

CONTRIBUIÇÕES À CRÍTICA DA NOÇÃO DE TRABALHO DIGITAL (DIGITAL LABOUR) DE CHRISTIAN FUCHS¹

Prof. Rodrigo Moreno Marques – Universidade FUMEC

Resumo: O artigo analisa a ideia de trabalho digital (*digital labour*) proposta por Christian Fuchs. Nessa categoria estão inseridas todas as ocupações envolvidas nas cadeias de produção das tecnologias digitais. Fuchs evoca o conceito marxiano de trabalho produtivo para abordar o *digital labour* e, em seu esforço para aplicar o pensamento de Marx ao universo das redes sociais, o autor inclui na categoria *digital labour* o ato de navegar na Internet, tomando-o como trabalho explorado e produtor de mais-valia. Não obstante os méritos da abordagem de Fuchs, o autor evoca Marx para sua análise mas acaba por distanciar-se dos argumentos marxianos pois: (i) obscurece a diferença entre trabalho e lazer; (ii) elimina a diferença entre o tempo de trabalho necessário e tempo de trabalho excedente; (iii) admite a extração de mais-valia e o conceito de trabalho produtivo fora da relação de assalariamento; e (iv) adota um conceito ahistórico de valor. A saída proposta para superar os desacertos cometidos por Fuchs reside nas categorias renda e renda de monopólio e na distinção entre valor e preço.

Palavras chave: digital labour; redes sociais; Karl Marx.

CONTRIBUTIONS TO THE CRITIQUE OF THE NOTION OF DIGITAL LABOUR PROPOSED BY CHRISTIAN FUCHS

Abstract: The article analyses the idea of digital labour presented by Christian Fuchs. All the activities that belong to the production chains of the digital technologies are inserted in the category digital labour. In his discussion on the digital labour, Fuchs adopts the Marxian concept of productive labour. In his effort to apply Marx's thoughts to the realm of the social networks, Fuchs includes in the notion of digital labour the act of surfing the web, and takes this activity as a labour that is exploited and produces surplus-value. Notwithstanding the merits of his approach, Fuchs evocates Marx to support his analysis but in fact he contradicts the Marxian arguments since: (i) he blurs the difference

¹ A pesquisa recebeu financiamento do CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior/Ministério da Educação e Cultura.

between labour and leisure; (ii) he eliminates the difference between necessary labour time and exceeding labour time; (iii) he accepts the possibility of extracting surplus-value and the concept of productive labour out of the wage relation; and (iv) he adopts an ahistoric concept of value. The solution proposed to overcome Fuchs' misconceptions resides in the categories rent and monopoly rent and in the distinction between value and price.

Keywords: digital labour; social networks; Karl Marx.

Introdução

Dentro da arena da Economia Política contemporânea, uma pergunta merece destaque. Como o arcabouço teórico de Karl Marx pode ser empregado para apreensão das dinâmicas socioeconômicas que envolvem a produção de valor e riqueza no universo das redes digitais?

O objetivo do artigo é apresentar uma crítica à resposta que Christian Fuchs nos apresenta para o problema colocado (FUCHS, 2012a, 2012b, 2014, 2015a, 2015b, 2015c, 2015d, 2015e, 2016). O autor propõe a categoria *digital labour* para analisar a produção de valor e mais-valia no universo das tecnologias digitais e da Internet. Essa categoria analítica empregada por Fuchs fundamenta-se em uma interpretação peculiar do conceito marxiano de trabalho produtivo que ele articula com a noção de trabalhador coletivo.

A proposta de Fuchs mostra-se bastante instigante. No entanto, é possível afirmar que ela apresenta um caráter contraditório uma vez que, por um lado, o autor evoca o pensamento de Marx para sustentar sua análise do mundo contemporâneo, mas por outro lado a argumentação de Fuchs acaba por se afastar de alguns princípios centrais da obra marxiana.

A artigo está estruturado em cinco seções. Após essa introdução, apresenta-se a ideia de trabalho digital (*digital labour*) postulada por Fuchs. A seguir, são analisados os conceitos de trabalho e trabalho produtivo adotados por Fuchs, em confronto com o texto de Marx. Na seção seguinte são problematizadas as inter-relações entre o conceito de trabalho produtivo e o trabalho assalariado, mais uma vez em confronto com trechos da obra de Marx. Encerrando o artigo, apresenta-se uma proposta alternativa que, por meio das categorias renda e renda de monopólio bem como da distinção entre valor e preço,

traz uma perspectiva que trata do problema em tela sem incorrer nos desacertos cometidos por Fuchs.

