informática, telecomunicações e *network*, que dominam fatias expressivas do mercado com sua produção (DUARTE, 2010).

O salto dessa indústria acontece em 1990 com a compra de empresas e fusões. O termo fusão, que também aparece como parceria, oculta as relações de compra e venda de empresas menores por empresas maiores, em uma fusão de duas empresas que realizam a permutação de suas ações, transformando-se em uma corporação. Nesse tipo de processo, costumeiramente as participantes da fusão deixam de existir ou mudam de nome para que seja criada uma corporação resultante da fusão. Já no caso de aquisição por compra e venda, uma empresa adquire a outra por meio da compra de suas ações ou até mesmo a seção de parte das ações da empresa. Após essa aquisição, a empresa adquirida é incorporada às operações da adquirente. Nesse processo a empresa adquirida pode deixar de existir, já que ela passa a integrar a empresa que a adquiriu no processo de compra e venda. Ambas as relações de fusão e aquisição, o que acontece é uma subsunção de uma empresa menor por outra maior. Geralmente essas empresas maiores já têm o monopólio de alguma mercadoria, e quando acontece esse processo estabelecem mais a hegemonia (PAULO NETTO, 2012).

Foram as empresas de origem japonesas que iniciaram a relação de fusões e aquisições de outras empresas com o objetivo de ter produtos diferentes para atender o mercado de clientes

⁶ Oligopólios e monopólios são tratados nessa pesquisa com sutil diferença. Quanto aos oligopólios, são derivados do grego *oligoi*, “poucos”, e *polein*, “vender”. Se entende o conglomerado poucos monopólios, empresas transnacionais. E monopólio é uma palavra derivada do grego *monos*, que significa “um”, e *polein* que significa “vender” onde uma grande empresa, que já passou por compras de outras empresa, tornando-se um monopólio, uma única empresa tem o controle sobre a venda de um determinado produto ou serviço, podendo, assim, definir os preços que desejar, uma vez que não existe concorrência. existe no mundo poucos monopólios mundiais que são esses oligopólios de vendas de tudo que é produzido no mundo (PAULO NETTO & BRAZ, 2012).

como nos “mega produtos do cinema” *Sony*, *Columbia Pictures*, *CBS* e outros, produzindo produtos variados. Em 1996, a *Matsushita*, empresa japonesa, comprou as marcas *Panasonic* e *JVC*, acelerando o processo de produção e vendas de televisões em vários países. Hollywood é a grande referência da indústria cultural em relação ao cinema, e foi com acordos com firmas especialistas em *hardware* (eletrônicos e companhias telefônicas) que alcançou uma expansão global (DUARTE, 2010).

Muitos oligopólios mundiais são conglomerados transnacionais, que anteriormente atuavam em outros ramos da indústria e que migraram para a indústria do entretenimento, com a diversificação seus produtos ou simplesmente injetando dinheiro nesse mercado por meio de ações (DUARTE, 2011). O capitalismo concorrencial presente no início da era burguesa nas formações capitalistas transforma-se em monopolista e detém a produção de riqueza, distanciando ainda mais a classe trabalhadora dessa transição de mobilidade social.

O sistema capitalista baseou-se desde seu nascimento na ideia de falsa liberdade e isso se reproduz na indústria cultural. Todos são “livres” e têm desejos que podem encontrar nas mercadorias disponíveis a realização. No entanto, o mundo capitalista é totalmente administrado. Como afirma Adorno (1978), os monopólios com toda a estruturação capitalista ditam o que é o padrão de mercadoria. Os produtos da indústria incluem na sua produção pelo fetiche a submissão do sujeito às mercadorias culturais.

A produção de uma cultura mercantilizada produz não só uma mercadoria para um consumidor, mas também o próprio consumidor. Nesse processo, a cultura também não é vista como produção humana. Adorno e Horkheimer debatem sobre como a cultura e a civilização foram produzidas na história de forma dicotomizada, e no processo da indústria cultural, a cultura é engolida pela civilização, não permite espaço para a imaginação de uma cultura diferente da existente (ADORNO; HORKHEIMER, 1968).⁷

Na expansão, a indústria cultural se apropria do “tempo livre” de modo que a diferença entre tempo de trabalho e tempo de não trabalho não exista, e que todos os tempos sejam de produção capitalista (ADORNO, 1995), ou seja, “o tempo livre está acorrentado ao seu oposto” (p. 70). Essa conexão, além de indicar os motivos da existência de uma indústria para esse tempo livre, aponta para a falsa separação com o mundo do trabalho:

⁷ *Halbbildung* é traduzido ora como semiformação, ora como pseudoformação na língua Portuguesa. *Halbbildung* é um termo alemão formado pela justaposição de *Halb* (meio, metade ou pseudo) e *Bildung* (cultura, formação cultural, formação da personalidade ou educação em sentido amplo). Portanto, *Halbbildung* não pode ser traduzido por meia formação ou falsa formação, pois Adorno em sua categorização imprime o sentido de uma formação completa, mas não verdadeira. Usaremos a palavra semiformação algumas vezes apenas para respeitar os autores que a assumiram.

Quando se aceita como verdadeiro o pensamento de Marx de que na sociedade burguesa a força de trabalho tornou-se mercadoria e, por isso, o trabalho foi coisificado, então [...] [apresenta-se] o paradoxo de que aquele estado, que se entende como o contrário de coisificação, como reserva de vida imediata em um sistema total completamente mediado, é, por sua vez, coisificado da mesma maneira que a rígida delimitação entre trabalho e tempo livre (ADORNO, 1995, p. 72-73).

É possível perceber a expansão objetiva capitalista da integração do mundo do trabalho no tempo e no espaço de lazer, ocupando toda a dinâmica da vida. A ocupação do tempo livre segue a organização das atividades culturais em um negócio direcionado para a busca do lucro. São os produtos culturais que preenchem o tempo livre de maneira convencional para relaxar e “esvaziar a mente” com mercadorias para o momento de “não trabalho” (ADORNO, 1971).

Como afirmam Adorno e Horkheimer (1995), “a produção capitalista os mantém tão bem presos em corpo e alma que eles sucumbem sem resistência ao que lhes é” (p. 63). É no tempo de fuga do trabalho que a indústria cultural se torna refúgio. Desse modo, o tempo livre tem a lógica da indústria cultural, não sendo tomado pela rebeldia, mas pela adaptação, continuidade da racionalidade do trabalho, sendo dificultado o tempo para a reflexão sobre a realidade (ADORNO, 1995).

Dessa forma, o tempo livre das pessoas é dominado e determinado sob a mesma lógica dominante do capitalismo.

A própria ironia da expressão negócios de tempo livre [Freizeitgeschaeschaft] está tão profundamente esquecida quanto se leva a sério o ‘show business’. É bem conhecido e nem por isso menos verdadeiro, que os fenômenos específicos do tempo livre como o turismo e o ‘camping’ são acionados e organizados em função do lucro. Simultaneamente, a distinção entre trabalho e tempo livre foi inculcada como norma à consciência e inconsciência das pessoas. Como segundo a moral do trabalho vigente, o tempo em que se está livre do trabalho tem por função restaurar a força de trabalho, o tempo livre do trabalho – precisamente porque é um mero apêndice do trabalho – vem a ser separado deste com zelo puritano (ADORNO, 1995, p.73).

Para Adorno (1971), as relações coisificadas não são livres, o indivíduo torna-se o objeto da indústria. Os indivíduos e os objetos são produzidos mediados pela abstração de suas particularidades. Nesse sentido, os indivíduos aderem por espontaneidade o que lhe é oferecido na ilusão de liberdade de escolha, sobretudo porque condicionam objetiva e subjetivamente às possibilidades de reconhecimento com a adesão.

O indivíduo “[...] não é sujeito dessa indústria, mas seu objeto” (ADORNO 1971, p. 288). É mercadoria também. Para Adorno e Horkheimer (1978), no capitalismo tardio⁸ a ideologia é a aparência da realidade mostrada como verdadeira. A hiper-realidade veiculada pela indústria cultural que mostra a realidade em cores vivas é o emblema dessa realidade ideológica. Ela oculta as mediações que produzem a realidade, e mostra a vida de forma imediata em diversos ângulos. Adorno (1971), ao se referir à realidade apresentada na TV como uma hiper-realidade, que distancia ainda mais o sujeito da apreensão das determinações, afirma que o cinema em cores causa mais destruição do que as bombas da guerra.

A satisfação compensatória que a indústria cultural produz gera a sensação oportuna de que tudo está em seu exato lugar. A indústria cultural cria necessidades e oferece os objetos passíveis de realização, e nesse processo oculta-se os desejos anteriormente reprimidos. A indústria cultural aparece como redentora, seus produtos prometem uma compensação para os sujeitos. A oferta de experiências substitutivas também faz parte desse processo (ADORNO e HORKHEIMER, 1985).

A publicidade também entra nessa lógica, instigando mercadorias que parecem estar ao alcance de todos. Na suposta transparência do discurso publicitário, Adorno e Horkheimer (1985) identificam um dos principais motivos pelos quais a indústria cultural se mostra como regressão do esclarecimento, a mentira da realidade por eles chamada de “mito”, na medida em que a suprema racionalização é direcionada à manutenção da ordem social vigente.

