

XVIII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2017

GT-5 – Política e Economia da Informação

PRODUÇÃO DE VALOR NAS REDES SOCIAIS: MARX E O DEBATE CONTEMPORÂNEO¹

Rodrigo Moreno Marques (Fundação Mineira de Educação e Cultura – FUMEC)

VALUE CREATION IN SOCIAL NETWORKS: MARX AND THE CONTEMPORARY DEBATE

Modalidade da Apresentação: Comunicação Oral

Resumo: Nesse artigo, busca-se estabelecer uma interlocução entre a Ciência da Informação e a Economia Política, com o objetivo de responder a seguinte questão. Como explicar a origem do *valor* na esfera das redes sociais? Inicialmente, apresenta-se a abordagem do trabalho digital (*digital labour*) que Christian Fuchs propõe como resposta para o problema colocado. A análise dessa perspectiva revela que, apesar de Fuchs defender a pertinência do arcabouço teórico de Karl Marx, sua proposta afasta-se de alguns princípios centrais do pensamento marxiano. Como alternativa para os desacertos dessa abordagem, o artigo apresenta uma interpretação das dinâmicas do valor no universo das redes sociais fundamenta nas categorias *renda* e *renda de monopólio* empregadas por Marx, bem como na distinção entre *valor* e *preço* postulada pelo pensador alemão.

Palavras-Chave: Valor; Redes sociais; *Digital Labour*; Informação; Mercadoria dados; Economia Política da Informação e do Conhecimento.

Abstract: In the article, an interlocution of Information Science and Political Economy is established in order to answer the following question. How to explain the origin of *value* in the sphere of social networks? Firstly, the article presents the digital labour approach proposed by Christian Fuchs as an answer for the problem. The analysis of this perspective reveals that, although the author advocates the pertinence of Karl Marx's theoretical framework, his arguments deviate from some crucial principles of the Marxian thought. As an alternative for the misconceptions of Fuchs' proposition, the article presents an interpretation of the dynamics of value in the universe of social networks which is based on the categories *rent* and *monopoly rent* adopted by Marx, as well as on the differentiation of *value* and *price* postulated by the German thinker.

Keywords: Value; Social networks; Digital Labour; Information; Data commodity; Political Economy of Information and Knowledge.

¹ A pesquisa recebeu financiamento da CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior/Ministério da Educação e Cultura, da FAPEMIG - Fundação de Amparo à Pesquisa de Minas Gerais e da Universidade FUMEC.

1 INTRODUÇÃO

A julgar pelo discurso acadêmico dominante e pelos meios de comunicação em geral, estamos diante de um consenso sobre o fato de que a criação de *valor* está cada vez mais associada às dinâmicas socioeconômicas que envolvem informação e conhecimento. Porém, em relação a alguns aspectos da chamada *era da informação e do conhecimento* não há acordo e, ao contrário, predomina a controvérsia e o dissenso. É o que se passa, por exemplo, nos debates acerca da produção e circulação de valor no universo das tecnologias de informação e comunicação, assim como no universo das redes sociais.

Partindo dessa problemática, diferentes pesquisas têm trazido para o campo da Ciência da Informação as contribuições do pensamento crítico. Mais especificamente, nesse campo está em expansão o espectro de investigações que empregam as lentes de Karl Marx e da Economia Política contemporânea para interpretar fenômenos que são caros à área da Ciência da Informação, a exemplo os processos de criação de valor que envolvem a informação e o conhecimento, o papel das tecnologias de informação e comunicação na criação do valor, e as atividades de trabalho que lidam eminentemente com a informação e com o conhecimento.

Nessa linha, merece destaque o periódico *Liinc em Revista*, que traz regularmente abordagens que dialogam com a Economia Política e suas categorias, a exemplo dos textos de Bolaño (2016), Dantas (2012, 2015, 2016) e Herscovici (2014), dentre tantos outros artigos que a revista tem frequentemente publicado ao longo da sua história. Também estão inseridos nesse debate alguns livros que são fruto do esforço de autores da Ciência da Informação, como as obras *Informação, Conhecimento e Poder: Mudança Tecnológica e Inovação Social* (ALBAGLI, MACIEL, 2011), *Revolução 2.0 e a crise do capitalismo global* (COCCO, ALBAGLI, 2012), *A informação e o Conhecimento Sob as Lentes do Marxismo* (MARQUES et al., 2014) e *A dialética do gosto: informação, música e política* (SCHNEIDER, 2015).

Dessa interlocução entre os campos da Ciência da Informação e da Economia Política, emerge uma arena que pode ser designada *Economia Política da Informação e do Conhecimento*.

Dentro dessa perspectiva, temos conduzido uma agenda de pesquisa que enfrenta duas questões principais: (i) como a informação e o conhecimento estão inseridos do arcabouço teórico marxiano e em sua teoria do valor? (ii) como as ideias e as categorias de Karl Marx podem nos ajudar a apreender o papel da informação e do conhecimento nas dinâmicas

socioeconômicas do século XXI? (MARQUES, KERR PINHEIRO, RASLAN, 2012; MARQUES, RASLAN, KERR PINHEIRO, 2011; MARQUES, KERR PINHEIRO, 2014; MARQUES, 2015).

No presente artigo, emprega-se o pensamento marxiano, bem como o debate contemporâneo que ele fomenta, para responder uma pergunta mais específica: Como explicar a origem do valor na esfera das redes sociais?