Digital labour

A ideia de ‘labor digital’ (*digital labour*) proposta por Fuchs (2012a, 2012b, 2014, 2015a, 2015b, 2015d, 2015e, 2016) representa uma categoria ampla que não se fundamenta nas ocupações dos trabalhadores, mas sim numa visão abrangente da indústria de tecnologias de informação e comunicação. A produção nesse segmento é tomada como um processo que integra trabalhos manuais e intelectuais, atividades qualificadas e desqualificadas, diferentes formas de exploração de trabalhadores assalariados e não assalariados, dentro de uma lógica voltada para a produção de valor e mais valia.

O autor defende o caráter explicativo da teoria marxiana do valor, mas, ao mesmo tempo, aponta para o que chama de expressões de novas qualidades da teoria do valor que estariam em curso atualmente no universo das redes sociais. Segundo Fuchs (2015b, p.27), “a ascensão das redes sociais capitalistas [...] não tornou supérfluos o conceito de tempo de trabalho e a lei do valor, mas representa a expressão de novas qualidades da teoria do valor trabalho”.

O autor diferencia os conceitos de ‘trabalho digital’ (*digital work*) e ‘labor digital’ (*digital labour*) partindo de uma distinção semântica entre os termos *work* e *labour*. Segundo essa concepção, *work* é uma categoria geral aplicável a todas as sociedades, ao passo que *labour* denota a forma histórica dos processos de trabalho nas sociedades de classes. Em sintonia com Williams (1983), Fuchs argumenta que *work* é o termo geral associado à execução de alguma atividade, enquanto *labour* representa uma tarefa penosa, conduzida com fadiga e dor (Fuchs, 2014; Fuchs e Sandoval, 2014, 2015; Fuchs e Sevignani, 2013). Essa diferenciação semântica é estendida para os conceitos de *digital work* e *digital labour*. Conforme define Fuchs (2014, p. 352),

Trabalho digital [*Digital work*] é uma forma de trabalho específica que faz uso do corpo, da mente ou de máquinas, ou de uma combinação de todos ou alguns desses elementos, como instrumentos de trabalho a fim de organizar a natureza, recursos extraídos da natureza, ou experiências humanas e culturais, de

modo que as mídias digitais [*digital media*] são produzidas e usadas (Fuchs, 2014, p. 352).

Por outro lado, a ideia de *digital labour* enfatiza a exploração capitalista dessas ocupações e, em especial, seu caráter alienado. Nos termos do autor,

Labor digital [*digital labour*] é o trabalho digital alienado [*alienated digital work*]: ele é alienado de si mesmo, dos instrumentos e objetos de trabalho e dos produtos do trabalho. A alienação é a alienação do sujeito em relação a si mesmo, (a força de trabalho é colocada a serviço e controlada pelo capital), em relação ao objeto (objetos de trabalho e instrumentos de trabalho) e ao sujeito-objeto (os produtos do trabalho) (Fuchs 2014, p. 351).

A noção de *digital labour* inclui todos os tipos de atividades associadas à indústria de tecnologias de informação e comunicação, que “são parte da força de trabalho coletiva requerida para o exercício, uso e aplicação das mídias digitais” (2014, p. 4). Em outras palavras, esse conceito inclui todas as ocupações envolvidas na produção de tecnologias de mídias digitais e conteúdos que circulam na Internet, como por exemplo: a extração de minerais por escravos em curso no Congo para prover matérias primas para a produção de *laptops* e telefones móveis; a fabricação de equipamentos de alta tecnologia, como iPads e iPhones, por um proletariado barato e altamente explorado em modernas fábricas no delta do Rio das Pérolas, em Shenzhen (China); as atividades dos engenheiros e programadores do Vale do Silício, uma aristocracia de trabalhadores que concebem e projetam novas tecnologias e aplicações; a produção da indústria de software na Índia, onde programadores altamente qualificados são explorados pelo capital imperialista estrangeiro; e as estressantes atividades conduzidas nos *call centers*, que são cada vez mais taylorizadas, repetitivas, padronizadas e monitoradas.