Há um círculo de manipulação das necessidades retroativas em que as necessidades que são geradas na sociedade capitalista, são captadas e são oferecidas mercadorias para realizar essas necessidades. Como afirma Adorno e Horkheimer (1985, p. 113-114),

[...] os projetos de urbanização que, em pequenos apartamentos higiênicos, destinam-se a perpetuar o indivíduo como se ele fosse independente, submetem-no ainda mais profundamente a seu adversário, o poder absoluto do capital. Do mesmo modo que os moradores são enviados para os centros, como produtores e consumidores, em busca de trabalho e diversão, assim também as células habitacionais cristalizam-se em complexos densos e bem organizados. A unidade evidente do macrocosmo e do microcosmo demonstra para os homens o modelo de sua cultura: a falsa identidade do universal e do particular. Sob o poder do monopólio, toda cultura de massas é idêntica, e seu esqueleto, a ossatura conceitual fabricada por aquele, começa a se delinear.

⁸ Capitalismo tardio é um termo explorado por Adorno (1986) para se referir ao capitalismo posterior à 1945, em que relações capitalistas de expansão em relação às formas produtivas acumulativas se intensificaram. A exploração se torna mais aguda e a contradição cada vez mais ocultada pela irracionalidade (CHAVES, 2007).

A indústria cultural estandardiza os produtos, evitando que qualquer produto fuja à sua lógica. Essa padronização é difícil para a inserção de produtos culturais de resistência a essa racionalidade (ADORNO; HORKHEIMER 1985). Segundo Adorno (1971), o produto cultural já antecipa o esquema, não deixa espaço para classificações, por isso é que demandam um contato imediato, dirigindo a percepção, expropriando a capacidade de formular esquemas, uma capacidade que estava originalmente no sujeito, dificulta o entendimento, a formulação de conhecimentos. Para o consumidor não há nada mais a classificar que não tenha sido antecipado no esquematismo da produção da indústria da cultura (ADORNO e HORKHEIMER, 1985).

A expropriação do esquematismo kantiano⁹ do sujeito favorece a preguiça intelectual. Adorno (1971) chamou os esquemas de mecanismo secreto da alma, que compreende o processo de objetividade e internalização da realidade. É dessa capacidade de o sujeito formar esquemas no âmbito do sensível, formar categorias, que é possível, posteriormente, o conhecimento. Os esquemas são importantes para o sujeito perceber o mundo e fazer conexões entre objetos. De posse das funções do esquematismo, o sujeito pode acessar a multiplicidade do mundo sensível, elaborando, posteriormente, conceitos (ADORNO, 1971). A indústria cultural dificulta essa ação quando oferece massivamente produtos empobrecidos com poucas diferenças, mas que cumprem sempre a mesma racionalidade e funcionalidade, tornando tudo imediato e sem elaboração.

Esses esquemas já padronizados auxiliam a formação de *ticket*, que é uma fórmula estereotipada de lidar com a realidade que não exige o contato com os objetos, com as situações. O *ticket* serve de passagem, induz a comportamentos já previamente descritos, auxilia a adaptação e também dificulta a elaboração do conhecimento. Ele é usado como passagem para pessoas se sentirem inseridas em grupos e serem aceitas.

Com forte apelo à sedução, a indústria cultural forja um pensamento padrão, consolida o preconceito e impede a livre faculdade de julgamento, portanto, o gosto não existe como criatividade (ADORNO; HORKHEIMER, 1985). Até mesmo os “gostos” são padronizados. Os sujeitos, no delineamento de serem consumidores, se transformam em “escravos dóceis”, se sujeitam e aderem, “deixando-se enganar totalmente à renúncia à individualidade que se amolda à regularidade rotineira daquilo que tem sucesso, bem como o fazer o que todos fazem” (ADORNO 1991, p. 80).

⁹ Quando Adorno e Horkheimer (1985) debatem a categoria do esquematismo kantiano, eles fazem referência a obra “Crítica da Razão Pura”, de 1781, de Immanuel Kant, sobre a relação entre sujeito e conhecimento, destacando a importância da formação de esquemas para a “faculdade de julgar” para compreender como o sujeito faz as relações entre os objetos.

Os produtos adaptativos seguem a mesma racionalidade. Embora apareçam diferentes em cores e tamanhos, possuem a mesma natureza adaptativa, mudando apenas algum detalhe. Para Adorno e Horkheimer (1985), a ênfase no detalhe quer passar que algo novo está sendo oferecido, aparece como novidade que ilude, na realidade, apresenta a mesma racionalidade. O detalhe é um aparato para a remodelação de produtos já existentes.

O humor na indústria cultural também compõe a dinâmica do amenizar a realidade, impedindo a reflexão. A estratégia do humor a qualquer custo é desumanizadora, é escárnio do outro. A indústria cultural vende o humor na degradação do outro, da vida, das relações sociais, do sofrimento, oferecendo gargalhadas que aliviam imediatamente o mal estar.

Os sujeitos aderem para não serem excluídos da sociedade. A integração é realizada pelo alto, ou seja, todos são considerados consumidores, colaboradores, se ocultando as classes sociais. Na esteira desse processo de adesão ainda existem as “personalidades” midiáticas que aparecem corriqueiramente se oferecendo como objetos de identificação. Esses sujeitos, sinônimos de sucesso, mercadorias fetichizadas, vinculam sua imagem a marcas famosas, alimentam ainda mais a cadeia da produção flexível (ADORNO,1973).

Ao discutir alguns elementos, mostramos que a racionalidade produtiva do trabalho está presente na indústria cultural. Entendendo essa forma particular de manifestação da racionalidade capitalista na mercadoria cultural podemos entender melhor como o *YouTube* se realiza como mercadoria que busca mais lucro, ou seja, acumulação de riquezas, e quem é o trabalhador que efetiva o trabalho para que isso aconteça.

2.2.2 Do *YouTube* ao *YouTube kids*

YouTube é uma palavra de origem estadunidense que significa “você é a televisão”, “você faz a televisão”. O *YouTube* é um *site* de compartilhamento de vídeos que surgiu em 2005 e ganhou repercussão mundial pela facilidade de enviar mídias audiovisuais. Esse *site*, também chamado como plataforma e *website*, é destinado a conteúdos produzidos pelos usuários, que entram na plataforma e fazem cadastro, podendo inserir vídeos. O *website* foi formatado como uma ferramenta de *broadcasting*¹⁰ que permite acesso livre e facilidade de distribuição do conteúdo audiovisual por indivíduos associados à plataforma (MEILI, 2011).

No mesmo ano em que foi criada a plataforma, já houve uma repercussão mundial e empresas multinacionais como a *Nike*, *Gillete* e *Adidas* já pagaram pela publicidade na plataforma *YouTube*. A plataforma *YouTube* obtém lucro de dois espaços publicitários, um na

timeline e outro nos vídeos de 5 segundos que são inseridos no interior do vídeo produzido/assistido. Esses anúncios no interior do vídeo passam obrigatoriamente pelo menos 5 segundos de visualização antes que o consumidor possa pular o restante do anúncio. Durante o período de quarentena no Brasil, dois vídeos de 5 segundos, ou seja, 10 segundos de propaganda, têm que ser vistos. Pode inclusive, aparecer mais duas propagandas de anúncio durante a reprodução do vídeo postado¹¹.

Segundo Correa (2016), o Brasil é o segundo maior consumidor de vídeos do *YouTube* dos países que tem acesso à plataforma. O brasileiro é consumidor de vídeos, conteúdos de humor, *youtubers*, dança, *players* de músicas e da televisão, o que tem levado muitos desconhecidos a ganharem visibilidade.

Para o próprio *YouTube* (2019) qualquer empresa, corporação e pessoa jurídica pode pagar para fazer publicidade. Como diz o anúncio:

Seja visto nos canais de maior audiência com os anúncios do *YouTube*, você alcança clientes em potencial e os incentiva a realizar ações no momento em que assistem ou pesquisam vídeos no *YouTube* (*Youtube*, s.d.).

O *Youtube* realiza a extração de dinheiro dos anúncios injetados na plataforma. Algo que está na racionalidade e que fortalece bastante a potência dos anúncios/propagandas é a tecnologia organizacional que possibilita realizar a análise dos dados dos usuários. Conforme o próprio *site* do *YouTube*:

como seus anúncios são personalizados? Os anúncios são baseados nas informações pessoais que você adicionou à sua Conta do Google, em dados de anunciantes que têm parceria com o Google e na estimativa do Google dos seus interesses. Escolha qualquer fator para saber mais ou atualizar suas preferências (*Youtube*, s.d.).

Os algoritmos digitais são parte do sistema operacional que computa gestos cognitivos a partir dos dados dos usuários da internet. Essa forma de análise dos dados gera uma taxa de precisão alta de alcance dos anúncios porque os anúncios são direcionados para o perfil de cada usuário. Segundo Lévy (1999), os algoritmos são sequências lógicas numerais que definem instruções que devem ser seguidas para resolver um problema ou executar uma tarefa. Os algoritmos são códigos numéricos que regem o funcionamento do sistema.

Se um usuário digita “barraca de *camping*”, imediatamente os dados se relacionam direcionando propagandas de barracas, cujas empresas injetaram dinheiro para publicidade.

¹¹www.broadcast.com.br/produtos/broadcast-web/. Acesso em: 10 nov. 2018.

Além disso, para Lévy (1999), o algoritmo decide se um conteúdo é mais importante do que outro, seja pelos interesses dos usuários ou pelo anúncio que eles querem divulgar em maior quantidade. Dessa forma, com contradições, o *Google* considera a inteligência coletiva dos indivíduos que estão construindo a *Web* e faz isso com parâmetros quantitativos.

