

A atenção produz valor? – os equívocos da teoria do valor atenção

Does attention produce value? – the mistakes of the attention value theory

Rodolfo Rorato Londero^[*]
rodolfoondero@uel.br

RESUMO

A partir de uma crítica à economia da atenção centrada na relação entre atenção e valor, o objetivo deste artigo é desfazer três equívocos da chamada teoria do valor atenção: a atenção valoriza a informação; a atenção é uma forma de trabalho produtivo; e a atenção funcionalizada em interfaces técnicas avançadas torna-se uma forma de produção. Baseado em pesquisa bibliográfica, este artigo aborda referências da economia política da comunicação, teoria do valor atenção e economia da atenção.

Palavras-chave: teoria do valor atenção; economia da atenção; economia política da comunicação.

ABSTRACT

From a critique of the attention economy centered on the relationship between attention and value, the objective of this article is to undo three mistakes in the so-called attention theory of value: attention values information; attention is a form of productive work; and the attention functionalized in advanced technical interfaces becomes a form of production. Based on bibliographic research, this paper approaches references from the political economy of communication, attention value theory and attention economy.

Keywords: attention value theory; attention economy; political economy of communications.

^[*] Universidade Estadual de Londrina (UEL). Rodovia Celso Garcia Cid, PR-445, Km 380 - Campus Universitário, Londrina - PR.

Se considerarmos a centralidade do problema da atenção na modernidade – proposta defendida por Crary (2014) em *Suspensões da percepção* –, pode-se imaginar que, dentro da lógica econômica capitalista, a atenção produz valor. Entretanto, mesmo elaborando um itinerário detalhado que se inicia no final do século XIX, quando há uma intensificação de pesquisas em psicologia visando solucionar problemas de atenção próprios do capitalismo, Crary (2014) não questiona em nenhum momento se a atenção produz valor, voltando seus objetivos para as formas discursivas dessa faculdade mental. Contudo, o silêncio de Crary nessa questão não impediu que outros críticos do capitalismo sustentassem essa evidência, formulando inclusive uma teoria do valor atenção (Beller, 2006).

Desde que um jovem Eric Schmidt afirmou no final dos anos 1990 que o próximo século seria sinônimo de “economia da atenção” (Crary, 2016, p. 84), percebemos que não se tratava de mais um modismo do Vale do Silício, mas a chave para entender a questão aqui levantada. Portanto, a partir de uma crítica à economia da atenção centrada na relação entre atenção e valor, o objetivo deste artigo é desfazer três equívocos da chamada teoria do valor atenção: a atenção valoriza a informação; a atenção é uma forma de trabalho produtivo; e a atenção funcionalizada em interfaces técnicas avançadas torna-se uma forma de produção.

Portanto, na primeira parte, traçamos uma breve gênese e crítica à economia da atenção, questionando o conceito de atenção empregado por esses estudos. Na segunda parte, investigamos os postulados e equívocos da teoria do valor atenção. Por fim, nas considerações finais, repensamos algumas perspectivas atuais da economia política da comunicação a partir dos argumentos levantados pela investigação¹.

A “atenção” da economia da atenção

É consenso entre os pesquisadores da economia da atenção indicar a palestra “Designing Organizations

for an Information-Rich World”, proferida por Herbert A. Simon em 1969 e publicada em 1971, como a obra pioneira da área (Festré e Garrouste, 2015). Ainda que não utilize o termo “economia da atenção”², Simon (1971) apresenta os argumentos posteriormente replicados por Goldhaber (1997), responsável por estabelecer o debate, em especial a partir das possibilidades abertas pelas tecnologias de informação e comunicação (TICs).

Em um movimento que não apenas relembra as origens da teoria da informação, mas que também marca a passagem de uma sociedade industrial para uma “sociedade pós-industrial”³, Simon (1971, p. 38) inicia sua palestra mostrando como as palavras “trabalho” e “energia” são inadequadas desde a revolução industrial e científica, sendo necessário substituí-las por novas definições: “informação” e “organização”⁴. Mais adiante, referindo-se às “máquinas pensantes”, Simon (1971, p. 39) reforça essa diferença ao compará-las com as máquinas antigas, repetitivas, inflexíveis e que exigem um operador externo. Sabemos que a expressão “sociedade pós-industrial” surgiu no mesmo ano da palestra de Simon (Scolari, 2021, p. 57), então não causa surpresa encontrar nela questões relacionadas, principalmente quando problematiza a necessidade de projetar organizações, empresas e agências governamentais preparadas para um mundo rico em informações (Simon, 1971, p. 41). Na verdade, enquanto continuador do pensamento de Frederick Taylor, podemos encontrar em Herbert Simon, em especial em sua economia da atenção, uma nova administração científica para esses novos tempos (Londero, 2021a).