A perspectiva adotada por Fuchs possui o mérito de não separar em esferas distintas as atividades de concepção (projeto) e de produção (execução). Fuchs contraria a visão dualista de autores como Gorz (2005) e Moulier-Boutang (2011), que advogam que atualmente a criação de valor derivaria apenas das ocupações fundamentadas no intelecto humano, no conhecimento e no saber, enquanto o trabalho eminentemente manual seria incapaz de criar valor. Contra essa visão dicotômica, Jeon (2010) alerta que

qualquer processo de produção inescapavelmente requer uma etapa prévia de concepção/projeto e que essa, por sua vez, só se efetiva por meio da etapa posterior de produção.

Assim, Fuchs atribui uma unidade dialética às diferentes etapas que compõem as cadeias de produção globais do setor de tecnologias de informação e comunicação. Ao fazê-lo, o autor nos oferece uma instigante abordagem acerca da divisão internacional do trabalho que, cada vez mais, fraciona os processos de produção de maneira a alocá-los em diferentes regiões do planeta, em busca de salários mais baixos e condições de produção mais rentáveis.

Não obstante os méritos apontados, o amplo conceito de *digital labour* proposto por Fuchs mostra-se controverso por abarcar também as atividades dos usuários da Internet ou, mais especificamente, dos usuários de redes sociais como Facebook, YouTube e Twitter. Nesses ambientes digitais, o conteúdo gerado por seus usuários é monitorado e capturado por sistemas automatizados cujo objetivo é produzir a mercadoria dados [*data commodity*] que é vendida para anunciantes do mercado de publicidade dirigida.² Assim, o autor inclui em seu conceito de *digital labour* os sujeitos que, ao usar as redes sociais em seus momentos de lazer, produzem dados que são coletados e vendidos para terceiros interessados em veicular anúncios personalizados no universo da rede mundial de computadores.

Para fundamentar essa perspectiva, Fuchs toma como referência os conceitos ‘mercadoria audiência’ (*audience commodity*) e ‘prosumer’, propostos respectivamente por Smythe (1977) e Toffler (1980). Partindo dessas referências, o conceito de ‘prosumer da Internet’ (*Internet prosumer*) empregado por Fuchs representa os usuários das redes sociais que são simultaneamente “consumidores produtores de conteúdo” (FUCHS, 2015a, p.93) e tomam parte em atividades em que o “tempo de consumo se torna tempo de produção” (2015a, p. 117).

De acordo com essa abordagem, a mercadoria dados possui valor de uso e valor de troca. Seu valor de uso são os dados pessoais e comportamentos dos internautas capturados na *web* por sistemas automatizados, ao passo que seu valor de troca é “o valor dinheiro que os operadores obtém” ao comercializarem a mercadoria dados (2014, p.

² A publicidade dirigida (*targeted advertising*) também é conhecida como publicidade personalizada (*personalized advertising*), publicidade comportamental (*behavioural advertising*) e rastreamento dirigido (*targeted tracking*). Trata-se do registro massivo e automatizado das atividades dos usuários da Internet, realizado por meio de softwares de navegação, *web sites* e aplicações, com o objetivo de capturar os perfis e interesses dos internautas com vistas no direcionamento de campanhas publicitárias na rede mundial.

101). Segundo o autor, a ideia de valor no Facebook se refere ao “tempo médio que os usuários despendem nessa plataforma. A lei do valor no Facebook indica que, quanto maior o tempo despendido na rede social, mais valiosa se torna a mercadoria dados” (2014, p. 258; 2015a, p. 112). Reforçando essa ideia, o autor alega que “todo tempo *online* nas redes sociais como Google, Facebook, YouTube ou Twitter é tempo de trabalho excedente” (2014, p. 104).

Em suma, segundo a abordagem do *digital labour* de Fuchs, o valor criado nas redes sociais deriva parcialmente dos trabalhadores do segmento de tecnologias digitais e parcialmente dos usuários da Internet.

Essa ideia baseia-se na percepção de que está em curso uma tendência de eliminação dos limites entre “diversão e trabalho, tempo de trabalho e tempo de lazer, produção e consumo, a fábrica e o lar, a vida pública e a vida privada” (FUCHS, 2015a, p. 108). Em sintonia com a ideia de “fábrica social” proposta por Tronti (1966), Fuchs afirma que cada vez mais o capital coloniza todas as esferas da sociedade e os limites da fábrica tendem a ser estendidos para os domínios do tempo de lazer, das atividades livres e do trabalho não assalariado. Assim, uma vez que “a fábrica e o trabalhador ganham uma dimensão social e difusa em todas as esferas da sociedade” (2015a, p. 116), amplia-se a exploração do tempo em atividades não assalariadas conduzidas fora do ambiente fabril e dos escritórios. No entanto, prossegue o autor, esse tipo de exploração não envolve fadiga, uma vez que “se parece mais com recreação e ocorre durante o tempo livre, fora da relação de assalariamento – trata-se de trabalho não pago e trabalho que diverte [*play labour*]. Como consequência, o tempo de trabalho invade os domínios do tempo de lazer e tempo de lazer se torna tempo de trabalho” (Fuchs, 2015a, p. 108-109).