A relação macroeconômica do *YouTube* é efetiva porque garante que o anúncio chegue ao usuário certo. Os anúncios são lucrativos para a plataforma porque extraem dinheiro da subjetividade humana, do perfil estabelecido pelos próprios usuários. Essa dinâmica capitalista fornece um serviço de comunicação que extrai dinheiro dos usuários. Esse campo da tecnologia digital dos algoritmos ainda é uma zona cinzenta de estudos, e incluem a questão de como exatamente se paga, ganha e recebe. O *YouTube* é uma plataforma global que não dimensiona o seu capital como empresa no mercado, sobretudo porque essa corporação é aberta a acionistas do mundo todo.

Em 2006, a *Google*, corporação multinacional em serviços *online* e *softwares*, expandiu sua produção para vários outros setores tecnológicos e comprou o *YouTube* por 1,65 bilhões de dólares. Com mais de dois bilhões de usuários, o *YouTube* está presente em 100 países e disponível em 80 idiomas, sendo um bilhão de horas assistidas por dia (YOUTUBE, 2020). Em 2015, o *YouTube* era a terceira mídia social mais acessada no Brasil, em que participam 17% dos brasileiros que têm acesso à internet, perdendo apenas para o *Facebook*, com 83%, e para o *WhatsApp*, com 58% (BRASIL, 2015).

Em 2015, a *Google* fundou a *Alphabet*, sua “empresa mãe”, uma gerenciadora econômica para comprar conglomerados de outras empresas de diferentes produtos sem perder a característica e *status* de corporação de *softwares*. A *Alphabet* detém atualmente a produção de *softwares*, lentes de contato e carros tecnológicos, se estabelecendo como o maior monopólio em tecnologia da atualidade. *Keyhole*, *Start-up*, *DoubleClick*, *GrandCentral*, *On2 technologies*, *Aardvark* e *Motorola* pertencem à *Alphabet*, além das inúmeras fusões com *My Space*, *Fox*, *Nokia*, *Microsft*, *Mobi*, *Sun Microsystems* e *NASA Ames Research Center*. Percebemos, portanto, que o *YouTube* é uma corporação desse grande monopólio em tecnologia mundial, e não revela claramente seu poder de capital.

O *YouTube* tem a racionalidade do capitalismo flexível com produção para nichos específicos. Notamos que essa plataforma aumenta a sua dinâmica de produção e venda nos produtos dispostos no mercado, porque quanto mais produtos diversos, maior é a venda. A plataforma do *YouTube* apresenta *YouTube Kids*, *YouTube Music* e *YouTube Originals*. O *YouTube Kids*, criado em 2016, é destinado ao público infantil e tem acesso gratuito, sendo essa a primeira divisão que o *YouTube* criou. Os mais recentes, criados em 2018, foram o *YouTube*

Music, que é destinado para os consumidores de música, com pagamento mensal e o *YouTube Originals*, que oferece séries e filmes originais para assinantes e exige pagamento mensal. Para ter acesso a todas as plataformas do *YouTube* é necessário pagar mensalmente o pacote chamado *YouTube Premium*, onde o assinante pode acessar todos os produtos (YOUTUBE, 2020).

Há uma política de uso da plataforma *YouTube* que é denominada de cultura colaborativa, referindo-se àqueles que participam da rede social, os usuários, que podem postar vídeos na plataforma. Existe um ocultamento do trabalho pelo que é chamado cultura colaborativa. A plataforma trata os produtores de vídeos como parceiros, responsáveis e integrantes da plataforma, mas eles são trabalhadores que geram o capital para a corporação, não detendo direitos trabalhistas.

A liberdade aparente envolve a facilidade de acessar a plataforma com uma conta de e-mail, elaborando um perfil com nome no canal para postar vídeos. Como a plataforma funciona com a visualização de vídeos, todos aqueles que postam esses vídeos são chamados de colaboradores, portanto, estão no interior de uma “cultura colaborativa”.

O *YouTube Kids* chegou ao Brasil em junho de 2016 após quase um ano e meio do lançamento do *YouTube Kids* nos Estados Unidos. A plataforma *YouTube Kids* foi produzida para crianças, é vinculada a um e-mail de adulto e é “gratuita”. Todavia, para ter esse acesso é necessário estar ligada à internet. A plataforma pode armazenar vídeos de conteúdos diversos, mas cada vídeo é vinculado a um canal de origem no *YouTube*, com perfil, nome e foto.

Pode-se dizer que a empresa *YouTube* produz uma plataforma direcionada para um nicho específico das crianças, o *YouTube Kids*, confirmando a ideia de que “para todos alguma coisa é prevista” (ADORNO; HORKHEIMEN, 1985, p. 07). O *youtuber mirim* pode colocar os vídeos para serem assistidos na plataforma *YouTube Kids* e a relação dos usuários com quem produz o canal pode acontecer por meio de visualizações, curtidas e inscrição.

As visualizações são somadas quantitativamente e refletem quantas vezes um conteúdo foi assistido. A plataforma só computa vídeos que são vistos por humanos quando mais de 50% do vídeo foi assistido. Isso é feito para que um programa de computador ou qualquer especialista não consiga burlar o sistema. As curtidas geram mais visibilidade, pois quanto mais o vídeo é curtido, mais aparece na “*timeline*” da página principal do *YouTube*. Além do que, é a partir da curtida que se delinea o perfil do usuário, e faz com que apareça mais do mesmo conteúdo na página das pessoas.

O abastecimento desses canais com vídeos de forma produtivista corresponde à contagem monetária de CPMs (custo por mil visualizações). Essas crianças buscam uma permanência de serem visualizadas na plataforma, portanto, sempre pedem nos vídeos para os

espectadores se inscreverem no canal para poderem ser avisados quando os vídeos novos forem postados, assim como também pedem curtidas, comentários e que compartilhem com os amigos.

A busca por mais vídeos assistidos por meio de fãs assíduos faz com que alguns *youtubers* postem todos os dias ou com uma frequência semanal, às vezes até com horário marcado para lançamento de vídeos na plataforma e sempre criando novos conteúdos em seu canal. Essa dinâmica revela que a produtividade é estabelecida não apenas por número de vídeos produzidos, mas produzidos e assistidos. Não é a quantidade da produção, mas um produto que seja vendável, portanto, assistido. O pagamento é resultado dessa dinâmica.

No *YouTube Kids* é possível identificar estilos de canais específicos que são os *Gamers*, *youtubers mirins*, programação de TV e *Unboxing* (CORRÊA, 2016). A categoria “*Gamers*” se relaciona com a apresentação, exposição e realização de jogos eletrônicos e virtuais. São jogos apresentados por adultos e crianças. A programação de TV é dirigida e produzida por emissoras de televisão e produtoras infantis de canais abertos e fechados, tais como *Discovery kids*, *Discovery channel*, *Kids Toys Fan*, *Globo*, *Sbt* e outros, que usam da plataforma *YouTube* para armazenarem seus vídeos.

O produto “*Unboxing*” é direcionado para a abertura de caixa de presentes. Nesse tipo de vídeo o brinquedo foi comprado pela própria família ou recebido de alguma empresa, mas em ambos a marca é publicizada. O vídeo pode ser apresentado por crianças ou adultos. Geralmente se coloca a câmera focalizando os brinquedos, a marca, o número de lançamento e se ressalta a qualidade do produto.

Os *youtubers mirins* e adultos são pessoas que produzem vídeos na plataforma *YouTube* com exposição de sua imagem. Aparecem nos vídeos expondo, além da imagem, sua vida, opinião e podem ganhar bastante visibilidade. As pessoas que produzem vídeos na plataforma e ganham reconhecimento pela quantidade de seguidores tornam-se *youtubers* e ganham dinheiro com a sua produção vendida/assistida para o canal. Esse fenômeno mundial atrai milhares de pessoas a fazerem canais por quererem se tornar um *youtuber* famoso. Entre esses *youtubers* temos crianças, nomeadas *youtubers mirins*, que têm vivido uma rotina de “*popstar*” após alcançarem a fama com vídeos no *YouTube Kids*.

Para Burgess e Green (2009), o *YouTube* se fortaleceu a partir da celebração da sigla DIY, que significa *Do It Yourself*, ou “Faça você mesmo”. A plataforma é uma mídia de massa que abre o seu acesso a todos sem restrição, mesmo antes de ser famoso. A partir daí, é possível que a pessoa se torne uma celebridade.

[...] A promessa de que *Youtubers* talentosos, mas não descobertos podem saltar de seus “mundos comuns” para o genuíno “mundo da mídia” está profundamente enraizada no *YouTube* em si, e evidenciada em várias iniciativas e concursos no *YouTube* para a descoberta de talentos (BURGESS; GREEN, 2009, p. 44).

Compreender essa dinâmica entre plataforma e produtor de vídeos foi essencial para caminhar para a análise da atividade de um *youtuber mirim*. No próximo capítulo faremos a análise se a atividade das crianças, os produtores mirins de vídeos, é trabalho.

CAPÍTULO III

TRABALHO INFANTIL: O *YOUTUBER MIRIM* NA PLATAFORMA *YOUTUBE KIDS* EM ANÁLISE

“A exploração do homem pelo homem é uma constante, mas sua forma mudou, é menos ‘grosseira’, dissimula-se com os cenários da igualdade, recobre-se com um verniz de boas maneiras”.

Leon Trotsky

Nesse capítulo discutimos o trabalho do *youtuber mirim* na plataforma *YouTube Kids* e como ele se realiza, pelo pagamento que gera maior lucro, mais acumulação de capital para os proprietários da plataforma, a corporação *YouTube*.