Do mesmo modo, mas já diante do cenário imaginado por Simon, Goldhaber (1997) inicia seu artigo mostrando como estamos nos movendo para um período completamente diferente do passado industrial. Para ele, devemos substituir termos antigos, como “dinheiro”, “preços”, “retornos de investimento” e “leis de oferta e procura”, por novos termos econômicos, mais adequados ao novo contexto

1 – Este artigo é uma aproximação entre uma pesquisa sobre atenção que venho desenvolvendo desde 2015 e o campo da Economia Política da Comunicação. Por essa razão, este artigo faz referência a alguns dos estudos oriundos dessa pesquisa, buscando relê-los à luz da Economia Política da Comunicação. Agradeço especialmente ao colega Manoel Dourado Bastos por incentivar e estimular essa aproximação. Também agradeço aos colegas do grupo de pesquisa CUBO – Economia Política da Comunicação e Crise do Capitalismo.

2 – Apesar de Simon não utilizar o termo, um dos arguidores de sua palestra (Karl W. Deutsch) o faz uma única vez (in SIMON, 1971, p. 53).

3 – Para uma crítica ao conceito de “sociedade pós-industrial”, ver Scolari (2021).

4 – É interessante destacar que o rastro dessa substituição não foi completamente apagado, como mostra o uso polêmico do conceito de entropia, oriundo da termodinâmica, para definir informação (Gleick, 2013).

inaugurado pela “mudança revolucionária” introduzida pela internet. Reproduzindo o pensamento de Simon, mas sem mencioná-lo em seu artigo, Goldhaber (1997) identifica a atenção como o recurso escasso que define essa nova economia. Vejamos como o argumento é apresentado no texto seminal de Simon (1971, p. 40-41; tradução nossa):

[...] em um mundo rico em informações, a riqueza de informações significa a escassez de outra coisa: a escassez de tudo o que a informação consome. O que a informação consome é bastante óbvio: ela consome a atenção de seus destinatários. Consequentemente, uma riqueza de informações cria uma pobreza de atenção e uma necessidade de alocar essa atenção de forma eficiente entre a superabundância de fontes de informação que podem consumi-la.

Criticando a noção de “economia da informação”, Goldhaber (1997) mostra que, justamente por causa da riqueza de informações, não podemos transformá-la em um fundamento econômico, pois não se trata de um recurso escasso. Entretanto, este é o primeiro questionamento que devemos fazer, se realmente vivemos em um mundo rico em informações: como mostra Herscovici (2007, p. 220), o sistema dos direitos de propriedade intelectual estabelece a escassez do conhecimento. Portanto, ao contrário de um mundo rico em informações, deveríamos falar em um mundo rico em acesso: como mostra Lopes (2006, p. 101), “é a própria dificuldade de sua apropriação exclusiva [informação] que torna o acesso um excelente negócio”. Por fim, um mundo rico em informações parece desconsiderar que essa suposta riqueza, garantida por *copyrights*, envolve custos materiais, humanos e ecológicos necessários para a manutenção de sua infraestrutura (Taffel, 2012).

A respeito da relação entre informação e atenção, é interessante destacar que, quando Simon apresenta suas ideias, essa relação já vinha sendo estudada pela psicologia cognitiva desde os anos 1940, em especial pelas teorias de processamento de informação. Uma das hipóteses levantadas pela psicologia cognitiva, importante para o argumento de Simon, é a da atenção seletiva: diante de duas fontes de informação, acabamos por selecionar uma delas (Festré e Garrouste, 2015). Podemos dizer que os princípios dessa hipótese já se encontravam na definição inaugural proposta por Williams James em 1890: “[a atenção] implica na retirada de algumas coisas com a finalidade de lidar efetivamente com outras”

(James, 1952, p. 375). Contudo, esse aspecto seletivo da atenção colabora não apenas para sua escassez, mas também cria as condições de sua mensuração:

Uma maneira relativamente simples de medir quanto recurso escasso uma mensagem consome é observando quanto tempo o destinatário gasta com ela. Os seres humanos, como os computadores contemporâneos, são dispositivos essencialmente seriais. Eles podem cuidar de apenas uma coisa de cada vez. Esta é apenas outra maneira de dizer que a atenção é escassa. [...] A escassez de atenção em um mundo rico em informações pode ser medida em termos de tempo de execução humano (Simon, 1971, p. 41; tradução nossa).