Inicialmente, discute-se a teoria do trabalho digital (*digital labour*) que Christian Fuchs apresenta como uma resposta para o problema colocado (FUCHS, 2012a; 2012b; 2014; 2015a; 2015b; 2015c; 2015d; 2015e; 2016). Não obstante o fato da proposta de Fuchs ser bastante instigante, 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. Como alternativa para a interpretação de Fuchs, o artigo apresenta uma diferente abordagem que visa apreender a essência do valor no universo das redes sociais. Nessa proposição, são adotadas como chaves analíticas as categorias marxianas *renda* e *renda de monopólio*, bem como a distinção entre *valor* e *preço* postulada por Marx.

2 TRABALHO DIGITAL (*DIGITAL LABOUR*)

A abordagem de Fuchs (2012a, 2012b, 2014, 2015a, 2015b, 2015d, 2015e, 2016) pressupõe uma diferenciação semântica entre os conceitos de *work* e *labour*. A expressão *work* designa o trabalho *em geral*, ou seja, independente do contexto histórico em que ele é executado. Já a expressão *labour* representa a forma histórica dos processos de trabalho nas sociedades de classes e que, nesse contexto, envolve exploração de tarefas penosas que, com frequência, são executadas com fadiga e dor.

Assim, o autor define *digital work* como uma forma de trabalho 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 são produzidas e usadas (FUCHS, 2014, p. 352).

Por outro lado, no conceito de *digital labour* ganha ênfase uma relação social de produção que é marcada pelos conceitos marxianos de alienação/estranhamento (MARX, 2010). Segundo Fuchs, *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).

Partindo desse pressuposto semântico, o autor adota a ideia de trabalho digital (*digital labour*) para representar uma ampla categoria que inclui as diferentes ocupações que tomam parte nas cadeias de produção do segmento de tecnologias de informação e comunicação. Estão incluídos nessa concepção não apenas atividades predominantemente intelectuais ou cognitivas, mas também as atividades eminentemente manuais. Assim, a noção de *digital labour* abarca tanto as ocupações mais qualificadas, a exemplo das atividades de concepção e projeto, como também aquelas que, na esfera da produção e execução, têm um caráter manual mais acentuado e são menos qualificadas.

Em sua argumentação, Fuchs emprega a categoria marxiana *trabalhador coletivo*² para afirmar que no conceito de *digital labour* abrange todas as atividades que “são parte da força de trabalho coletiva requerida para o exercício, uso e aplicação das mídias digitais” (FUCHS, 2014, p. 4). Assim, a ideia de *digital labour* inclui um amplo espectro de ocupações, como por exemplo: (i) a concepção de equipamentos eletrônicos e aplicações *web* por parte de uma aristocracia de trabalhadores que, não obstante ser bem remunerada, é também explorada, a exemplo da elite do Vale do Silício na Califórnia; (ii) os trabalhos desqualificados que ocupam grande parte da força de trabalho envolvida na produção dos dispositivos eletrônicos. Nessa esfera, ganham destaque as modernas cidades-fábricas muradas cujo exemplo mais emblemático é o da Foxconn, localizada no polo fabril do delta do Rio das Pérolas em Shenzhen (China); (iii) as atividades ligadas a engenharia de software na Índia, executadas por uma elite com alto nível educacional que é cada vez mais explorada por multinacionais estrangeiras; (iv) os trabalhos dos atendentes de *call centers*, uma profissão marcada pela insegurança, precariedade, taylorização, estresse e baixa remuneração.

² Ao abordar a produção capitalista em larga escala, quando ela passa a necessitar de investimentos cada vez maiores e o emprego de grandes contingentes de trabalhadores, Marx emprega o conceito de “trabalhador coletivo” para designar a situação quando “não é o operário individual que se converte no agente real do processo de trabalho no seu conjunto mas sim uma capacidade de trabalho socialmente combinada” (2004, p.110). Nesse sentido, o “trabalhador coletivo”, representa “um pessoal combinado de trabalho, cujos membros se encontram a uma distância maior ou menor do manuseio do objeto de trabalho” (2013, p.577). Nessa categoria estão incluídas “diversas capacidades de trabalho que cooperam e formam a máquina produtiva total”, a exemplo dos sujeitos que trabalham “como diretor (*manager*), engenheiro (*engineer*), técnico etc, [...] como capataz (*overlooker*), [...] como operário manual ou até como simples servente”, sendo todos esses ofícios “diretamente explorados pelo capital e subordinados em geral ao seu processo de valorização e de produção” (2004, p.110).

A abordagem de Fuchs possui o mérito de enxergar os processos produtivos contemporâneos de maneira abrangente, por meio de um ponto de vista que atribui a criação de valor ao amplo conjunto das ocupações que conformam a atual divisão internacional do trabalho. Assim, ganha ênfase o fato de que a fonte de valor nas cadeias de produção globais, onde os processos de produção são vez mais fracionados e dispersos, não reside apenas nos trabalhos intelectuais/cognitivos, mas também nos trabalhos de produção/execução menos qualificados, que são imprescindíveis para existência dos primeiros. Nesse aspecto, Fuchs adota um ponto de vista inspirado na ideia de trabalhador coletivo proposta por Marx, de onde extrai importantes *insights* para discutir as dinâmicas socioeconômicas do século XXI.