Para fazer isso, analisamos a atividade dos produtores de vídeos do canal de *Youtuber mirim* “Maria Clara e Jp”, em conexão com o *YouTube*, investigando a relação capital-trabalho. A escolha dessas crianças se deve por serem os *youtubers* mirins que têm a produção de mercadorias mais consumidas/assistidas da plataforma *YouTube Kids*.

A constatação de que os vídeos produzidos por “Maria Clara e Jp” foram os mais assistidos foi realizada após a observação do *site Social Blade*¹², que acompanha as estatísticas de *rankings* das redes sociais digitais, principalmente no *YouTube*. A atualização desse *site* é diária e copia os vídeos mais assistidos mensalmente. Nesse *site* não é possível separar canais infantis e canais de adultos e nem separar os tipos de canais por gênero ou por natureza, clipes, jogos ou *vlogs*. O canal evidencia os 50 canais mais assistidos, nomeando de *top 50* do mês.

A partir da identificação dos *top 50* mais assistidos do Brasil, selecionamos os canais infantis brasileiros. Fizemos um acompanhamento diário das atualizações de junho de 2019 a março de 2020, dez meses, pois a atualização dos *tops 50* fecha a cada mês, não sendo possível acessar os dados posteriormente. Recortamos também os canais cujas crianças aparecem na frente da câmera na exposição da rotina ou de vídeos produzidos com contação de histórias e não os gêneros como *gamers*, programação de *TV* e *unboxing*.

Dentre os canais de *youtubers mirins*, percebemos que em média seis canais apareciam todos os meses no *top 50* como mais consumidos: “Planeta das Gêmeas”, “Erlania e Valentina”,

¹²O *site/programa Social Blade* foi criado pelo americano Jason Urgo em 2008. Ele analisa os dados do Twitter, facebook e do Instagram e atualmente é o programa oficial de acompanhamento de *rankings* das redes sociais. Das 67 pesquisas analisadas nessa revisão, todas que usam o critério de *rankings* acompanharam por essa plataforma, utilizadas também pelo *youtubers*. Fonte: <https://socialblade.com/info>. Acesso em 10 fev. de 2019.

“Fran Nina e Bel”, “Isaac do Vine”, “Clubinho da Laura” e “Maria Clara e JP”. Desses encontrados, o canal “Maria Clara e Jp” sempre aparecia entre os seis mais assistidos mensalmente, e nos últimos quatro meses da seleção do canal, de dezembro de 2019 a março de 2020, esse canal atingiu o 1º lugar. Além do mais, nos meses de fevereiro e março, início do movimento de isolamento social, devido à pandemia de Covid-19 no Brasil, que propiciou o fechamento das escolas, o canal tornou-se o mais assistido do país, batendo a audiência inclusive de canais adultos e musicais produzidos por empresas como *KondiZilla Music*¹³.

Foram cortados da amostra os canais “Planeta das Gêmeas”, pois as crianças já tinham 13 anos em 2020, não se caracterizando mais pela lei como crianças, “Erlania e Valentina” e “Fran Nina e Bel”, pois as mães das crianças também participavam constantemente, e “Isaac do Vine” e “Clubinho da Laura”, pois até o momento da pesquisa nunca tinham chegado em 1º lugar.

O canal de “Maria Clara e JP” é organizado com duas crianças, Maria Clara, 8 anos, e JP, 11 anos, que são irmãos. O canal iniciou em 6 de setembro de 2015 e em outubro de 2020 eles possuíam 22,9 milhões de inscritos, totalizando 11 trilhão 161 bilhão 947 milhões e 021 mil visualizações no canal, sendo 546 milhões e 974 mil visualizações nos últimos 30 dias do mês de outubro de 2020.

Os vídeos mostram a rotina das crianças ao brincar, passear e efetuar compras, ou vídeos mais elaborados de contação de histórias e encenação em um cenário montado. Às vezes, nos vídeos aparecem os amigos e os pais como convidados, mas não é recorrente. A família morava no Rio de Janeiro até 2019, mas se mudaram para Orlando (EUA), para um condomínio próximo ao parque *Walt Disney World*, na Flórida. A partir daí, esse local passou a ser o cenário para vários vídeos como “*Tour* pela casa nova”, “Comprando os móveis da casa nova”, “Montando o quarto da Maria Clara”, “Montado o quarto do JP” e “conhecendo o condomínio”. Além desse conteúdo também produzem vídeos com clipes, lançando músicas autorais e de brincadeiras entre irmãos.

Estes são “Maria Clara e JP”:

¹³*KondiZilla Music* é um o canal da produtora de músicas do estilo Funk. Em 2018, quando iniciamos a pesquisa de mestrado, esse era o canal mais assistido do Brasil, notoriamente por veicular-se a grandes números de vídeo clipes de famosos do cenário da música brasileira.

Figura 1: Maria Clara & JP comemoram os 20 milhões de inscritos.



Fonte: Maria Clara e JP, 23 de jun. de 2020¹⁴

3.1 O trabalho na produção de mercadorias diversificadas para nichos específicos da corporação *YouTube*

Para revelar se a atividade de gravar vídeos que “Maria Clara e JP” fazem e postam no *YouTube Kids* é trabalho no âmbito capitalista, começamos pela análise do tipo de relação que se estabelece entre as crianças produtoras dos vídeos e a plataforma, portanto, se existe a relação entre trabalho e capital. Nessa dinâmica, problematizar a totalidade em que as crianças/*youtuber* mirins estão inseridas também é fundamental.

Bem, o *YouTube Kids* é um produto que está no interior do *YouTube*, que estabelece redes de relações de produção com a *Google*, já que quem conecta, seja para produzir e/ou para consumir/assistir, tem que estar registrado em um *e-mail* do *Google*. Todas essas plataformas/empresas multinacionais, *YouTube Kids*, *YouTube* e *Google* fazem parte da mesma corporação, a *Alphabet Inc.* Elas se constituem como um conglomerado de empresas em rede que estabelecem o monopólio em tecnologia.

O canal e os vídeos produzidos pelos *youtubers* mirins “Maria Clara e JP” são inseridos no canal *YouTube Kids*, que além de serem pagos, oferecem base para a inserção de propagandas também pagas, por isso são mercadorias. Portanto, há uma relação de exploração entre capital e trabalho que se estabelece a partir do *YouTube Kids* (plataforma) - *youtuber* mirim (crianças).

As crianças não exercem apenas a criação de vídeos espontâneos, mas trabalham de forma produtiva na produção de vídeos que são vendáveis/assistidos e que alimentam a

¹⁴<https://www.google.com.br/imgghp?hl=pt-BR&tab=wi&authuser=0&ogbl>. Acessado: 23 de jun. de 2020.

plataforma, que também recebe dinheiro pelas propagandas veiculadas nesse canal, além dos próprios *youtubers mirins* também ganharem dinheiro tanto por meta de produtividade como por propagandas de brinquedos/mercadorias que realizam no interior do canal, e da produção de mercadorias associadas como livros, *lives* e bonecos/brinquedos.

O que os *youtubers mirins* produzem a partir do trabalho, vídeos e *lives*, são mercadorias porque são vendidas e compradas/consumidas/assistidas no mercado de trocas das redes sociais digitais. Essas mercadorias possuem um *valor de uso*, pois suas características qualitativas próprias são vídeos para serem assistidos, e possuem *valor de troca*, adquirido a partir da equivalência de outras mercadorias, que esconde o trabalho concreto e se pauta no trabalho abstrato. Essas mercadorias são fantasmagóricas, pois parece que não foram resultado do trabalho. Elas é que têm valor, sendo inclusive fetichizadas, além das próprias crianças *youtubers mirins*.

O trabalho do *youtuber mirim* é produtivo pois produz mais-valia, e é daí que se extrai o lucro e o acúmulo de capital flexível da corporação *YouTube Kids*. Os proprietários do *YouTube Kids* exploram a força de trabalho dos *youtubers mirins* com a extração de mais-valia absoluta quando “Maria Clara e JP” estendem o seu tempo de trabalho, a sua jornada de trabalho, para produzir produtos/mercadorias vendáveis até atingir a primeira meta de produtividade, pois a meta tem um prazo de tempo para ser cumprida, e depois disso continua existindo, pois a exigência pelo produtivismo continua na mercadoria, nos vídeos e também em outras mercadorias como veremos a seguir.

A mais-valia relativa é extraída quando o trabalho de produção dos *youtubers mirins* é permeado pela tecnologia digital, internet, computador, câmera de filmagem, objetos de cena etc., que são resultado do trabalho de outros trabalhadores, mesmo que não seja percebido. É esse trabalho morto que é acordado pelo trabalho vivo na produção dos vídeos/mercadorias de “Maria Clara e JP” e que propiciam o trabalho e a produção de mercadorias serem realizados em um menor tempo para serem vendidos/consumidos.

O trabalho vivo também acorda o trabalho morto quando uma produção de vídeo/mercadoria recente faz com que usuários entrem na página e assistam também outros vídeos produzidos anteriormente, e quando os *youtubers mirins* filmam por câmeras, editam, usam objetos produzidos pelo trabalho de outros, que não são levados em conta nos gastos da plataforma.

Todo esse arsenal de ferramentas permite que o tempo de trabalho seja reduzido e a proporção entre o tempo socialmente necessário e o mais trabalho seja também compactado. No trabalho de produção de vídeos/mercadorias, é produzida uma quantidade de mais-valia

maior para a corporação. Então os trabalhos de “Maria Clara e JP” são produtivos porque geram lucro para a corporação *YouTube Kids*.