Ao evocar a relação entre tempo e atenção, o argumento de Simon fornece os fundamentos para uma teoria do valor atenção, pois a atenção, medida em tempo de execução humano, também poderia ser um “tempo de trabalho cristalizado” (Marx, 2011, l. 163). É claro que essa relação depende da definição de atenção que empregamos: no caso do argumento de Simon, a definição de atenção seletiva, oriunda das teorias de processamento de informação, torna possível esse argumento. Entretanto, como procuramos demonstrar em alguns de nossos estudos sobre a publicidade (Londero, 2016; Londero, 2017), essas teorias reduzem a percepção à primazia da atenção, desconsiderando como o corpo cria as condições da percepção. Ao contrário da perspectiva intelectualista, cartesiana, nós não selecionamos o que prestamos atenção, mas antes o corpo concebe aquilo que percebemos (Merleau-Ponty, 2011, p. 114). A própria psicologia cognitiva reconhece hoje que uma informação despercebida não é completamente eliminada, mas pode às vezes atingir a consciência (Festré e Garrouste, 2015).

Contudo, para o objetivo proposto por este artigo, a principal consequência da definição empregada pela economia da atenção é transformar a atenção em uma “coisa”, capaz de ser estocada, passada e recebida: como escreve Goldhaber (1997; tradução nossa), “você tem um certo estoque de atenção à sua disposição e, neste momento, uma grande parte do estoque disponível para você está indo para mim, ou para as minhas palavras”. Temos aqui a configuração típica do mercado liberal: sujeitos livres proprietários de coisas e dispostos a trocá-las. Entretanto, em primeiro lugar, ler as palavras do artigo de Goldhaber não me torna proprietário delas – há um *copyright* da revista *First Monday* ao final do artigo. Em segundo

lugar, como veremos no próximo tópico, do mesmo modo que a informação, a atenção não é uma coisa, o que impossibilita sua troca e, portanto, sua valorização.

O “valor” da teoria do valor atenção

Em *The cinematic mode of production*, Beller (2006) afirma que o cinema e seu legado (televisão, vídeo, computadores e internet) são fábricas desterritorializadas onde os espectadores trabalham, portanto, onde eles realizam trabalho produtivo de valor. Retomando sua teoria do valor atenção em um artigo publicado em um dossiê sobre economia da atenção, Beller (2012, p. 6-7; tradução nossa) indica três postulados teóricos, resumidos a seguir, que demonstram como a atenção produz valor:

1. A atenção valoriza a informação (“media bytes and pathways”) que, por sua vez, é monetizada por empresas como Google, Facebook, Twitter, etc.;
2. Deste modo, as mudanças tecno-econômicas introduzidas a partir do cinema vampirizam o saber-fazer, as necessidades, as capacidades afetivas e semióticas dos espectadores, transformando-os em trabalhadores, “prossumidores”⁵, “playbourers”⁶, enfim, em “funcionários”⁷ programados para as exigências do mercado;
3. Por fim, a funcionalização da atenção em interfaces técnicas avançadas (inteligência artificial, máquina de aprendizagem etc.) promove a subsunção e privatização do intelecto geral; portanto, a atenção torna-se “uma forma de produção na fábrica social do capitalismo”.

Para desfazer o equívoco do primeiro postulado, precisamos questionar se a informação é uma mercadoria. Se ela é uma mercadoria produzida por quem a

assiste, isto é, por quem lhe confere atenção, então a atenção, enquanto trabalho vivo, produz valor. Por essa razão, o segundo postulado se apresenta como uma consequência lógica do primeiro, principalmente por entender os espectadores como aqueles que produzem e realizam o valor – daí a referência a conceitos da teoria pós-industrial, em especial “prossumidor”. Entretanto, para Lopes (2010, p. 5), os aspectos em si da informação tornam impossível seu processo de valorização: “não sendo propriamente uma ‘coisa’, essa substância [informação] escapa aos ditames do capital (ou a adequação posta pela forma-mercadoria tradicional) implicando uma série de incoerências que terminam por comprometer o próprio processo de valorização”. De forma mais detalhada, Herscovici (2007, p. 216) mostra como “as receitas ligadas à valorização econômica da informação (e isto valeria para todas as outras formas de capital imaterial) se determinam independentemente dos custos em trabalho necessários”. Neste sentido, devemos lembrar a autonomia relativa entre forma valor e forma preço, pois “a forma preço pode atribuir uma expressão monetária a bens que não têm valor, ou seja, a bens cujas modalidades de valorização econômica não se explicam a partir da quantidade de trabalho abstrato necessária para sua produção” (Herscovici, 2007, p. 208). Portanto, quando Beller (2012) afirma que a atenção valoriza a informação e que essa informação valorizada é então monetizada pelas empresas, é bem provável que ele tenha percorrido o caminho inverso para chegar a esse argumento: a monetização da informação torna-se a prova da valorização da informação. Contudo, em relação ao valor, a monetização nada pode provar, pois preço e valor são formas relativamente autônomas. Persiste assim a impossibilidade de inserir a informação no processo de valorização.