No entanto, embora Fuchs defenda enfaticamente o emprego das categorias de Marx para discutir a realidade do nosso tempo, nota-se que o autor acaba por se afastar da perspectiva marxiana ao incluir na noção de *digital labour* a atividade do internauta que navega na Internet e nas redes sociais durante seus momentos de lazer ou ócio. Conforme alega o autor, o ato de navegar na *web* e nas redes sociais é uma atividade de trabalho por meio da qual o internauta produz a “mercadoria dados” (*data commodity*), que é vendida no segmento de publicidade dirigida³ por empresas como Google e Facebook. Esse ponto de vista toma como referência a noção de “mercadoria audiência” (*audience commodity*) proposta por Smythe (1977), além da ideia de *prosumer*⁴ apresentada por Toffler (1980). Fuchs (2015a, p.93) argumenta que os *prosumers* da Internet são os internautas típicos, que são simultaneamente “consumidores produtores de conteúdo” (FUCHS, 2015a, p.93) e atuam num contexto onde o “tempo de consumo se torna tempo de produção” (2015a, p. 117).

Nesse contexto, o autor defende a pertinência e o caráter explicativo da lei do valor marxiana. Ao fazê-lo, Fuchs (2015b, p.27) alega que 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. Assim, de acordo com o autor, a noção de valor nas redes sociais representa o “tempo médio que os usuários despendem nessa plataforma. A lei do valor no Facebook indica que, quanto maior o tempo despendido na rede

³ A publicidade dirigida (*targeted advertising*) também chamada de publicidade personalizada (*personalized advertising*), publicidade comportamental (*behavioural advertising*) e rastreamento dirigido (*targeted tracking*). Trata-se da coleta automatizada massiva das atividades dos usuários da Internet (executada por *sites*, redes sociais e aplicações *web*) por meio da qual capturam-se os perfis e interesses dos internautas, com o objetivo de direcionar, de maneira individual e personalizada, as campanhas de *marketing* que são veiculadas na rede mundial de computadores.

⁴ Acrônimo advindo da mistura das palavras em inglês *producer* e *consumer*.

XVIII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2017
23 a 27 de outubro de 2017 – Marília – SP

social, mais valiosa se torna a mercadoria dados” (2014, p. 258; 2015a, p. 112). Nessa linha, completa Fuchs, “todo tempo online nas redes sociais como Google, Facebook, YouTube ou Twitter é tempo de trabalho excedente” (2014, p. 104).

Esse ponto de vista sustenta-se na percepção de que, na atualidade, a lógica capitalista coloniza todas as esferas da vida do homem e da sociedade, fazendo com que, cada vez mais, desapareçam as diferenças 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). O autor inspira-se na noção de “fábrica social” proposta por Tronti (1966) ao afirmar que a fábrica e o trabalhador atingem atualmente uma escala social e difusa, permeando todas as instâncias da sociedade, quando a exploração alcança também o tempo despendido em atividades não assalariadas e que são conduzidas fora do ambiente fabril e dos escritórios. Porém, alega Fuchs, esse tipo de exploração não envolve esforço e fadiga pois ele

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).

A instigante perspectiva de Fuchs exige que retornemos à obra de Marx. Um dos princípios centrais adotados pelo filósofo alemão é o pressuposto que o *valor* é produzido exclusivamente pelo trabalho humano. Em outras palavras, nada que não tenha sido produzido pelo trabalho humano, ou tenha sido objeto do trabalho humano, pode conter valor. Portanto, para que a ideia de *prosumer* da Internet esteja fundamentada no pensamento de Marx – como Fuchs alega estar – não resta ao autor outra opção a não ser considerar que o ato de navegar na Internet é um *trabalho*, ainda que essa atividade seja executada em momentos de lazer ou ócio e ainda que ela não seja remunerada. Assim, se por um lado a proposta de Fuchs guarda coerência com o pensamento de Marx ao pressupor que só o trabalho humano cria valor, por outro lado Fuchs abandona alguns aspectos fundamentais do pensamento marxiano, como por exemplo a diferenciação entre tempo de trabalho socialmente necessário e tempo de trabalho excedente, bem como a distinção entre lazer e trabalho.

Divergindo desses argumentos de Fuchs, Bolaño (2015) e Bolaño e Vieira (2015) defendem que o ato de surfar na *web* não pode ser considerado um trabalho no sentido marxista do termo.

Mas Fuchs vai além e, não apenas chama de trabalho o ato de navegar na Internet, mas também classifica essa atividade como *trabalho produtivo* no sentido marxiano da expressão. Em relação a esse ponto, a interpretação de Fuchs, apesar de inovadora, contraria princípios fundamentais da perspectiva teórica de Marx.

3 TRABALHO PRODUTIVO

A categoria *trabalho produtivo* assume dois diferentes significados na obra de Marx. No âmbito do trabalho *em geral*, ou seja, do trabalho tomado como atividade universal independente de suas formas históricas, Marx considera que é produtivo o trabalho que cria valores de uso para satisfazer as necessidades humanas. Já no contexto do modo de produção capitalista, o autor chama de trabalho produtivo o trabalho que produz o valor e a mais-valia que é apropriada pelo capitalista (MARX, 1980b, 2004, 2013).

Fuchs admite essas duas conhecidas concepções de Marx, porém, propõe uma terceira noção de trabalho produtivo que, segundo o autor, pode ser encontrada em alguns trechos dos textos de Marx. De acordo com essa terceira definição apresentada por Fuchs (2014, 2015a, 2015b, 2015d, 2015e, 2016), considerada pelo autor “a mais proeminente definição de trabalho produtivo” (2015b, p.28), é trabalho produtivo o “trabalho do trabalhador coletivo” (2015a, p.138) ou, em outras palavras, o “trabalho do trabalhador combinado ou coletivo” (2016, p.239), ou ainda “qualquer trabalho de um coletivo de seres humanos (*Gesamtarbeiter*, trabalhador coletivo) que contribui para produção de mais-valia e capital” (2015d, p. 63).