“Maria Clara e Jp” apresentam vídeos diversos no canal, em uma média de 8 a 9 vídeos por mês, cada um com tempo médio de 10 minutos. Em média, são três vídeos por semana que atingem aproximadamente 150 milhões de visualizações/consumo.

É importante realçar que a plataforma *YouTube Kids* não escolhe pagar os trabalhadores/produtores de vídeos/mercadorias simplesmente porque querem pagar. Esse trabalho de produzir vídeos/mercadorias e postar/vender é incentivado por meio da remuneração para que cada vez mais a plataforma/corporação seja abastecida de mercadorias e tenha um fluxo de vendas constante.

Esses vídeos/mercadorias são vendidos e altamente lucrativos para a corporação *YouTube Kids* e não são propriedade daqueles que produziram, mas propriedade do *YouTube* que depois de serem vendidas/assistidas/consumidas, são armazenadas na plataforma como trabalho morto, que é acordado pelo trabalho vivo do *youtuber mirim* quando produz outras mercadorias/vídeos, e ao serem acessados novamente produzem mais mais-valor para a corporação *YouTube*.

O pagamento da força de trabalho dos *youtubers mirins* pelas produções de vídeos/mercadorias vendidas/consumidas é um gasto que se inclui nos materiais básicos necessários para se obter lucro. Ao mesmo tempo, parte do capital é investida em outras ferramentas, mais tecnologia (capital constante) e em propagandas, outros *youtubers mirins* e mais acúmulo de capital (capital variável).

Os *youtubers mirins* ganham dinheiro com o trabalho de produção dos vídeos no *YouTube Kids* quando se estabelece uma relação de negócio, portanto de troca de mercadorias vendidas que se inserem na relação mercadoria – dinheiro – mercadoria. Essa relação é firmada por contrato, porque o *YouTube Kids* só paga dinheiro para o trabalho de quem produziu vídeos se estes estiverem na meta de produtividade que envolve consumo estabelecida pela plataforma.

O *youtuber mirim* não recebe dinheiro por todo trabalho de produção de mercadorias-vídeos, ou seja, se trabalhar, produzir um vídeo e postar na plataforma *YouTube Kids*, mas não tiver 1.000 inscritos no canal e conquistado em doze meses mais de 4.000 horas assistidas/consumidas, não será pago. Então, se cada vídeo/mercadoria atinge 10 minutos e tem que ser assistido/consumido, nota-se que é empregado muito tempo de trabalho para atingir as metas. Quantos vídeos/mercadorias assistidos/consumidos/vendidos precisam ser produzidos para atingir essa finalidade não é possível estipular, pois muitas crianças/*youtubers mirins*, mesmo que alimentem a plataforma com produção de vídeos/mercadorias, não conseguem

atingir a meta da produção-consumo, não sendo pagos. Nesse primeiro momento já dá para constatar o quanto de exploração da força de trabalho acontece pela plataforma.

A inscrição é a garantia que a corporação *YouTube Kids* tem de que pelo menos 1.000 seguidores irão consumir a mercadoria/vídeo, e essa certeza de consumo é amarrada pelas ferramentas do “sininho”, que, a partir do momento em que é ativado, todas as atualizações de mercadorias são enviadas diretamente para os consumidores certos/fiéis/estáveis, em uma lógica de produção *just in time* própria do capitalismo flexível, que busca garantir a venda de mercadorias de forma a não estocar mercadorias não vistas, e serem consumidos pelos clientes no menor tempo possível.

Como vimos, nem todos os vídeos/mercadorias resultados do trabalho são pagos pela corporação *YouTube*. Se não atingirem a meta da produtividade ou se receberem reclamação, processo por violação de direitos autorais, se tiverem propagandas de armas, violência ou promoção de outras plataformas não associadas à *Google* – concorrentes –, há a suspensão do pagamento do vídeo/mercadoria e até mesmo o cancelamento do canal. Portanto, existe um controle da qualidade da mercadoria, que mesmo sendo assistida/vendida, por poder causar algum gasto não planejado da plataforma, não são pagas.

Desse modo, mais uma vez realiza-se um trabalho de produção de vídeos/mercadorias, que, mesmo sendo trabalho produtivo, pois foi assistido/consumido por usuários que acessaram a plataforma durante o tempo de circulação e consumo, realizando o processo de exploração da força de trabalho de “Maria Clara e JP” e gerando o acúmulo do capital da plataforma, pode não ser pago. Além do mais, essa situação revela o quanto a flexibilização de direitos predominante no capitalismo neoliberal no processo de terceirização de serviços é acompanhada pela exploração da mais-valia absoluta e relativa.

Depois de se atingir a meta da produtividade, os *youtubers mirins*, a partir dos responsáveis, enviam os dados pessoais e bancários para receber dinheiro referente ao pagamento de horas de vídeos/mercadorias consumidas. A liberação do dinheiro só acontece quando o *youtuber mirim* alcança um saldo mínimo de USD (*United States dólar*) 100,00. O pagamento é realizado mensalmente, dependendo da produtividade, por meio de transferência bancária. Esse dinheiro, como é transferido com uma transação internacional, ao ser enviado para o Brasil, é taxado pelos bancos, que ficam com de 40% do valor depositado, revelando que o trabalho dos *youtubers mirins* contribui não só para o acúmulo de capital do *YouTube*, mas também para o enriquecimento do capital financeiro dos bancos.

Para controle da produtividade, o *YouTube* reavalia o canal/produção a cada 2 meses para verificar se o trabalho do produtor/*youtuber* ainda está sendo produtivo e se não perdeu

inscritos na plataforma. A relação entre o trabalho de produção de uma mercadoria, horas de visualização/consumo e dinheiro é mensurada pela equação CPMs (custo por mil visualizações). A cada mil visualizações de um vídeo produzido é pago entre USD 0,25 e USD 4,00. Esse dinheiro pode variar para mais, caso o canal seja considerado pela plataforma um potencializador de anúncios, um canal onde a produção é bastante assistida/consumida por pessoas, portanto, existem canais que recebem mais do que outros, mesmo que atinjam a meta da produção/consumo.

As curtidas, além de uma mensuração para saber se o público aprovou o vídeo, têm duplo papel de gerar mais visibilidade, pois quanto mais o vídeo é curtido, mais aparece na “*time-line*” da página principal do *YouTube* para o usuário. Além do que é a partir da curtida que se delineia o perfil do usuário, fazendo que apareça mais do mesmo conteúdo na página das pessoas. E, quanto mais aparece, mais ele será consumido/comprado novamente.

“Maria Clara e Jp” já produziram e postaram na plataforma *YouTube Kids* 517 vídeos dentro do canal. Segundo o site *Social Blade* (2020), esse canal possui uma relação econômica de patrocínio com outras marcas, principalmente de brinquedos que aparecem nos vídeos. No período de observação entre maio, junho e julho de 2010, identificamos que as crianças postam vídeos de duração média de 10 minutos, e que durante esse tempo, aparece cerca de 4 propagandas obrigatórias no interior do vídeo, e cerca de 5 a 8 anúncios na *time-line* da página *YouTube*. Essas propagandas e anúncios muitas vezes têm como conteúdo as pesquisas vinculadas à conta *Google* de quem acessa, e não ao conteúdo do canal. De antemão acreditávamos encontrar anúncios infantis, relacionados ao gênero do canal e o tipo de público que ele atrai, mas encontramos anúncios de interesses que já tinham sido pesquisados pelo perfil da conta vinculada, que no caso foi a conta de e-mail da pesquisadora.

Ao entrar no *YouTube* e navegar pela plataforma, curtir um vídeo ou abrir um anúncio, o usuário/consumidor deixa seus rastros de interesses que são vinculados ao e-mail. A tecnologia digital de base em algoritmos, que já é resultado do trabalho de outros, se constitui como trabalho morto, que é acionado pelo trabalho dos *youtubers mirins*, pelos trabalhos dos que fazem propagandas, delineando para cada usuário um padrão de produção/consumo. É a partir desse delineamento que as propagandas e vídeos são organizados.

Percebemos então uma indústria cultural em plena ação no seu mecanismo de manipulação de necessidades retroativas. Destina-se a mercadoria que foi produzida pelo trabalho, a partir do levantamento do perfil do consumidor, das necessidades que foram constituídas na objetividade capitalista. Portanto, além dos interesses dos usuários, a indústria cultural também injeta mercadorias que convém estimular a venda.

Outra forma de explorar o trabalho do *youtuber mirim*, e conseqüentemente estimular a produtividade para gerar mais dinheiro, capital para a plataforma *YouTube*, é estimular que o usuário se torne membro do canal/mercadoria. Ser membro, consumidor mais fiel ainda, é uma função liberada pelo *youtuber mirim*. Para ter essa função o trabalhador *youtuber mirim* precisa trabalhar na produção de vídeos/mercadorias exclusivas só para o consumo desses membros. Para isso, é necessário que o consumidor/membro pague mensalmente de R\$4,50 a R\$7,90 por uma inscrição em um canal na plataforma *YouTube*, para assim fazer parte do “Clube de Canais”.