É importante esclarecer que, da impossibilidade destacada acima, não significa que não há trabalho sobre a informação; entretanto, esse trabalho produz outra mercadoria que não a informação. Esse é o caso paradigmático da mercadoria audiência, que ilustra de modo geral a relação entre trabalho e informação:

5 – Fontenelle (2017, p. 131-132) afirma que os termos “prossumo” e “prossumidor” são originários da obra de Alvin Tofler, *A terceira onda*, publicada em 1980; eles se referem a “um progressivo embaralhamento das fronteiras que separam o produtor do consumidor”.

6 – Segundo o dicionário online Macmillan, *playbourer* é “uma pessoa empregada para jogar um jogo de computador e ganhar ouro virtual ou outros bens que podem ser vendidos em troca de dinheiro real” (tradução nossa). O verbete da Wikipedia também faz referência a comunidades de jogadores que produzem gratuitamente modificações de seus jogos preferidos.

7 – Beller (2012, p. 6-7) cita o conceito de Flusser proposto em *Filosofia da caixa preta*. Para Flusser (2011), os funcionários pós-industriais substituem os trabalhadores industriais: enquanto estes utilizam instrumentos para modificar o mundo, aqueles brincam com aparelhos para modificar suas vidas.

O trabalho produtivo é somente aquele dos trabalhadores informacionais capazes de transformar os dados em mercadoria audiência e de criar ferramentas que transformam toda a informação coletada da rede em bancos de dados. São estes profissionais que empregam produtivamente sua força de trabalho (Bolaño e Vieira, 2014, p. 10).

Portanto, adentrando na crítica ao segundo postulado da teoria do valor atenção (Beller, 2012), não é a atenção dos espectadores que transforma a informação em mercadoria audiência, mas antes o trabalho de especialistas. Na verdade, como demonstram Bernardi e Bastos (2018, p. 11), estamos aqui diante de dois trabalhos: o trabalho gratuito dos espectadores, que não produz mercadoria, mas constitui o processo de acumulação; e o trabalho remunerado dos especialistas, que produz mercadoria.

Resgatando alguns autores que entendem o espectador como trabalhador, desde o estudo seminal de Jhally e Livant (1986) até a obra mais recente de Beller (2006), Celis (2015) demonstra, a partir de Postone (2014), como esses estudos estão presos a uma teoria do valor trabalho ahistórica que desconsidera as transformações recentes do capitalismo. Sobre o estudo de Jhally e Livant (1986), Celis (2015, p. 26-27) mostra como os autores falham em reconhecer os limites históricos da teoria do valor de Marx, abordando a categoria de trabalho a partir de um ponto de vista trans-histórico. Do mesmo modo, quando Beller (2006) se refere à economia da atenção como uma nova forma de exploração capitalista que aliena o espectador de sua visão⁸, Celis (2015, p. 32-33) também percebe aqui uma apropriação trans-histórica da relação entre trabalho e alienação proposta por Marx. Na verdade, podemos entender essa alienação da visão como um processo inerente à divisão de trabalho (Londero, 2021a).

Coerente à crítica realizada acima, Celis (2015) procura justamente atualizar sua teoria do valor a partir das transformações recentes do capitalismo. Para isso, ele recorre ao “pós-marxismo italiano”⁹, em especial aos estudos sobre a informação enquanto valorizadora do capital. É claro que encontramos aqui os mesmos problemas indicados anteriormente:

Mais precisamente, a economia da atenção depende de máquinas cibernéticas para absorver o fluxo infinito de informações valorizadoras produzidas ao longo de todo o campo social, traduzindo-as em informações de controle e realimentando-as no processo produtivo (para ajustar constantemente o ciclo de autovalorização de capital). É neste sentido que a atenção passa a ser fonte direta de mais-valia (Celis, 2015, p. 53; tradução nossa).