Assim, essa terceira aceção de trabalho produtivo, que Fuchs afirma existir no texto marxiano, permite a ele dizer que o tempo que os internautas dispõem na Internet e nas redes sociais, como Facebook, Google e Twitter, “não é apenas consumo simples ou tempo de lazer, mas tempo produtivo que gera valor econômico” (FUCHS, 2015a, p.93) e “lucro para o capital” (FUCHS, 2015a, p.116). Nesse sentido, a atividade do *prosumer* da Internet, considerada simultaneamente um ato de consumo e de produção de dados, é classificada como “trabalho abstrato que cria valor e mais-valia” (FUCHS, 2015e, p.87).

Fuchs cita dois trechos da obra marxiana para defender a ideia que a terceira definição de trabalho produtivo, por ele apresentada, encontra respaldo nos textos de Marx. O primeiro trecho pertence a obra *O Capital – Volume I* (MARX, 2013, p.577):

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.

O segundo trecho pertence ao manuscrito conhecido como *Capítulo VI (Inédito) de O Capital – Resultados do Processo de Produção Imediata* (MARX, 2004, p.110). Seu teor justifica a longa citação a seguir:

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)

Assim, ao alegar que o trabalho produtivo na esfera do capitalismo é o “trabalho do trabalhador coletivo”, Fuchs propõe uma interpretação do texto de Marx que não é centrada no trabalho assalariado, mas sim em uma força de trabalho combinada que inclui todas as atividades que, apesar de não serem remuneradas, servem às necessidades do capital direta ou indiretamente (FUCHS, 2014, p.34). Essa concepção alinha-se com o que autor afirmar ser o sonho do capital, ou seja, “reduzir ao máximo os custos de salários, se possível a zero, para maximizar seu lucro” (FUCHS, 2015a, p.142). Diante dessa perspectiva, tendo em vista que o *prosumer* da Internet não recebe remuneração para exercer essa atividade, a taxa de mais-valia, que representa a taxa de exploração, “converge para infinito”. Nos termos do autor, 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).

Nota-se que a proposta de Fuchs, apesar de bem articulada, entra em explícito conflito com outros conhecidos trechos da obra de Marx. Em especial, merece destaque o fato que, no

manuscrito *Teorias da Mais-Valia*, Marx taxativamente associa a definição de trabalhador produtivo, no contexto do capitalismo, à 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, 1980b, p.132-133).

Adicionalmente, no trecho a seguir, extraído do *Capítulo VI (Inédito) de O Capital – Resultados do Processo de Produção Imediata*, Marx também atrela a relação de assalariamento à definição de trabalho 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. 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.110-111)

Em suma, percebe-se que a ideia de *digital labour* defendida por Fuchs, ao contrário do que alega o autor, diverge frontalmente de alguns princípios fundamentais do arcabouço teórico de Marx uma vez que ela (i) elimina a diferença entre trabalho e lazer ao considerar que o ato de navegar na Internet é trabalho, ainda que essa atividade seja realizada em momentos de ócio e não seja remunerada; (ii) suprime a diferença entre o tempo de trabalho necessário, durante o qual os trabalhadores produzem o valor necessário a sua subsistência, e o tempo de trabalho excedente, durante o qual é produzida a mais-valia a ser apropriada pelo capitalista; (iii) emprega a categoria marxiana trabalho produtivo para designar atividades que, ainda que estejam em curso no contexto histórico do capitalismo, não são remuneradas.

Diante dessas divergências, emerge uma questão. É possível construir uma interpretação para as dinâmicas que envolvem a produção e circulação de valor nas redes sociais sem perder a coerência com as principais categorias e fundamentos teóricos de Marx?

Minha resposta para essa indagação é afirmativa. Como alternativa para a abordagem de Fuchs, as categorias *renda* e *renda de monopólio*, que Marx apresenta ao discutir a *renda da terra* ou *renda fundiária*, podem ser empregadas como chaves analíticas para apreender as dinâmicas do valor na esfera da Internet e das redes sociais.

4 RENDA E RENTISMO

A discussão da renda fundiária está presente na obra do jovem Marx, em *Manuscritos Econômicos Filosóficos* (MARX, 2010), mas é tratada com mais profundidade no Livro III de *O Capital* (MARX, 1980a) e em *Teorias da Mais-Valia* (MARX, 1980c). A abordagem marxiana da propriedade fundiária e das rendas que dela decorrem não se limita à agricultura, mas se aplica também, conforme destaca o autor, às propriedades destinadas à exploração de minérios, pesca, florestas etc. (MARX, 1980a).

Segundo a concepção marxiana de renda, a primazia da propriedade privada da terra é tomada como pressuposto histórico que decorre da superação das relações de produção vigentes antes da emergência do capitalismo. Essa superação se dá nos primórdios do capitalismo, quando a forma de propriedade então vigente não era adequada ao modo de produção emergente. Assim, com o desenvolvimento do capitalismo, são transformadas as relações de produção na agricultura, e a propriedade fundiária é dissociada das relações senhoriais e de sujeição (MARX, 1980a).

A forma de propriedade fundiária que o sistema capitalista no início encontra não lhe corresponde. Só ele mesmo cria essa forma, subordinando a agricultura ao capital, e assim a propriedade fundiária feudal, a propriedade de clãs ou a pequena propriedade camponesa combinada com as terras de uso comum se convertem na forma econômica adequada a esse modo de produção, não importando quão diversas sejam suas formas jurídicas (MARX, 1980a, p.708).