O *youtuber* produtor de vídeos não recebe esse valor, porém seu vídeo já está no mercado de trocas sendo vendido/visto. O que acontece é que esse trabalho é o não pago que só é contado para acúmulo de horas, para se chegar à primeira meta estipulada para ser considerado trabalhador produtivo. Esse valor da taxa de participação ainda pode variar se o canal tem muita ou média compra de mercadorias, portanto, visibilidade/usuários. Esse recurso mais uma vez explora a força de trabalho dos *youtubers mirins* e impulsiona a produtividade.

Mais um trabalho que gera dinheiro para o *youtuber mirim* e capital para a plataforma *YouTube* é a produção de “*Super chat*”, que acontece quando o *youtuber mirim*, também produtor de vídeos/mercadoria, trabalha para realizar uma *live*/mercadoria ao vivo, em tempo real que será seguida/consumida. Nesse momento, os usuários/consumidores podem enviar uma “doação” em dinheiro para o trabalhador/*youtuber mirim* que produziu a mercadoria/*live*, para então ter o direito de enviar uma mensagem no “*chat*”, que será respondida pelo trabalhador/*youtuber mirim*. Mais trabalho, portanto. Esse recurso expõe o quanto esses *youtubers mirins* são mercadorias fetichizadas. Paga-se a mais simplesmente pela possibilidade de se comunicar com eles. Do valor da doação, 40% fica para o proprietário da plataforma *YouTube Kids*, que quer dizer *YouTube*, que quer dizer a corporação *Alphabet Inc.*

Uma forma de aumentar o consumo das mercadorias produzidas pelo trabalho dos *youtubers mirins* é o lançamento de seus próprios livros, quase sempre biográficos. Muitos *youtubers mirins* quando alcançam em média 1 milhão de seguidores/consumidores, comemoram com uma festa para convidados ou encontros com fãs. Esses encontros são organizados para sessão de autógrafos e lançamentos dos seus livros que descrevem a sua trajetória na plataforma *YouTube Kids*, e como obtiveram sucesso.

“*Maria Clara e JP*” lançaram, em março de 2019, o primeiro livro contando a sua história que continha desenhos, jogos e pôster, custando R\$29,90 pela Editora Astral Cultural. Com a quarentena, a média de visualizações do canal passou de 10 milhões por dia para mais de 17 milhões diariamente (JORNAL CURITIBA, 2020). A liderança de ser o canal mais assistindo

do *YouTube* no Brasil também fez com que eles lançassem bonecos articulados inspirados nos dois, custando em média R\$300,00.

Figura 2: Bonecos Maria Clara & JP

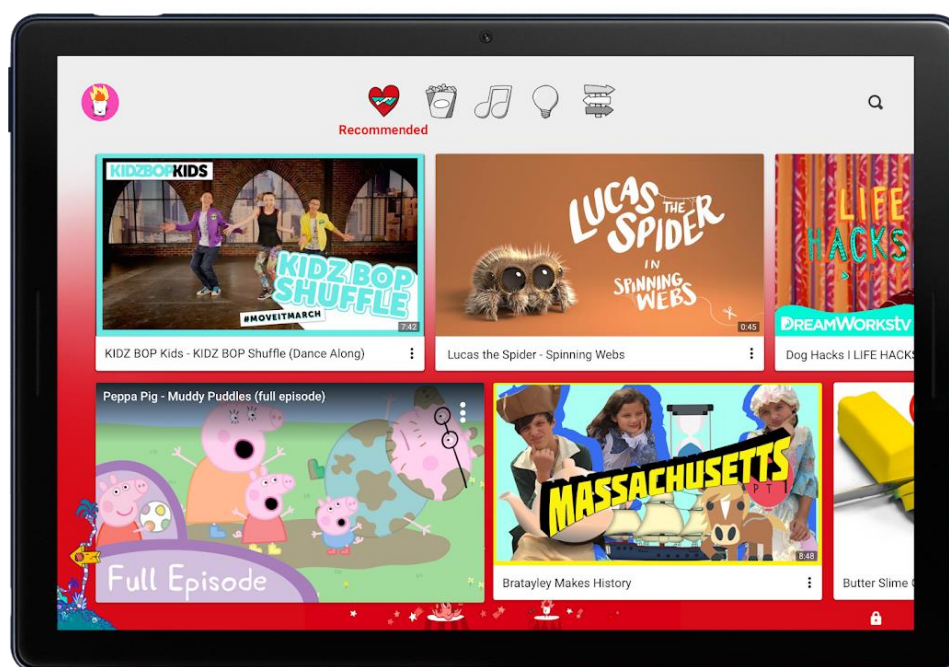


Fonte: Bonecos Maria Clara e Jp no Mercado Livre

O *YouTube* e o *YouTube Kids* apresentam uma produção flexível que envolvem produtos culturais diversificados. O *YouTube* apresenta o *YouTube Kids* com vídeos de *youtubers*, jogos e desenhos; o *Youtube Music* com músicas e vídeo clipes; e o *YouTube Originals* com filmes, que são produzidos para um nicho específico. O pacote *Premium* é o mais completo e custa atualmente R\$16,90 mensais com direito a acessar a plataforma *Music* e *Originals*, podendo variar até R\$25,00 para um pacote família de 5 pessoas. Uma vez estabelecida essa relação de comprador antecipado de mercadorias, a Plataforma já ganha na venda das mercadorias, sem acrescentar o ganho advindo dos anúncios de 5 segundos que passam no interior do vídeo veiculado. Isso significa que o usuário não consome o vídeo de propaganda no interior dos diversos vídeos que vai consumir/assistir. O *YouTube Kids* também apresenta uma produção de mercadorias diversificadas, tais como os *gamers*, os *youtubers* mirins, programação de TV infantil e *Unboxing* seguindo a produção flexível.

Segundo os próprios *youtubers*, o “custo de mil visualizações” de horas de vídeos consumidos na plataforma, quando vistas pelos usuários do Pacote *Premium* valem em torno de USD 4,00, já que os usuários são mensalistas da plataforma. Isso porque os usuários/consumidores são clientes mensais da plataforma e todo mês pagarão o valor adiantado para ter mercadorias novas. Abaixo, o *YouTube Kids*:

Figura 3: *YouTube Kids*



Fonte: <https://www.youtube.com/kids/>. Acesso em: 23 jun. 2020

No ano de 2019, a *Alphabet Inc*, proprietária do *YouTube* e *YouTube Kids*, foi obrigada a pagar uma multa de USD 170 milhões, o equivalente a R\$700 milhões de reais por violar a legislação de publicidade para crianças, pois nos Estados Unidos, assim como no Brasil, o direito do consumidor refuta o excesso de propagandas para as crianças, porém, mesmo no texto da legislação, essa distinção do excesso não é mensurada, fica no campo das particularizadas, onde cada processo é apurado pelo juiz em questão. Diante da punição houve uma mudança das políticas de anúncios em vídeos na plataforma. As alterações aparecem aos poucos na plataforma, pois algumas vezes ainda é possível identificar anúncios no início dos vídeos, porém com uma incidência menor.

O filtro do *YouTube Kids* é um controle que filtra conteúdos que não são considerados infantis, incluindo título, palavras e conteúdo como morte, suicídio e número de anúncios/propagandas para cada vídeo, podendo até mesmo não ocorrer. Mas na plataforma *YouTube*, a criança ainda pode acessar, sem nenhuma restrição, por parte da plataforma.

O lucro do *YouTube* também acontece a partir da venda do seu espaço para anúncios em troca de dinheiro. Por meio da venda de uma quantidade de tempo na plataforma para circulação de propagandas, seja no interior dos vídeos/mercadorias produzidas pelo trabalho dos *youtubers* mirins, propagandas de 5 segundos, ou na página/canal também alimentada pelo trabalho de

trabalhadores infantis, que têm um número certo de consumidores, uma parte do ganho da plataforma acontece. Importante ressaltar que o ganho acontece em cima da extração do trabalho dos *youtubers mirins* que produziram os vídeos/mercadorias que são consumida/assistidas.

O acúmulo do capital acontece na relação D-M-D', na relação em que uma quantia de investimento em dinheiro (D) compra mercadorias (M) que são meios de produção, força de trabalho e matérias primas necessárias, que produzem, ao fim, mais dinheiro (D'), em outras palavras, lucro.

O pagamento efetuado pelo trabalho dos *youtubers mirins* pelas mercadorias produzidas pelos mesmos não corresponde ao valor da mercadoria vendida, porque essa continua na plataforma, como trabalho morto, sendo acordada e gerando mais lucro ao capitalista. Ainda mais, o trabalhador *youtuber mirim* não meramente produz e entrega aos seus senhores, suas mercadorias produzidas/vídeos e *lives*, se apartando da produção no final do dia de trabalho, o *youtuber mirim* trabalhador precisa garantir que sua mercadoria produzida seja vendida, consumida pelos clientes, caso contrário, sua produção não será remunerada. Isso significa que há muita extensão da jornada de trabalho, extração da mais-valia absoluta que não está aparente.

Mesmo que a produção das mercadorias/vídeos possa ter trabalho de pais adultos, não há como negar que os *youtubers mirins* estão em plena atividade de dispêndio de força de trabalho, estabelecendo a troca da força de trabalho por uma determinada quantia de dinheiro chamada de salário ou remuneração.

“Maria Clara e JP” tem uma média de visualizações mensais de 570 milhões e 142 mil visualizações. Esse valor é estimado pelo menor valor de pagamento do *YouTube* mensurado pela equação CPMs (custo por mil visualizações) a cada mil visualizações do vídeo, portanto, entre USD 0,25 e USD 4,00, pode-se dizer que “Maria Clara e Jp” ganham um valor bruto de USD 142.500,00 dólares mensais. Esse valor em uma conversão direta, levando em consideração o valor do dólar de R\$5,53 cotado na data 12 de outubro de 2020, é de R\$788.025,00 mensais, R\$9.456.300 milhões de reais anuais.