Dentre os princípios do pensamento de Marx, uma das premissas mais importantes é que o valor só pode ser criado por meio do trabalho humano. Em outras palavras, nada que não seja fruto do trabalho humano ou que não tenha sido objeto do trabalho humano pode conter valor. Percebe-se, portanto, que, para que a abordagem de Fuchs tenha consistência com a obra marxiana, não resta ao autor outro caminho a não ser classificar como *trabalho* a atividade do usuário que navega na Internet, ainda que essa atividade seja lúdica, realizada no um momento de ócio e não remunerada. Em direção oposta, Bolaño (2015) e Bolaño e Vieira (2015) defendem que nesse caso estamos diante de uma atividade que deve ser classificada como consumo e não como trabalho.

No entanto, Fuchs não se limita a considerar que o ato de navegar na *web* é trabalho. Segundo ele, esse é um *trabalho produtivo* no sentido que Marx atribui ao termo.

Os conceitos de trabalho e trabalho produtivo

Conforme argumenta Fuchs (2014, p. 251), o conceito marxiano de trabalho (*work*) representa a “interação da força de trabalho com objetos e instrumentos de trabalho de modo a criar valores de uso como produtos”.

Trata-se, portanto, de categoria de caráter antropológico, que define o gênero humano, ou seja, o trabalho é “forma eterna que se mantém ao longo das mudanças das formações sociais” (LUKÁCS, 2013, p. 77). Essa noção está ancorada no ponto de vista de Marx, segundo o qual a existência do homem requer eternamente o trabalho como o elemento mediador do metabolismo entre homem e natureza. Diz Marx:

Como criador de valores de uso, como trabalho útil, o trabalho é, assim, uma condição de existência do homem, independente de todas as formas sociais, eterna necessidade natural de mediação do metabolismo entre homem e natureza e, portanto, da vida humana (MARX, 2013, p.120).

Concordando com Marx, Lukács (2013, p.44) enfatiza que, por meio do trabalho, o homem se inter-relaciona com a natureza: “[o trabalho] é, essencialmente, uma inter-relação entre homem (sociedade) e natureza, tanto inorgânica (ferramenta, matéria-prima, objeto do trabalho etc.) como orgânica”.

Fuchs, acertadamente, dá destaque à necessidade de se evitar interpretações reducionistas acerca do conceito de natureza aí presente. Nesse sentido, o autor alega que, embora os exemplos apresentados por Lukács sejam predominantemente ligados à agricultura e caça, o trabalho humano não emprega apenas objetivos físicos retirados da natureza, mas também objetos físicos e não físicos criados pelo próprio homem. As ferramentas de trabalho não são apenas instrumentos para lidar com objetos tangíveis, mas podem ser também tecnologias de processamento de informações, como por exemplo o computador. E os produtos do trabalho humano não são apenas objetos físicos, mas também podem ser elementos intangíveis como informação, serviços e relações sociais (FUCHS, 2015c).

O autor concebe três formas de trabalho digital [*digital work*]: o trabalho digital cognitivo, o trabalho digital comunicativo e o trabalho digital cooperativo. Essas três

formas têm um fundamento comum: “o trabalho digital [*digital work*] é a organização das experiências humanas com ajuda do cérebro humano, mídia digital e fala de tal maneira que novos produtos são criados. Esses produtos podem ser informação *online*, significados, relações sociais, artefatos ou sistemas sociais” (2014, p. 251-252).

Fuchs (2014, 2015a, 2015b, 2015d, 2015e, 2016) classifica o *digital labour* como ‘trabalho produtivo’ no sentido marxiano do termo. Em sua acepção de trabalho produtivo, Fuchs inclui não apenas o trabalho que produz valor por meio das relações de assalariamento, mas também as relações sociais estabelecidas pelos usuários da Internet durante seu tempo livre, quando desempenham atividades não remuneradas na *web*. Segundo ele, o tempo dispendido nas plataformas das redes sociais, como Facebook, “não é apenas consumo simples ou tempo de lazer, mas tempo produtivo que gera valor econômico” (2015a, p.93) e “lucro para o capital” (2015a, p.116). Assim, o ato do usuário consumir e produzir conteúdos e dados pessoais nas redes sociais é considerado “trabalho abstrato que cria valor e mais-valia” (2015e, p.87).