Surge então uma divisão da produção no setor agrícola que difere daquela que se desenvolve no setor fabril. Os agricultores tornam-se trabalhadores assalariados empregados por um capitalista que decide investir seu capital na agricultura. Não sendo dono de terras, esse capitalista assume o papel de arrendatário, pois precisa submeter-se a um contrato que o obriga a pagar ao proprietário uma determinada quantia, como condição para empregar seu capital na

produção agrícola, sendo essa quantia designada *renda da terra* ou *renda fundiária*. Nesse contexto, Marx afirma que a propriedade da terra permite a instituição de um tributo em dinheiro que seu proprietário arrecada do capitalista industrial, o arrendatário (MARX, 1980a).

Marx reconhece diferentes formas de renda fundiárias, que correspondem aos diferentes estágios do processo social de produção. Segundo ele, qualquer uma delas tem um caráter comum: “o apropriar-se da renda é a forma econômica em que se realiza a propriedade fundiária”. A renda fundiária, segundo Marx, supõe propriedade fundiária, ou supõe “que determinados indivíduos sejam proprietários de determinadas parcelas do globo terrestre” (MARX, 1980a, p.727). No entanto, Marx contesta a legitimidade desse caráter comum das diferentes formas de renda fundiária – de ser a forma econômica em que se realiza a propriedade da terra – ao afirmar que, se os indivíduos se tornam detentores exclusivos de parcelas do globo terrestre, isso se dá em virtude de uma ficção jurídica (MARX, 1980a, p.727-728).

A renda da terra representa para o autor a instituição de monopólios que estabelecem um tipo de poder de exclusão que vai além das relações econômicas *stricto sensu*.

A propriedade fundiária supõe que certas pessoas tenham o monopólio de dispor de determinadas porções do globo terrestre como esferas privativas de sua vontade particular, com exclusão de todas as demais vontades (MARX, 1980a, p.707).

O autor advoga que toda renda fundiária é mais-valia, ou seja, produto do trabalho excedente. Ela pode se manifestar, em sua forma menos desenvolvida, diretamente como produto excedente. Já no modo de produção capitalista, “a renda fundiária é sempre sobra acima do lucro, acima da fração do valor das mercadorias, a qual, por sua vez, consiste em mais-valia (trabalho excedente)” (MARX, 1980a, p.728).

Esse ponto de vista de Marx se alinha à sua argumentação de que a mais-valia pode se cristalizar em diferentes formas como de lucro, juros e renda. Todas elas representam materialização de trabalho não pago, conforme explica o autor:

O capitalista que produz o mais-valor, isto é, que suga trabalho não pago diretamente dos trabalhadores e o fixa em mercadorias, é, decerto, o primeiro apropriador, porém de modo algum o último proprietário desse mais-valor. Ele tem ainda de dividi-lo com capitalistas que desempenham outras funções na totalidade da produção social, com o proprietário fundiário etc. O mais-valor se divide, assim, em diversas partes. Seus fragmentos cabem a diferentes categorias de pessoas e recebem formas distintas, independentes entre si, como lucro, o juro, o ganho comercial, a renda fundiária etc. (MARX, 2013, p.639).

Para Marx, portanto, a mais-valia, forma geral da soma de valor apropriada pelos donos dos meios de produção, é repartida em formas particulares, metamorfoseadas, como o lucro e a renda fundiária. Em outras palavras, a mais-valia em geral é distribuída dentro da classe capitalista através das suas formas particulares (ENGELS, 2014; MARX, 1980a).

De acordo Marx, estamos aqui diante de uma relação socioeconômica bem peculiar. A renda, expressão econômica da propriedade fundiária, é responsável por um tipo de geração de riqueza que difere daquela que tem lugar no ramo industrial, pois o proprietário de terras se apropria da mais-valia extraída da produção agrícola sem se envolver diretamente com a esfera do trabalho. O proprietário da terra apodera-se da porção do produto excedente e da mais-valia que crescem sem sua interferência.

Na valorização econômica da propriedade fundiária, no desenvolvimento da renda fundiária, aparece como sendo peculiar a circunstância de o montante dessa renda não ser determinado pela intervenção do beneficiário, mas pelo desenvolvimento do trabalho social, que dele não depende e em que [ele] não participa (MARX, 1980a, p.730).

O proprietário fundiário desenvolve, portanto, o poder de “apropriar-se de porções crescentes desses valores criados sem interferência dele, e porção crescente da mais-valia se transforma em renda fundiária” (MARX, 1980a, p.733).

Ao discutir a renda fundiária e a propriedade da terra, Marx (1980a) distingue as rendas que ele chama de renda diferencial do tipo I, do tipo II e a renda absoluta. O primeiro tipo de renda diferencial tem como base as diferenças de fertilidade e localização das terras. O segundo tipo refere-se a situações em que quantidades de capital são aplicadas sucessivamente no mesmo terreno⁵. Já a renda absoluta não depende da diversidade dos solos ou das aplicações sucessivas de capital no mesmo solo.

Marx (1980a) explica que o capital é capaz de monopolizar completamente as forças naturais, a exemplo de quedas d'água e da energia do vapor que move as máquinas, da mesma maneira que é capaz de monopolizar as forças naturais sociais do trabalho, como aquelas que são oriundas da cooperação e da divisão do trabalho. Porém, a situação em que um capitalista emprega a força natural da queda d'água é bem diferente daquela em que um capitalista emprega a força natural do vapor. Se o vapor é força natural que está à disposição

⁵ Está fora dos limites do presente artigo a discussão marxiana dos conceitos de renda diferencial do tipo I e II.

de todos que dele queiram dela fazer uso, o mesmo não ocorre com a energia de uma queda d'água, que é um recurso monopolizável e está disponível exclusivamente para aqueles que dispõem de parcelas especiais do globo terrestre. Os que têm esse recurso estão em condições de excluir os que não o tenham, impedindo sua utilização. Nessa situação, o lucro suplementar se converte em renda fundiária, cabendo exclusivamente ao proprietário do recurso monopolizado. Esse lucro suplementar “transforma-se em renda fundiária justamente por decorrer não do próprio capital, mas da disposição de força natural de volume restrito, separável do capital e monopolizável” (MARX, 1980a, p.741).