As estratégias de gestão participativa em busca de maior produtividade também estão presentes nessa organização produtiva Toyotista. A comunicação em *feedback* e a análise das curtidas positivas e negativas, comentários dos usuários e principalmente dos inscritos, são realizadas também a partir das chamadas ferramentas de “desempenho”. Seguem também a gestão colaborativa, em que os *youtubers mirins* são tratados como colaboradores, sendo ocultadas as relações de exploração do trabalho da classe de trabalhadores pela classe burguesa.

As placas de incentivo também fazem parte dessa lógica. As inscrições são muito importantes para os *rankings* e premiações com placas para os *youtubers*. As placas premiam simbolicamente o crescimento da produção de um *youtuber* na Plataforma a partir do número de inscritos. As placas são enviadas pela corporação *YouTube* Brasil e distribuídas para os proprietários dos canais tanto do *YouTube* quanto os do *YouTube Kids*, com as seguintes premiações: em 100 mil de inscritos, prêmio prata; 1 milhão de inscritos, prêmio ouro; 10 milhões inscritos, prêmio diamante; e 50 milhões de inscritos, prêmio Rubi. Essas placas são feitas no formato de quadros e são expostas nos vídeos.

Nota-se uma prevalência, a ideia aparece como uma premiação, mas não existe pagamento em dinheiro. Esse mecanismo de mérito, meritocracia, possui em sua racionalidade a lógica das metas a serem batidas, produtividade, aumento da competitividade entre os *youtubers mirins*, além de simbolizar status para aqueles mais bem-sucedidos no número de seguidores, portanto, de mercadorias produzidas e vendidas.

Figura 4: Placas de premiação do *YouTube*.



Fonte: *YouTube* (2020).

Percebemos então que as crianças, *youtubers mirins*, exercem trabalho nessa plataforma de redes sociais digitais que estão inseridas na indústria cultural e estabelecem interfaces entre entretenimento, tempo livre, brincadeiras e diversão, com a racionalidade da produção capitalista. Parece não envolver relações de exploração de trabalho, da força de trabalho infantil, trabalho produtivo e assalariado, mas existe, pois há a produção de mercadorias que possuem valor de uso e valor de troca que são consumidas de diversas formas, seja pela compra de um

pacote ou simplesmente por assistirem e gerarem um espaço onde propagandas são veiculadas também as custas de dinheiro.

A força de trabalho dos *youtubers mirins* é uma mercadoria que é trocada por dinheiro que pode ser trocado também por mercadorias. Esses *youtubers mirins* exercem uma ocupação remunerada no âmbito dos serviços, do terceiro setor. Exercem um trabalho produtivo assalariado em que o capitalista extrai mais valor absoluto e relativo para ter lucro e acumular capital, sendo um emblema do capitalismo dos monopólios no âmbito da tecnologia.

O TRABALHO INFANTIL DOS *YOUTUBERS MIRINS* PELA CRÍTICA: GUIA DAS CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apreender a atividade dos *youtubers mirins*, os entrelaçamentos da corporação *Alphabet Inc.*, que é proprietária do *YouTube* e do *Google*, que estabelecem redes de produção, revelar o *modus operandi* da plataforma e sua produção pelas lentes do materialismo histórico e dialético, não foi uma tarefa fácil, não somente pelos desafios do próprio método, mas também, pela sofisticação das mediações que a realidade desse mundo digital com engrenagens diferenciadas e complexas se apresenta.

Esta pesquisa revelou que a atividade de produzir vídeos e postar em um canal no *YouTube Kids*, é trabalho nos moldes capitalistas não apenas para os *youtubers mirins* “Maria Clara e JP”, mas para todos que estabelecem uma relação de trabalho produtivo e assalariado de produção de mercadorias. É um trabalho, pois acontece a exploração da força de trabalho, da energia, do pensamento, de “Maria Clara e JP” pelos proprietários dos meios de produção da corporação *YouTube* no sentido de obter mais valor. Nesse trabalho existe um despertar do trabalho morto pelo trabalho vivo das crianças, a par de uma produção contínua e cumulativa que se destina a mais produção de trabalho morto para os proprietários.

Descortinando os vídeos produzidos por “Maria Clara e JP”, percebemos que eles produzem, a partir do trabalho, mercadorias para a plataforma *YouTube Kids*, revelando o trabalho na indústria da cultura permeado pelo que se denomina tempo livre. Embora pareçam atividades criativas, espontâneas, de não trabalho, para ocupar o tempo vazio, realizar o entretenimento, a diversão, estão determinadas pela racionalidade do trabalho na indústria cultural que produz mercadorias padronizadas que se diferenciam no detalhe. Essas mercadorias muitas vezes são difundidas em um círculo de manipulação de necessidades retroativas, porque os produtos como: *e-mail*, *Gmail*, conta *Google* e conta *YouTube*, estão relacionadas, são produtos diferenciáveis e interligados em uma rede de produção com necessidades criadas e satisfeitas por essa rede.

Os vídeos e as *lives* são mercadorias que estabelecem o seu valor no mercado de trocas e que ocultam o trabalho concreto. Os vídeos tem valor de uso, pois são para serem assistidos, mas é o valor de troca estabelecido no *YouTube*, a partir do consumo/venda, e que pode variar dependendo do momento, que ganham valor. É exatamente por ser trabalho abstrato, que aquilo que se vê na produção dos vídeos/mercadorias é uma atividade divertida e descompromissada com o mundo do capital.

Os vídeos ocultam o trabalho que ali foi embutido, por isso são fetiches. Eles é que são trocados, assistidos no *YouTube Kids*, e tanto os produtores dos vídeos que trabalham, os *youtubers mirins*, como os próprios vídeos são fetichizados. Nota-se que muitos querem ser os *superstars* “Maria Clara e JP” e pagam para assistir vídeos de crianças em seu cotidiano.

Esse desejo de ser “Maria Clara e JP” também é estimulado pela corporação *YouTube*, que segue a lógica da indústria cultural combinando produtos que instigam o acaso e o planejamento. Nem todos podem chegar ao sucesso, é preciso muito esforço/trabalho, mas isso não garante, já que o acaso também conta. Assim, vai estimulando trabalhadores a trabalharem para a exploração da força de trabalho, e se não conseguirem o sucesso, fiquem satisfeitos com o sucesso do outro.

O trabalho que “Maria Clara e JP” realizam é produtivo e assalariado, mas tem uma particularidade: ele só é pago depois de muita exploração da força de trabalho, após atingir uma meta estipulada de produtividade, mas, enquanto isso, já está realizando trabalho produtivo, pois as mercadorias que produzem estão sendo vistas/vendidas/consumidas. Esse trabalho é expropriado pela mais valia absoluta, pois eles têm uma jornada de trabalho extensa de dias e até meses para chegar à produção desejada. Além da mais-valia relativa, pois diminuem o tempo de trabalho para a produção de um vídeo quando usam a tecnologia, a internet e objetos da própria casa.

Percebemos que existe um pagamento para essas crianças produtoras de vídeos na plataforma, um trabalho assalariado. As crianças recebem D (dinheiro) pela produção de mercadorias vendidas, pessoas que assistem, para comprar outras mercadorias para a vida, evidenciando a relação M-D-M, mercadoria, dinheiro e mercadoria.

Essas crianças auxiliam o enriquecimento dos proprietários. Os proprietários possuem um investimento de matéria prima muito baixo, já que toda a produção de vídeos fica à par das crianças, a maquinaria tecnológica de produção dos vídeos, são eles mesmos que têm que investir para criar sua mercadoria, o que demonstra o motivo pelo qual a indústria cultural vem se despontando com monopólios em tecnologia e ampliando mais o capital financeiro.

Não se nega também que “Maria Clara e JP” praticamente sustentam a família e existe uma valorização do trabalho dessas crianças, mais um motivo que demonstra tanto a produtividade dos *youtubers mirins*, como quanto o *YouTube* é detentor de capital financeiro, um capital que nem conseguimos imaginar.

O capitalismo não muda a sua estrutura, porém atua com outras aparências, maquiado por estratégias, seja com novas ocultações de trabalho, chamando trabalhadores de parceiros ou

colaboradores ou ocultado a mercadoria como valor, e aparecendo como entretenimento e diversão gratuita.

A cultura colaborativa que imprime a ideia de colaboradores e parceiros difunde mais ainda essa ideologia que aliena com o engodo de que quanto mais se colabora mais a empresa cresce e se cresce de forma igual. Nessa levada, os capitalistas ocultam que aquilo que as crianças fazem horas e horas na internet é produção de valor, e que para produzir vídeos, se corre atrás de bater todas as metas para depois ter um contrato de recebimento por aquilo que se produz.