Embora Fuchs (2014, p. 109; 2015d, p.63) alegue que trabalho produtivo é um tema complexo, contraditório e inconsistente nos textos de Marx, o autor advoga que o conceito de *digital labour* e sua caracterização como trabalhador produtivo fundamentam-se nos argumentos de Marx. Para sustentar essa afirmativa, Fuchs (2014, 2015a, 2015b, 2015d, 2016) identifica três diferentes noções de trabalho produtivo na obra marxiana.

A primeira definição de trabalho produtivo leva em consideração os processos de trabalho independentemente de suas formas históricas. Nesse contexto, é considerado produtivo o trabalho que cria valor de uso para satisfazer as necessidades humanas. De acordo com a segunda definição, aplicável ao modo de produção capitalista, é considerado produtivo o trabalho que diretamente contribui para produção de mais-valia para o capitalista. Podemos afirmar que essas duas concepções de trabalho produtivo encontram claro respaldo nos textos de Marx (1980, 2004, 2013).

Porém, além dessas duas definições de trabalho produtivo, Fuchs inova ao expor o que ele alega ser uma terceira acepção marxiana para essa expressão, que ele considera “a mais proeminente definição de trabalho produtivo” (2015b, p.28). Segundo essa terceira interpretação advogada por Fuchs, trabalho produtivo é o “trabalho do trabalhador coletivo [*labour of the collective worker*]” (2015a, p.138), “trabalho do trabalhador combinado ou coletivo [*labour of the combined or collective labourer*]” (2016, p.239), ou “qualquer trabalho de um coletivo de seres humanos (*Gesamtarbeiter*,

trabalhador coletivo) que contribui para produção de mais-valia e capital” [*any work of a collective of human beings (Gesamtarbeiter, collective worker) that contributes to the production of surplus-value and capital*] (2015d, p. 63).

Segundo Fuchs, uma das principais evidências textuais para essa terceira concepção de trabalho produtivo estaria no seguinte trecho extraído do capítulo XV - *Mais-Valia Absoluta e relativa de O Capital – Volume I*:

Para trabalhar produtivamente, já não é mais necessário fazê-lo com suas próprias mãos; basta, agora, ser um órgão do trabalhador coletivo, executar qualquer uma de suas subfunções. (MARX, 2013, p.577).

Além dessa citação, Fuchs sustenta seu ponto de vista por meio de um trecho do manuscrito conhecido como *Capítulo VI Inédito de O Capital - Resultados do Processo de Produção Imediata* (MARX, 2004), que faz jus a uma longa citação:

Como, com o desenvolvimento da subordinação real do trabalho ao capital ou do modo de produção especificamente capitalista não é o operário individual que se converte no agente (*Funktionär*) real do processo de trabalho no seu conjunto mas sim uma capacidade de trabalho socialmente combinada; e como as diversas capacidades de trabalho que cooperam e formam a máquina produtiva total participam de maneira muito diferente no processo imediato da formação de mercadorias, ou melhor, nesse caso, de produtos — um trabalha mais com as mãos, outro mais com a cabeça, este como diretor (*manager*), engenheiro (*engineer*), técnico etc., aquele como capataz (*overlooker*), aqueloutro como operário manual ou até como simples servente — temos que são cada vez em maior número as funções da capacidade de trabalho incluídas no conceito imediato de trabalho produtivo, diretamente explorados pelo capital e subordinados em geral ao seu processo de valorização e de produção. Se se considerar o trabalhador coletivo constituído pela oficina, a sua atividade combinada realiza-se materialmente e de maneira direta num produto total que, simultaneamente, é uma massa total de mercadorias e é aqui absolutamente indiferente que a função deste ou daquele trabalhador, mero elo deste trabalhador coletivo, esteja mais próxima ou mais distante do trabalho manual direto. Porém, então, a atividade desta

capacidade de trabalho coletiva é o seu consumo direto pelo capital, ou por outra, o processo de autovalorização do capital, a produção direta de mais-valia e daí, como se há de analisar mais adiante, a transformação direta da mesma em capital (MARX, 2004, p.110)

Apesar dos dois trechos citados acima de fato permitirem a terceira interpretação de trabalhador produtivo proposta por Fuchs, é questionável a afirmação de que ela está assentada no pensamento de Marx uma vez que, em alguns manuscritos marxianos, a noção de trabalho produtivo está explicitamente atrelada ao *trabalho assalariado*.