Marx (1980a) emprega a categoria *renda absoluta* para descrever a situação em que a propriedade da terra passa a representar um obstáculo para que o capital seja empregado livremente na agricultura. Quando a propriedade fundiária se torna uma barreira, uma força estranha que se choca com o capital, o emprego do capital fica limitado a algumas esferas da produção e deixa de haver o nivelamento da mais-valia com o lucro médio dos capitalistas.⁶ Nessa situação, há um excedente do valor sobre o preço de produção que, convertido em renda absoluta, cabe ao proprietário da terra e não ao capitalista que o extraiu dos trabalhadores (MARX, 1980a).

A renda representa então parte do valor, mais particularmente da mais-valia das mercadorias, a qual em vez de caber à classe capitalista que a tirou dos trabalhadores, pertence aos proprietários que a extraíram dos capitalistas (MARX, 1980a, p.886).

Ao impedir a livre circulação do capital, obstando a concorrência entre os diferentes ramos econômicos, a propriedade da terra permite a instituição de preços de monopólio. Em outras palavras, são praticados preços que estão acima dos preços de produção, isto é, estão acima do somatório do capital investido mais um lucro médio determinado pela concorrência (MARX, 1980a).

Por meio de toda essa discussão, Marx destaca um duplo aspecto da renda absoluta que revela uma contradição interna do capitalismo. Se por um lado, a propriedade fundiária representa uma necessidade histórica desse modo de produção, por outro lado, a propriedade

⁶ Na esfera da produção, o trabalho humano incorpora valor na mercadoria produzida. Em um segundo momento, quando a mercadoria é levada à esfera da circulação, isto é, quando é colocada à venda no mercado, ela tende a ser comercializada pelo que Marx chama de preço de produção, ou seja, o capital investido acrescido de um lucro médio determinado pela concorrência entre diferentes setores da economia. Considera-se que, numa situação hipotética de plena concorrência entre diferentes segmentos da economia, tende a haver uma equalização das taxas de lucro, isto é, tende a surgir um lucro médio (MARX, 1980a).

da terra constitui também um entrave para o capital, pois permite que o proprietário da terra se aproprie, por meio da renda, de parte da mais-valia que seria destinada à acumulação de capital, caso não houvesse esta propriedade (LENZ, 1992). Como o acesso do capital a terra se torna limitado pela propriedade fundiária, o desenvolvimento da agricultura será prejudicado, pois a renda da terra inibe a capacidade e o incentivo dos capitalistas para buscar lucros suplementares ou excedentes na agricultura. Diz Marx:

Do mesmo modo que só o monopólio do capital capacita o capitalista a extorquir trabalho excedente do trabalhador, o monopólio da propriedade fundiária capacita o dono da terra a extorquir do capitalista a parte do trabalho excedente que constituiria lucro suplementar permanente (MARX, 1980c, p.525).

A argumentação de Marx enseja a descrição do proprietário da terra como um agente pernicioso ao desenvolvimento do próprio capitalismo:

O certo se reduz a isso: suposto o modo de produção capitalista, o capitalista não é só funcionário imprescindível da produção, mas o funcionário predominante. O dono da terra, ao revés, é de todo supérfluo no modo capitalista de produção [...]. O dono da terra, funcionário tão essencial da produção no mundo antigo e no medieval, é na era industrial inútil, excrescência (MARX, 1980c, p.477).⁷

Após essa breve discussão acerca da abordagem marxiana da propriedade fundiária e da renda da terra, discute-se a seguir como ela pode ser empregada para apreensão das dinâmicas que envolvem a produção e circulação de valor no universo das redes sociais.

5 O VALOR NAS REDES SOCIAIS

Para Marx, o preço de uma mercadoria é a “expressão do seu valor”, ou seja, é “a forma dinheiro do valor”. Porém, “o preço de uma mercadoria não corresponde necessariamente a seu valor” (1994, p.114). A rigor, situações onde o valor de uma mercadoria coincide com seu

⁷ Os termos “inútil, excrescência”, adotados na edição brasileira (1980c, p.477), foram grafados em inglês nos originais de Marx: “*Der Grundeigentümer, eigentümer, ein so wesentlicher Funktionär der Produktion in der antiken und mitteltrigen Welt, ist in der industriellen a useless superfetation*” (MARX, 1967 [1863], p.38-39, grifo nosso). A tradução desse trecho para o espanhol apresenta um curioso desfecho: “*El terrateniente que era un funcionario importante de la producción en el mundo antiguo y en la Edad Media, es hoy, dentro del mundo industrial, un aborto parasitario*” (MARX, 1974, p.344, grifo nosso). O termo *superfetation* originalmente adotado por Marx (em português, superfetação) é empregado nas áreas da medicina e zoologia desde a Grécia Antiga, inclusive por Hipócrates e Aristóteles, para designar uma anomalia da gestação em que há a concepção de um novo feto quando já existe outro no útero (ARISTÓTELES, 1806; MILFORD, 1933; JOUANNA, 2001). O *Oxford English Dictionary* apresenta também mais duas acepções para o termo *superfetation*: (1) o crescimento ou acréscimo de uma coisa sobre outra; produção ou acumulação superabundante; (2) um produto adicional; um acréscimo, excrescência; uma adição superabundante ou supérflua (MILFORD, 1933).

preço de produção são casos excepcionais, conforme argumenta o autor: “o preço de produção de uma mercadoria pode estar acima ou abaixo de seu valor, só excepcionalmente com ele coincidindo” (1980a, p.871).