Como já vimos, a atenção não produz valor, mas sim o trabalho dos especialistas que traduz essa informação em mercadoria. É importante notar que Celis (2015, p. 58) fundamenta seu equívoco em uma distinção entre o trabalho passivo dos espectadores, que meramente prestam atenção aos anúncios publicitários, e o trabalho ativo dos internautas, que facilitam a comunicação entre consumo e produção de mercadorias; para ele, somente neste último caso a atenção é uma forma específica de trabalho. Entretanto, como afirmam Bernardi e Bastos (2018, p. 6), com exceção da qualidade da recepção, que se torna ativa e assim fornece dados estatísticos superiores, a lógica econômica da internet em nada difere dos antigos meios de comunicação de massa, centrados na produção de mercadoria audiência. Apesar disso, em sua tentativa de superar os limites históricos da teoria do valor de Marx, Celis (2015, 60-61; tradução nossa) se utiliza dessa distinção equivocada para mostrar como a separação entre produção e circulação encontra-se datada:

Em vez de tentar encurtar o tempo de circulação, o pós-fordismo visa (pelo menos em princípio) a fusão completa das esferas de produção e consumo, borrando a distinção entre as duas e transformando toda a atividade humana (incluindo a atenção) em uma fonte de mais-valia. No pós-fordismo, a função econômica central da economia da atenção não é simplesmente acelerar o consumo (como no entendimento tradicional da publicidade), mas facilitar o fluxo de informações valorizadoras do campo social para a arena produtiva. (...) No contexto dos meios de comunicação de massa

8 – Vale a pena notar que o argumento de Beller se origina de uma leitura bastante literal de *A sociedade do espetáculo*: como mostra a tese 5, o espetáculo não é o abuso de um mundo da visão, das técnicas de difusão de imagens, mas antes uma visão (*Weltanschauung*) que se objetivou (Debord, 1997, p. 14). Portanto, como já demonstramos em outra oportunidade (Londero, 2021b), a qualidade abstrata da visão remete ao processo de abstração generalizada conduzido pelo capital.

9 – Segundo Celis (2015, p. 40), a expressão se refere às teorias do trabalho imaterial (Lazzarato), do capitalismo cognitivo (Vercellone), do capitalismo afetivo (Negri e Hardt), entre outras.

tradicionais, a publicidade é vista como um meio de acelerar o tempo de circulação do capital industrial; em contraste, na era da economia da atenção, as máquinas cibernéticas usam a atenção como um mecanismo para coletar informações valorizadoras de todo o campo social, tornando o consumidor um agente ativo da produção (Celis, 2015, p. 60-61; tradução nossa).

Aqui retornamos às categorias problemáticas da teoria do valor atenção de Beller (2006), em especial ao “prossumidor” pós-industrial, o que mostra que a diferença entre os autores é apenas superficial. Do mesmo modo que a internet e os antigos meios de comunicação de massa não diferem em relação à mercadoria produzida, eles também não diferem em relação ao papel que cumprem no processo de valorização do capital, qual seja: diminuir o tempo de circulação de mercadorias. De uma perspectiva lógica, a separação entre produção e circulação permanece, pois, por causa da lacuna temporal entre produção e realização, o valor somente se realiza na circulação, portanto, na troca (Haug, 1997; Fontenelle, 2017). Sendo assim, o “prossumidor” implica uma impossibilidade ao reduzir o tempo de circulação à zero (o que mostra como estamos diante de uma criatura mitológica do capitalismo).

A principal consequência da teoria do valor atenção, tanto para Beller (2006) quanto para Celis (2015), é transformar qualquer atividade humana em trabalho, inutilizando assim essa categoria central para compreender o capitalismo. Por exemplo, Beller (2012, p. 14; tradução nossa) afirma que “todo o anúncio que vemos, toda a página que navegamos, todo o e-mail que enviamos, toda a palavra que dizemos, toda a ideia que pensamos e todo o sonho que temos integra a produção e reprodução da sociedade capitalista – trabalho sensorial 2.0”. Ao ampliar equivocadamente a categoria de trabalho, Beller não percebe que, ao invés de transformar tudo em trabalho, o capitalismo funda uma nova ontologia inerente ao processo de abstração generalizada do capital (Londero, 2021b). Sobre esse aspecto, Türcke (2010, p. 39) afirma que a antiga filosofia berkeleyana *esse est percipi* (“ser é ser percebido”), inúmeras vezes refutada, torna-se verdade em um contexto de alta tecnologia e transformações da indústria cultural. Nesse contexto, “baixar dados,

enviá-los e recebê-los passa a significar a atividade por excelência”, logo, “a compulsão à ocupação é especificada em uma compulsão à emissão. Ela transforma-se, entretanto, em uma forma vital de expressão. Emitir quer dizer tornar-se percebido: ser” (Türcke, 2010, p. 44-45). Portanto, podemos justificar o trabalho gratuito dos espectadores, internautas e desocupados não apenas da perspectiva utilitária, mas também da perspectiva ontológica.