Trabalho assalariado e trabalho produtivo

Fuchs (2014, 2015a, 2016) alega que alguns trechos da obra de Marx, mas não todos, dão a entender que ser trabalhador assalariado não é condição para ser trabalhador produtivo, ou seja, trabalho não pago também pode ser trabalho produtivo. Segundo Fuchs,

A noção de trabalhador coletivo permite uma interpretação do texto de Marx que não é centrada no trabalho assalariado, afinal o trabalhador coletivo, como uma força de trabalho combinada, também contém todas as atividades que são não remuneradas mas direta ou indiretamente servem às necessidades do capital” (2014, p. 34).

No entanto, em *Teorias da Mais-valia* (MARX, 1980), a definição marxiana de trabalhador produtivo no contexto do capitalismo é taxativamente atrelada a relação de assalariamento:

Trabalho produtivo no sentido da produção capitalista é o trabalho assalariado que, na troca pela parte variável do capital (a parte do capital despendida em salário), além de reproduzir essa parte do capital (ou o valor da própria força de trabalho), ainda produz mais-valia para o capitalista. Só por esse meio, mercadoria ou dinheiro se converte em capital, se produz como capital. Só é produtivo o trabalho assalariado que produz capital. (Isso equivale a dizer que o trabalho assalariado reproduz, aumentada, a soma de valor nele empregada ou que restitui mais trabalho do que recebe na forma de salário. Por conseguinte, só é

produtiva a força de trabalho que produz valor maior que o próprio).
(MARX, 1980, p. 132-133)

No *Capítulo VI Inédito de O Capital - Resultados do Processo de Produção Imediata*, Marx (2004) também afirma explicitamente que, no modo de produção capitalista, ser trabalhador assalariado é premissa para ser trabalhador produtivo:

As determinações ulteriores do trabalho produtivo derivam diretamente dos traços que caracterizam o processo capitalista de produção. Em primeiro lugar, o possuidor da capacidade de trabalho defronta-se com o [...] capitalista como vendedor daquela, [...] como vendedor de trabalho vivo [...]. É um trabalhador assalariado. Essa é a primeira premissa. Em segundo lugar, [...] a sua capacidade de trabalho e o seu trabalho incorporam-se diretamente como fatores vivos no processo de produção do capital [...] que, não só em parte conserva e em parte reproduz os valores adiantados, mas que simultaneamente aumenta e, por conseguinte, ao criar mais-valia, os transforma em valores que a si mesmo se valorizam, em capital (MARX, 2004, p. 110-111)

No mesmo texto, imediatamente após essa colocação, Marx reitera que ser assalariado é condição para ser considerado um trabalhador produtivo:

Pode ocorrer que a primeira condição esteja presente sem que o esteja a segunda. Um trabalhador pode ser trabalhador assalariado, jornaleiro, etc. Tal acontece sempre que falta o segundo elemento. Todo trabalhador produtivo é um assalariado mas nem todo o assalariado é um trabalhador produtivo (MARX, 2004, p.111)

Nota-se, portanto, que alguns trechos da obra de Marx colidem frontalmente com o argumento defendido por Fuchs segundo o qual uma atividade não remunerada pode ser considerada trabalho produtivo no sentido marxiano do termo.

Assim, Fuchs critica as ideias de Saad-Filho (2002), Fine e Saad-Filho (2010) e Antunes (2013) pelo fato desses autores considerarem que o conceito de trabalhador produtivo tem como premissa o trabalho assalariado. Fuchs defende a necessidade de se evitar o “dogmatismo do trabalho assalariado” e o “fetichismo do salário” (2014, p. 109),

uma vez que essas interpretações desconsideram “a complexa dialética das sociedades de classes” (2015b, p. 29). Nos seus termos,

[Essas abordagens] têm pouco a dizer sobre o trabalho não pago como o trabalho doméstico e o trabalho dos usuários nas plataformas da Internet que praticam a publicidade dirigida. A estrita limitação do trabalho produtivo ao universo do trabalho assalariado e a estrita exclusão das atividades de distribuição do conceito de trabalho produtivo, como defendem Fine, Saad-Filho e Antunes, não dão conta da ênfase marxiana no trabalhador coletivo como trabalhador produtivo, que ele não por acidente incluiu em seu mais importante trabalho – *Capital, Volume 1*. Esses autores também não dão conta da dissolução das fronteiras entre produção, distribuição e consumo (FUCHS, 2015a, p. 142)