A propriedade fundiária pressupõe um monopólio que permite a obtenção de lucros extras que advêm da comercialização de mercadorias cujo preço está bem acima do que seu valor. Os preços de monopólio que emergem nesse contexto distanciam-se do valor contido nas mercadorias e permitem a instituição desses lucros extras que são superiores aos lucros médios de setores da economia onde há plena concorrência.

Fenômeno similar é o que podemos observar na esfera das redes sociais como Facebook e Google. O poder de mercado dessas empresas⁸ permite que elas monopolizem, por meio de suas plataformas tecnológicas, os dados pessoais e de navegação dos internautas, dados esses que são comercializados no mercado de publicidade dirigida por preços que estão acima dos seus valores. Importante notar aqui esta diferença fundamental: ***a mercadoria dados que é colocada à venda no mercado de publicidade dirigida possui um valor, mas esse valor não deve ser confundido com o seu preço.***

O valor dessa mercadoria dados advém do fato de que sua produção e circulação só é possível por meio da atividade dos trabalhadores que atuam, direta ou indiretamente, na cadeia de produção das redes sociais, como por exemplo a força de trabalho que projeta e produz *hardware e software*, bem como a mão de obra que lida com os algoritmos e mantém em operação as plataformas tecnológicas que conformam a infraestrutura física, lógica e signica das redes sociais. Esse trabalhador coletivo, que é heterogêneo e majoritariamente composto por trabalhadores assalariados, produz não só valor, mas também mais-valia que é apropriada pelos acionistas que controlam as empresas dessa cadeia produtiva.

Porém, ***o preço dessa mercadoria dados*** está muito acima do valor gerado pelos trabalhadores assalariados que direta ou indiretamente tomam parte nas cadeias de produção das redes sociais. Esse preço é, na verdade, preço de monopólio que gera lucro extra, superior ao lucro médio de segmentos de mercado onde há concorrência. Esse lucro extraordinário tem origem no domínio monopolístico de dados e informações capturadas massivamente pelas

⁸ O poder de mercado dessas empresas tem assumido dimensão tão exacerbada que até mesmo a revista *The Economist*, conhecida há mais de 170 anos como porta voz de ideias liberais, recomendou recentemente que a economia que lida com dados, “o recurso mais valioso do mundo”, deve ser objeto de regras antitruste. Disponível em <<https://www.economist.com/news/leaders/21721656-data-economy-demands-new-approach-antitrust-rules-worlds-most-valuable-resource>>. Acesso em 3 ago. 2017.

XVIII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2017
23 a 27 de outubro de 2017 – Marília – SP

empresas que atuam no universo da Internet. Estamos diante, portanto, de riqueza que em grande parte não advém da produção imediata de valor. A extração de valor e mais-valia dos trabalhadores envolvidos nas redes sociais tem relevância menor nesse caso pois a riqueza daí originada advém principalmente de renda que os grandes *players* do mercado de redes sociais extraem dos demais setores capitalistas que, por não terem acesso primário a esses valiosos bancos de dados, são obrigados a pagar por esse tipo de produto intangível, que se torna cada vez mais estratégico na atualidade.

REFERÊNCIAS

- ALBAGLI, Sarita; MACIEL, Maria Lúcia (Org.). **Informação, Conhecimento e Poder, mudança tecnológica e inovação social**. Rio de Janeiro: Garamond, 2011.
- ARISTÓTELES. The Experienced Midwife. In: **The works of Aristotle, the famous philosopher**. Boston: Printed for the booksellers, 1806. Disponível em: <<http://archive.org/details/worksof aristotle040aris>>. Acesso em 19 out. 2013.
- BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. Digitalisation and Labour: A Rejoinder to Christian Fuchs. **tripleC: Capitalism, Communication & Critique**. v.13, n.1, p.79-83, 2015. Disponível em: <<http://www.triple-c.at/index.php/tripleC/article/view/666>>. Acesso em 3 ago. 2017.
- BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. Organização em rede, capital e a regulação mercantil do elo social. **Liinc em Revista**. v.12, n.1, p.6-16, 2016. Disponível em <<http://revista.ibict.br/liinc/article/view/3711>>. Acesso em 3 ago. 2017.
- 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.
- COCCO, Giuseppe; ALBAGLI, Sarita (Org.). **Revolução 2.0 e a Crise do Capitalismo Global**. Rio de Janeiro: Garamond, 2012.
- DANTAS, Marcos. Economia política da informação e comunicação em tempos de internet: revisitando a teoria do valor nas redes e no espetáculo, **Liinc em Revista**, v.8, n.1, p.283-307, 2012. Disponível em <<http://revista.ibict.br/index.php/liinc/article/view/3356>>. Acesso em 3 ago. 2017.
- DANTAS, Marcos. Dialética da informação: Uma leitura epistemológica no pensamento de Vieira Pinto e Anthony Wilden (I). **Liinc em Revista**. v.11, n.2, p.491-505, 2015. Disponível em <<http://revista.ibict.br/liinc/article/view/3601>>. Acesso em 3 ago. 2017.
- DANTAS, Marcos. Dialética da informação: uma leitura epistemológica no pensamento de Vieira Pinto e Anthony Wilden (II). **Liinc em Revista**. v.12, n.1, p.149-165, 2016. Disponível em <<http://revista.ibict.br/liinc/article/view/3713>>. Acesso em 3 ago. 2017.
- ENGELS, Friedrich. Prefácio da primeira edição. In: MARX, Karl, **O Capital, Livro II**, São Paulo: Boitempo, 2014.
- 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.