É interessante destacar que, ao falar em “compulsão à ocupação”, Türcke (2010, p. 42) se refere à “força de trabalho desocupada” gerada pelo capitalismo, mostrando como essa compulsão é o efeito prolongado de uma socialização baseada na venda da força de trabalho. Esse processo se acentua principalmente a partir dos anos 1960, quando a “revolução microeletrônica” começa a eliminar trabalho vivo em todos os ramos produtivos e improdutivos¹⁰ (Kurz, 2017, p. 57). Portanto, é curioso que os defensores da teoria do valor atenção busquem incessantemente encontrar o trabalho em todos os aspectos da vida quando, cada vez mais, é o próprio trabalho produtivo que sai de cena:

A fim de reproduzir as relações sociais de produção, o capitalismo pós-industrial criou a situação paradoxal em que tende a eliminar cada vez mais o trabalho vivo do processo de manufatura, enquanto simultaneamente expande o trabalho para toda a sociedade, transformando todos os aspectos da vida em uma atividade potencial valorizadora. O trabalho não aparece mais como fonte universal de valor econômico e riqueza social, mas, acima de tudo, torna-se um mecanismo de poder que reproduz uma determinada ordem social (Celis, 2015, p. 61; tradução nossa).

Podemos encontrar esse paradoxo naquilo que Graeber (2018) chama de “empregos de merda”, ou seja, atividades que não possuem nenhum valor social¹¹ do ponto de vista de quem as executa. A questão norteadora do debate de Graeber é: por que a automação não reduziu as jornadas de trabalho? Podemos responder essa questão a partir de duas perspectivas: 1) da perspectiva do grau de exploração do trabalho, Marx (2011, l. 469) já dizia que “a diminuição no número de trabalhadores empregados é

10 – É por isso que, para Kurz (2017, p. 59), a atual crise não é apenas mais uma crise passageira de superacumulação ou superprodução, mas sim uma crise da própria criação de valor. Não havendo mais trabalho vivo para explorar, o próprio capitalismo se vê atingido em seus fundamentos. Podemos compreender a economia da atenção e seus correlatos como um reflexo dessa crise, uma busca desesperada por encontrar valor onde não existe.

11 – É importante destacar que Graeber (2018) não adota a teoria do valor de Marx.

compensável por um prolongamento proporcional da jornada de trabalho”; e 2) da perspectiva dos “empregos de merda”, a jornada de trabalho envolve cada vez menos atividades relacionadas à função primária do emprego¹² (Graeber, 2018, p. 24-25). Enquanto a primeira perspectiva mostra como a extração de mais-valia está cada vez mais reduzida a uma pequena parcela de trabalhadores superexplorados, em especial aos “*sweatshops* informacionais” (Taffel, 2012), a segunda perspectiva mostra como não estamos falando de trabalho, mas de um conjunto de atividades que, apesar de constituir a jornada de trabalho, não está relacionado a ela. É interessante que muitas dessas atividades – reuniões, e-mails, tarefas administrativas, tarefas não-essenciais etc. – constituem exatamente o que a economia da atenção entende por trabalho. Contudo, seguindo o raciocínio de Türcke (2010), estamos falando aqui de “compulsão à emissão”, mas não de trabalho; neste caso, essa “compulsão à emissão” demarca uma forma de existência em ambientes organizacionais altamente competitivos.

O problema da automação nos conduz ao último postulado da teoria do valor atenção: a funcionalização da atenção em interfaces técnicas avançadas promove a subsunção e privatização do intelecto geral. Devemos lembrar que esse não é um fenômeno novo: como mostra Lopes (2006, p. 85), no desenvolvimento do fordismo/taylorismo, “o capital [tornou-se] cada vez mais independente da informação de posse do trabalhador, cristalizando-a em elementos do capital fixo”. No atual estágio do capitalismo, essa subsunção atinge cada vez mais atividades ligadas ao “trabalho intelectual”, ele próprio resultado do processo de subsunção em etapas anteriores: se antes essas atividades estavam diretamente ligadas ao trabalho produtivo, agora elas formam uma infraestrutura social, uma “segunda natureza”, necessária para a realização do trabalho produtivo (Kurz, 2017, p. 24-30). Portanto, como mostra Kurz (2017, p. 30), essas atividades “são produtivas apenas no sentido da sociedade em sua totalidade”, ou seja, essas atividades não produzem valor diretamente, mas indiretamente enquanto instrução, capacitação e formação do trabalho produtivo. Deste modo, ao contrário do último postulado da teoria do valor atenção, a subsunção do “trabalho intelectual” não nos aproxima da produção de valor, mas, na verdade, ela nos distancia cada vez mais, criando uma terceira, quarta ou quinta natureza necessária para a realização do trabalho produtivo. É por isso que o capital contemporâneo é compreendido a partir da lógica rentista (Herscovici, 2007), pois sua