Conforme argumenta o autor, a premissa que o capital precisa pagar salários como condição para criar valor subestima a barbaridade do capital e o apresenta como uma força relativamente civilizada. No entanto, alega Fuchs (2015a, p. 142), o sonho do capital é evitar o pagamento de salários para maximizar lucros. O capital se esforça para “reduzir ao máximo os custos de salários, se possível a zero, para maximizar seu lucro”. Se o salário do *prosumer* da Internet é zero, a taxa de mais valia, ou seja, a taxa de exploração, “converge para infinito”. Assim, o “*prosumer* da Internet é infinitamente explorado pelo capital. Isso significa que a produção capitalista é uma forma de exploração extrema na qual o *prosumer* trabalha absolutamente de graça” (2014, p. 104).

Fuchs afirma, corretamente, que, para Marx, a relação de assalariamento não é um pressuposto para que haja exploração. Tome-se, por exemplo um escravo e um trabalhador doméstico. Ambos não recebem salários, mas, obviamente, o primeiro é explorado pelo seu mestre e o segundo pelo chefe de família. Porém, o argumento do autor acaba por se afastar do pensamento marxiano por empregar um conceito de valor que se mostra ahistórico, isto é, um conceito de valor que não é específico do modo de produção capitalista. Ao contrário do que postula Fuchs, o conceito de valor empregado por Marx é historicamente determinado ou, em outras palavras, é um conceito de análise específico e circunscrito à esfera do capitalismo (MOHUN, 2001). Esse desacordo com o pensamento marxiano fica evidente quando Fuchs alega que o trabalho do escravo “também produz valor que é apropriado por terceiros”. Nessa linha, o autor acaba por

defender um ponto de vista que generaliza a noção de valor, admitindo seu emprego em relações sociais não capitalistas:

Existe uma diferença crucial entre os escravos clássicos, trabalhadores domésticos e usuários da Internet uma vez que o primeiro é reprimido pela violência física, [...] o segundo é parcialmente coagido pela violência física e por sentimentos de amor e afeição, ao passo que o terceiro é objeto de uma coerção ideológica [...]. Mas todas as três formas de trabalho produzem valor que é apropriado por terceiros (FUCHS, 2014, p. 30).

Considerações finais

Em suma, não obstante a contundente defesa que Fuchs faz da adoção do arcabouço teórico marxiano para discutir as dinâmicas socioeconômicas do século XXI, nota-se que ele acaba por distanciar-se dos argumentos de Marx pois, em sua exposição, o autor (i) obscurece a diferença entre trabalho e lazer; (ii) elimina a diferença entre o tempo de trabalho necessário à reprodução da força de trabalho e o tempo de trabalho excedente durante o qual a mais-valia é produzida; (iii) concebe a extração de mais-valia e o conceito de trabalhador produtivo fora da relação de assalariamento; e (iv) adota uma noção de valor ahistórica.

Diante dessa controversa perspectiva proposta por Fuchs, emerge uma questão crucial: É possível conceber uma interpretação marxista para as dinâmicas que envolvem valor, lucro e riqueza nas redes digitais, sem perder a coerência com os mais importantes princípios de Marx e com sua lei do valor?

Uma possível solução para esse problema reside nas categorias marxianas renda e renda de monopólio, bem como na distinção que Marx estabelece entre os conceitos de valor e preço. A mercadoria dados que é vendida por empresas como Facebook e Google possui valor e preço. Seu valor decorre do trabalho de empregados assalariados que desenvolvem, operam e dão manutenção em complexos sistemas baseados em software e hardware. Mas, ao contrário do que alega Fuchs, o preço da mercadoria dados nas redes sociais não representa apenas o valor nela incorporado. O preço nesse caso está bem acima do valor pois a riqueza gerada por empresas como Facebook e Google decorrem da situação monopolística que elas desfrutam atualmente. Trata-se de monopólio

associado à mercadoria dados, ou seja, monopólio associado às informações dos internautas que são capturadas durante o ato de navegar na *web*. A riqueza gerada nesse caso deriva principalmente de renda de monopólio e não da extração de mais-valia dos usuários das redes sociais. Nesses termos, estamos diante de uma perspectiva que evita os desacertos da interpretação de Fuchs, sem perder a consistência com o arcabouço de Marx.