XVIII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2017
23 a 27 de outubro de 2017 – Marília – SP

Disponível em <<http://www.triple-c.at/index.php/tripleC/article/view/443>>. Acesso em 3 ago. 2017.

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. Disponível <<http://www.triple-c.at/index.php/tripleC/article/view/434>>. Acesso em 3 ago. 2017.

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 (Org). **Reconsidering value and labour in the digital age**. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2015b.

FUCHS, Christian. 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. Disponível em <<http://www.triple-c.at/index.php/tripleC/article/view/675>>. Acesso em 03 ago. 2017.

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. Disponível em <<http://www.triple-c.at/index.php/tripleC/article/view/549>>. Acesso em 3 ago. 2017.

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. Disponível em <<http://www.triple-c.at/index.php/tripleC/article/view/461>>. Acesso em 3 ago. 2017.

HERSCOVICI, Alain. As metamorfoses do valor: capital intangível e hipótese substancial. Reflexões a respeito da historicidade do valor. **Liinc em Revista**. v.10, n.2, p.560-574, 2014. Disponível em <<http://revista.ibict.br/liinc/article/view/3588>>. Acesso em 3 ago. 2017.

JOUANNA, Jacques. **Hippocrates**. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2001.

LENZ, Maria Heloisa. **A categoria econômica da renda da terra**. Porto Alegre: Fundação de Economia e Estatística Siegfried Emanuel Heuser, 1992.

MARQUES, Rodrigo Moreno. Trabalho, informação e conhecimento: relendo Marx na era da informação. **Logeion: filosofia da informação**, v.2, n.1, p.47-71, 2015. Disponível em <<http://revista.ibict.br/fiinf/article/view/1476>>. Acesso em 3 ago. 2017.

XVIII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB 2017
23 a 27 de outubro de 2017 – Marília – SP

MARQUES, Rodrigo Moreno; KERR PINHEIRO, Marta Macedo. Polarização do Conhecimento na Era da Informação: o Vale do Silício como exemplo. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, v.7, n.1 p.1-20, 2014. Disponível em <<http://inseer.ibict.br/ancib/index.php/tpbci/article/view/125>>. Acesso em 3 ago. 2017.

MARQUES, Rodrigo Moreno; KERR PINHEIRO, Marta Macedo; RASLAN, Filipe Oliveira. Os signos ideológicos no discurso da Organização Mundial do Comércio. **Datagramazero**, v.13, p.1-13, 2012. Disponível em <<https://www.academia.edu/30204930>>. Acesso em 3 ago. 2017.

MARQUES, Rodrigo Moreno; RASLAN, Filipe Oliveira; KERR PINHEIRO, Marta Macedo. Informação, conhecimento e capitalismo: uma abordagem dialética. **Liinc em Revista**, v.7, p.573-592, 2011. Disponível em <<http://revista.ibict.br/liinc/article/view/3306>>. Acesso em 3 ago. 2017.

MARQUES, Rodrigo Moreno; RASLAN, Filipe; MELO, Flávia; KERR PINHEIRO, Marta Macedo (Org.). **A Informação, e o Conhecimento sob as Lentes do Marxismo**. Rio de Janeiro: Garamond, 2014.

MARX, Karl. Theorien über den Mehrwert – Volumen II, In: **Marx Engels Werke**, v. 26.2, Berlin: Karl Dietz Verlag, 1967.

MARX, Karl. **Historia Crítica da La Teoria de La Plusvalia – Volumen II**, Madrid: Alberto Corazon Editor, 1974.

MARX, Karl. **O Capital, Livro III**. 3a ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, v.6, 1980a.

MARX, Karl. **Teorias da mais-valia - Volume I**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980b.

MARX, Karl. **Teorias da mais-valia - Volume II**, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980c.

MARX, Karl. Economic Works 1861-1863, Economic Manuscript of 1861-63 (continuation), A Contribution to the Critique of Political Economy. In: MARX, Karl, ENGELS, Friedrich. **Collected Works**, v. 31, London: Lawrence & Wishart, 1989.

MARX, Karl. Economic Works 1861-1864, Economic Manuscript of 1861-63 (conclusion), A Contribution to the Critique of Political Economy. In: MARX, Karl, ENGELS, Friedrich. **Collected Works**, v. 34, London: Lawrence & Wishart, 1994.

MARX, Karl. **Capítulo VI Inédito de O Capital - Resultados do Processo de Produção Imediata**. São Paulo: Centauro, 2004.

MARX, Karl. **Manuscritos econômicos filosóficos**. São Paulo: Boitempo, 2010.

MARX, Karl. **O Capital, Livro I**. São Paulo: Boitempo, 2013.

MILFORD, H. (Ed.). **The Oxford English Dictionary**, Oxford: University Press, vol. X, 1933.

SCHNEIDER, Marco. A dialética do gosto: informação, música e política. Rio de Janeiro: Ed. Circuito, 2015.

SMYTHE, Dallas Walker. Communications: Blindspot of Western Marxism. **Canadian Journal of Political and Social Theory**. v.1, n.3, p.1-27, 1977. Disponível em <http://www.ctheory.net/library/volumes/Vol%2001%20No%203/VOL01_NO3_1.pdf>.

TOFFLER, Alvin. **A terceira onda**. Rio de Janeiro: Record, 1980.

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