reprodução deriva menos da exploração direta do trabalho produtivo e mais da apropriação do intelecto geral.

Considerações finais

Um debate atual da economia política da comunicação é identificar as transformações do trabalho a partir do desenvolvimento das TICs. Ao estabelecer a relação entre tempo e atenção para solucionar problemas de uma sociedade rica em informações (Simon, 1971), a economia da atenção parece indicar um suposto tempo de trabalho objetivado, fornecendo as bases para uma teoria do valor atenção (Beller, 2006; 2012). Se inicialmente essa teoria é voltada para espectadores que supostamente trabalham em fábricas desterritorializadas (televisão, vídeo, computadores e internet), conceitos pós-industriais como prosumidores, *playbourers*, entre outros, permitem ampliar a exploração ao infinito, promovendo assim uma generalização da categoria de trabalho que, ao final, nada define: se tudo é trabalho, então o que é trabalho? Noções de exploração infinita do trabalho, como a sustentada por Fuchs (2014) para se referir aos usuários prosumidores das plataformas, se mostram falhas justamente por encontrar valor onde não existe (Kangal, 2020).

Ao invés de ampliar indevidamente a categoria de trabalho, o desenvolvimento das TICs promove a subsunção real do trabalho intelectual no capital, ao mesmo tempo em que possibilita a superação da divisão entre trabalho manual e trabalho intelectual (Bolaño, 2002, p. 65). Portanto, ao invés de estabelecer novas categorias de trabalho, como prosumidores e derivados, essas tecnologias estão eliminando trabalho vivo em esferas até então intocadas, substituindo-o por trabalho morto que, como se sabe, não produz valor. É por isso que esse mesmo processo também abre uma brecha para a superação da divisão de trabalho, o que vem se comprovando historicamente: nas últimas cinco décadas, as inovações tecnológicas não ampliaram a produtividade, mas pouparam trabalho, levando a mais mercadorias produzidas com menos trabalho, portanto, a menos extração de mais-valor (Benanav, 2020; Bernardi, 2021). Diante desse quadro de crise estrutural do capital, o rentismo se mostra como uma tendência para manter a dominação diante da abundância (Fraser, 2020).

Resumindo: o valor não surge de um suposto trabalho vivo cognitivo (atenção), nem da subsunção e privatização do intelecto geral. O equívoco é justamente continuar buscando trabalho vivo quando, cada vez mais, ele é deslocado para as periferias do capitalismo ou substituído por trabalho morto arrendado.

12 – Em 2016, apenas 46% da jornada de trabalho era dedicada à função primária do emprego; em 2017, essa porcentagem caiu para 39% (Graeber, 2018, p. 24-25).