Fica evidente com os resultados apresentados nessa pesquisa que não é o mesmo trabalho infantil das fábricas tecelãs que Marx tão bem nos apresentou no “Capital”, nem mesmo o trabalho de crianças miseráveis em busca de sobrevivência, mas segue a mesma lógica de produção de lucro, que também a legislação voltada para a infância não abarca. É uma ocupação remunerada no âmbito da terceirização de serviços que devolve ao trabalhador toda a responsabilidade pela produção e venda das suas mercadorias produzidas. Esse trabalho desenvolve contradições e ao mesmo tempo expõe a necessidade de se pensar no que é estrutural na questão do trabalho no capitalismo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, T. W. & HORKHEIMER, M. A Indústria Cultural: O Esclarecimento como Mistificação das Massas. In: **Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Tradução de Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.
- ADORNO, T. W. & HORKHEIMER, M. **Introdução à sociologia**. Tradução de Wolfgang Leo Maar. São Paulo: Editora Unesp, 1968.
- ADORNO, Theodor W. Capitalismo tardio ou sociedade industrial. In: COHN, Gabriel (Org.). **Theodor W. Adorno: grandes cientistas sociais**. São Paulo: Ática, 1986. p. 62-75.
- ADORNO, T. W. A indústria cultural. In: COHN, Gabriel (org.) **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: companhia Editora Nacional, 1971.
- ADORNO, T. W. **Palavras e Sinais, modelo críticos 2**. Petrópolis: Vozes, 1995.
- ADORNO, T. W.: O fetichismo na música e a regressão da audição. In: **Os Pensadores: Horkheimer e Adorno**. Nova Cultural, São Paulo, p.77-105, 1991.
- ADORNO, T. W. Cultura e Administração. In: **Sobre a indústria da cultura**. Coimbra: Angelus Novas. 2003.
- ANTUNES, R. **O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviços na era digital**. 1. ed. - São Paulo: Boitempo, 2018.
- ANTUNES, R. **OS SENTIDOS DO TRABALHO: Ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho**. 6º ed. São Paulo: Boitempo, 2003.
- BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil: promulgada em 5 de outubro de 1988**, 4 ed. São: Saraiva, 1990.
- BRASIL. Lei no 8.069, de 13 de julho de 1990. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 16 jul. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8069.htm#art266. Acesso em: 16 dez. 2018.
- BRASIL. **Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, 2014. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>. Acesso em: 21 abr. 2015.
- BURGESS, J.; GREEN, J. **YouTube e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade**. São Paulo: Aleph, 2009.
- CENSO DEMOGRÁFICO 2010: características da população e dos domicílios: resultados do universo. In: IBGE. **Sidra: sistema IBGE de recuperação automática**. Rio de Janeiro,

2011a. Disponível em: <http://www.sidra.ibge.gov.br/cd/cd2010universo.asp?o=5&i=P>. Acesso em: out. 2020.

CHAVES, J. de C. **A liberdade e a felicidade do indivíduo na racionalidade do trabalho no capitalismo tardio: a (im)possibilidade administrada**. 2007. Tese (Doutorado em Psicologia Social) –Programa de Pós-graduação em Psicologia Social, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2007.

CHAVES, J. de C. Capitalismo dos monopólios e indústria cultural: formação do sujeito sujeitoado. In: CHAVES, J. de C.; BITTAR, M.; GEBRIM, V. S. **Escritos de Psicologia, Educação e Cultura**. Campinas: Mercado das Letras, 2015.

CLT. **Consolidação das Leis do Trabalho**: Decreto Lei nº 5.452 de 01 de Maio de 1943. Disponível em <https://www.jusbrasil.com.br/topicos/173000349/paragrafo-3-artigo-2-do-decreto-lei-n-5452-de-01-de-maio-de-1943>. Acesso em: 20 de jan. 2020.

CONDE, S. F. **A ESCOLA E A EXPLORAÇÃO DO TRABALHO INFANTIL NA FUMICULTURA CATARINENSE**. 2012. Tese (doutorado) – Centro de Ciências da Educação. Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 2012.

CORRÊA, L. **O QUE TEM DENTRO DA CAIXA?** Crianças hipnotizadas pelo YouTube Brasil, as fronteiras entre entretenimento, conteúdo proprietário e publicidade. 1. Ed. Área de Família e Tecnologias do ESPM Media Lab. São Paulo. 2016.

DUARTE, R. ESQUEMATISMO E SEMIFORMAÇÃO. **Revista Educação e Sociedade**, Campinas, vol. 24, n. 83, p. 441-457, ago. 2003.

DUARTE, R. Indústria Cultural Hoje. In: DURÃO, F. A. ZUIN, A. & VAZ, A. F. (org.) **Industrial Cultural hoje**. São Paulo: Boitempo, 2010.

DUARTE, Rodrigo. Indústria Cultural 2.0. **Revista de teoria crítica**, n.3, p.90-117, dec.2011, Disponível em: <http://constelaciones-rtc.net/issue/view/47>. Acesso em: 17 de mai. 2020.

GADOTTI, Moacir. **Marx: transformar o mundo**. 2. ed. São Paulo: FTD, 1991.

HARVEY, D. **A produção capitalista do espaço**. São Paulo: Annablume, 2005.

LENIN, Vladimir Ilitch. **O imperialismo: fase superior do capitalismo**. Tradução Leila Prado. São Paulo: Centauro, 2008.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.

LIMA, C. R. M de. SANTINI, R. M. Trabalho Imaterial, produção colaborativa e economia da dádiva na sociedade da informação. **Revista Política e Economia da Informação**. Ed. 8 (5) Salvador: 2010.

LUCE, Mathias Seibel. A superexploração da força de trabalho no Brasil. **Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política**, São Paulo, n. 32, p. 119-141, junho 2012.

MAAR, Wolfgang Leo. Adorno, semiformação e educação. In: **Educação e Sociedade**. Campinas, vol. 24, n. 83, p. 459-476, ago. 2003

MARCELINO, P. Afinal, o que é terceirização? Em busca de ferramentas de análise e de ação política. **Revista Pegada Eletrônica**, 8 (2), 55-70, 2007.

MARIN, J. O. B. **Crianças do trabalho**. Goiânia: UFG; Brasília: Plano, 2005.

MARX, K. ENGELS, F. **A ideologia Alemã**. Trad. Luís Claudio de Castro e Costa. São Paulo: Martins Fontes, 1998. (clássicos).

MARX, K. **O capital**: capítulo VI (inédito). 1. ed. São Paulo: Livraria editora ciências humanas LTDA, 1978a.

MARX, K. **O Capital**: crítica da economia política. Tradução por Regis Barbosa e Flávio R. Kothe. São Paulo: Abril Cultural, 1978b. (Os pensadores).

MARX, K. **Salário, Preço e Lucro**. São Paulo: Abril Cultural, 1978c. (Os pensadores).

MARX, K. O trabalho Alienado. In: MARX, K. **Manuscritos econômicos-filosóficos**. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2010a.

MARX, K. Salário do trabalho. In: MARX, K. **Manuscritos econômicos-filosóficos**. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2010b.

MARX, K. Segundo manuscrito: A relação da propriedade privada. In: MARX, K. **Manuscritos econômicos-filosóficos**. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2010c.

MARX, K. **O CAPITAL**. Ed. 2. V. 1. São Paulo: Boitempo, 2018.

MARX, K; ENGELS, F. **Manifesto do Partido Comunista**. Goiânia: Gráfica UFG, 2017.

MEILI, A.M. **O audiovisual na era YouTube**: pro-amadores e o mercado. Sessões do Imaginário (Online) , v. n. 25, p. 52-59, 2011.

PAULO NETTO, José; BRAZ, Marcelo. **Economia Política**: uma introdução crítica. 8. ed. São Paulo: Cortez, 2012.

PAULO NETTO, J. **Capitalismo e barbárie contemporânea**. Argumentum, Vitória (ES), v. 4, n.1, p. 202-222, jan./jun. 2012.

PALMEIRA SOBRINHO, Zéu. O trabalho infantil: um balanço em transição. In: NOCCHI, Andrea Saint Pastous et al (coord.). **Criança, Adolescente, Trabalho**. São Paulo: LTr, 2010.

PIOVESAN, Flávia. **Direitos Humanos e o direito constitucional internacional**. 3. ed., atual., São Paulo: Max Limonad, 1997.

OLIVEIRA, E. **TOYTISMO NO BRASIL**: desencantamento da fábrica, envolvimento e resistência. São Paulo: Expressão Popular, 2004.

OIT (ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO). **Estatísticas do Trabalho Infantil** (manual de metodologia para recolha de dados). Março de 2018. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 1996. Disponível em: www.peti.gov.pt/produção. Acesso em: 20 de dez. 2019.

RAMOS, M. N. REFORMA DA EDUCAÇÃO PROFISSIONAL: CONTRADIÇÕES NA DISPUTA POR HEGEMONIA NO REGIME DE ACUMULAÇÃO FLEXÍVEL. **Revista Trabalho Educação Saúde**, v. 5 n. 3, p. 545-558, nov.2007, 2010.

RESENDE, A. C. A. **Para a crítica da subjetividade reificada**. Goiânia: Editora UFG, 2009.

RESENDE, A. C. A. Subjetividade em tempos de reificação: um tema para a psicologia social. In: **Estudos: vida e saúde**. v. 28, n. 4. jul. ago. Goiânia: UCG, 2001. p. 511-538.

SHINGO, S. **O Sistema Toyota de Produção**: do ponto de vista da engenharia de SOFTWARES LIVRES: trabalho e tecnologia na sociedade da informação. **Inf. & Soc.:** Est., João Pessoa, v.18, n.2, p. 101-110, maio/ago. 2010.

TAYLOR, F. W. **Princípios de administração científica**. São Paulo: Atlas, 1990.

YOUTUBE KIDS. **Youtube Kids**. Disponível em: <https://kids.youtube.com/>. Acesso em: 10 nov. 2018.

YOUTUBE. **Estatísticas**. Sala de Imprensa. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/press/>. Acesso em: 10 out. 2020.