Referências

ANTUNES, Ricardo. *Os sentidos do trabalho – Ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho*. São Paulo: Boitempo. 2009.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. Digitalisation and Labour: A Rejoinder to Christian Fuchs. *tripleC: Capitalism, Communication & Critique*. v.13, n.1, p. 79-83, 2015.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; VIEIRA, Eloy S. The Political Economy of the Internet: Social Networking Sites and a Reply to Fuchs. *Television & New Media*, v.16, n.1, p. 52–61, 2015.

FINE, Ben; SAAD-FILHO, Alfredo. *Marx's Capital*. London: Pluto Press. 2010.

FUCHS, Christian. Dallas Smythe Today. The Audience Commodity, the Digital Labour Debate, Marxist Political Economy and Critical Theory. Prolegomena to a Digital Labour Theory of Value. *tripleC: Capitalism, Communication & Critique*. v.10, n.2, p. 692-740, 2012a.

FUCHS, Christian. With or Without Marx? With or Without capitalism? A Rejoinder to Adam Arvidsson and Eleanor Colleoni. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique*. v.10, n.2, p. 633-645, 2012b.

FUCHS, Christian. *Digital Labour and Karl Marx*. New York: Routledge. 2014.

FUCHS, Christian. *Culture and economy in the age of social media*. New York: Routledge. 2015a.

FUCHS, Christian. The Digital Labour Theory of Value and Karl Marx in the Age of Facebook, YouTube, Twitter, and Weibo. In: FISHER, Eran; FUCHS, Christian (Orgs). *Reconsidering value and labour in the digital age*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. 2015b.

- FUCHS, Christian. 2015. Georg Lukács as a Communications Scholar: Cultural and Digital Labour in the Context of Lukács' Ontology of Social Being. *Media, Culture & Society*. v.38, n.4, p. 506-524, 2015c.
- FUCHS, Christian. Against Divisiveness: Digital Workers of the World Unite! A Rejoinder to César Bolaño. *Television & New Media*. v.16, n.1, p. 62-71, 2015d.
- FUCHS, Christian. Digital Labour: A Comment on César Bolaño's tripleC Reflection. *TripleC: communication, capitalism, critique*. v.13, n.1, p. 84-92, 2015e.
- FUCHS, Christian. *Reading Marx in the Information Age: A Media and Communication Studies Perspective on Capital Volume 1*. New York: Routledge. 2016.
- FUCHS, Christian; SANDOVAL, Marisol. Digital Workers of the World Unite! A Framework for Critically Theorising and Analysing Digital Labour. *tripleC Communication, Capitalism & Critic*. v.12, n.2, p. 483-563, 2014.
- FUCHS, Christian; SANDOVAL, Marisol. Culture and Work. In: FUCHS, Christian. *Culture and economy in the age of social media*. New York: Routledge. 2015.
- FUCHS, Christian; SEVIGNANI, Sebastian. What is digital labour? What is digital work? What's the difference? And why do these questions matter for understanding the social media? *tripleC: Capitalism, Communication & Critique*. v.11, n.2, p. 237-293, 2013.
- GORZ, André. *O Imaterial, Conhecimento, Valor e Capital*, São Paulo: Annablume, 2005.
- JEON, Heesang. Cognitive capitalism or cognition in capitalism? A critique of cognitive capitalism theory, *Spectrum*, v.2, n.3, p. 90-117, 2010.
- LUKÁCS, György. *Para uma ontologia do ser social II*. São Paulo: Boitempo. 2013.
- MARX, Karl. *Teorias da mais-valia, Volume I*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. 1980.
- MARX, Karl. *Capítulo VI Inédito de O Capital - Resultados do Processo de Produção Imediata*. São Paulo: Centauro Editora. 2004.
- MARX, Karl. *O Capital, Livro I*. São Paulo: Boitempo, 2013.
- MOHUN, Simon. Valor. In: Bottomore, Tom (Org.). *Dicionário do pensamento marxista*. Rio de Janeiro: Zahar. 2001.

MOULIER-BOUTANG, Yan. *Cognitive Capitalism*. London: Polity Press, 2011.

SAAD-FILHO, Alfredo. *O Valor de Marx*. Campinas: Editora Unicamp, 2011.

SMYTHE, Dallas Walker. Communications: Blindspot of Western Marxism. *Canadian Journal of Political and Social Theory*. v.1, n.3, p. 1-27, 1977.

TOFFLER, Alvin. *The third wave*. New York: Bantam. 1980.

TRONTI, Mario. *Operai e Capitale*. Turin: Einaudi Editore. 1966.