Referências

- BELLER, J. 2006. *The cinematic mode of production: attention economy and the society of the spectacle*. Lebanon, University Press of New England, 332 p.
- BELLER, J. 2012. Wagers within the image: rise of visuality, transformation of labour, aesthetic regimes. *Culture Machine*, **13**:1-28.
- BENANAV, A. 2020. *Automation and the future of work*. London, Verso, 160 p.
- BERNARDI, G. 2021. *Informação, comunicação e crise do capital: as transformações na divisão do trabalho observadas a partir da Economia Política da Comunicação*. Londrina, PR. Dissertação de Mestrado. Universidade Estadual de Londrina, 220 p.
- BERNARDI, G.; BASTOS, M.D. 2018. Trabalho gratuito nas redes: os usuários à serviço do capital. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XLI, Joinville, 2018. *Anais...* **1**:1-13.
- BOLAÑO, C. 2002. Trabalho intelectual, comunicação e capitalismo. A re-configuração do fator subjetivo na atual reestruturação produtiva. *Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política*, **11**:53-78.
- BOLAÑO, C.; VIEIRA, E.S. 2014. Economia política da internet e os sites de redes sociais. *Revista Eptic*, **16**(2):75-88.
- CELIS, C. 2015. *Towards an immanent critique of the attention economy: labour, time, and power in post-fordist capitalism*. Cardiff, Wales. Tese de Doutorado. Cardiff University, 191 p.
- CRARY, J. 2014. *Suspensões da percepção: atenção, espetáculo e cultura moderna*. São Paulo, Cosac Naify, 384 p.
- CRARY, J. 2016. *24/7: capitalismo tardio e os fins do sono*. São Paulo, Ubu Editora, 144 p.
- DEBORD, G. 1997. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro, Contraponto, 238 p.
- FESTRÉ, A.; GARROUSTE, P. 2015. The ‘economics of attention’: a history of economic thought perspective. *Oeconomia*, **5**(1):3-36.
- FLUSSER, V. 2011. *Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia*. São Paulo, Annablume, 104 p.
- FRASER, P. 2020. *Quatro futuros: a vida após o capitalismo*. São Paulo, Autonomia Literária, 168 p.
- FUCHS, C. 2014. *Digital labour and Karl Marx*. New York, Routledge, 403 p.
- FONTENELLE, I.A. 2017. *Cultura do consumo: fundamentos e formas contemporâneas*. Rio de Janeiro, Editora FGV, 220 p.
- GLEICK, J. 2013. *A informação: uma história, uma teoria, uma enxurrada*. São Paulo, Companhia das Letras, 528 p.
- GOLDHABER, M.H. 1997. The attention economy and the net. *First Monday*, **2**(4).
- GRAEBER, D. 2018. *Bullshit jobs: a theory*. London, Allen Lane, 333 p.
- HAUG, W.F. 1997. *Crítica da estética da mercadoria*. São Paulo, Editora da UNESP, 211 p.
- HERSCOVICI, A. 2007. Economia do conhecimento, trabalho “imaterial” e capital intangível: uma contribuição teórica. *Redes.com*, **4**:207-223.
- JAMES, W. 1952. *The principles of psychology*. Chicago, Enciclopedia Britannica, 689 p.
- JHALLY, S.; LIVANT, B. 1986. Watching as working: the valorization of audience consciousness. *Journal of communication*, **36**(3):124-143.
- KANGAL, K. 2020. Discussões marxistas na Economia Digital: uma crítica a Christian Fuchs. *Revista Eptic*, **22**(2):67-82.
- KURZ, R. 2017. *A crise do valor de troca*. Rio de Janeiro, Consequência Editora, 136 p.
- LONDERO, R.R. 2016. Por uma crítica fenomenológica da imagem técnica da publicidade: o problema da atenção. In: Seminário de Pesquisa em Ciências Humanas, 11., Londrina, 2016. *Anais...* **1**:143-150.
- LONDERO, R.R. 2017. Ainda AIDA? – Uma revisão histórico-crítica da hierarquia dos efeitos publicitários. *Animus*, **16**(31):138-158.
- LONDERO, R.R. 2021a. “O capitalismo dentro de nós”: um estudo das relações entre percepção, mídia e trabalho flexível. *Triade*, **9**(20):166-190.
- LONDERO, R.R. 2021b. Percepção e pobreza: a disputa pela atenção e o fim da experiência. *Revista Eptic*, **23**(1):47-62.
- LOPES, R.S. 2006. *Informação, conhecimento e valor*. São Paulo, SP. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo, 207 p.
- LOPES, R.S. 2010. Informação, conhecimento e valor – Comentário às indagações de Marcos Dantas. *Revista Eptic*, **7**(1):1-6.
- MARX, K. 2011. *O Capital, livro I*. São Paulo, Boitempo, e-book.
- MERLEAU-PONTY, M. 2011. *Fenomenologia da percepção*. São Paulo, Martins Fontes, 672 p.
- POSTONE, M. 2014. *Tempo, trabalho e dominação social: uma reinterpretação da teoria crítica de Marx*. São Paulo, Boitempo, 488 p.
- SCOLARI, F. 2021. Uma crítica do conceito de sociedade pós-industrial. *Marx e o Marxismo*, **9**(16):48-72.

- SIMON, H.A. 1971. Designing Organizations for an Information-Rich World. *In*: M. GREENBERGER (ed.). *Computers, communications, and the public interest*. Baltimore, Johns Hopkins Press, p. 37-72.
- TAFFEL, S. 2012. Escaping attention: digital media hardware, materiality and ecological cost. *Culture Machine*, **13**:1-28.
- TÜRCKE, C. 2010. *Sociedade excitada: filosofia da sensação*. Campinas, Editora da Unicamp, 328 p.