

Valor, renda e capitalismo de plataforma^[*]

Value, rent and platform capitalism

Nick Srnicek^[**]
nick.srnicek@kcl.ac.uk

RESUMO

O objetivo deste artigo é analisar várias perspectivas sobre valor na economia digital, destacando inconsistências e mal-entendidos quando necessário, bem como extrair mecanismos e conceitos úteis sempre que possível. Em particular, este artigo critica a abordagem atualmente dominante sobre valor dos dados: a tese do trabalho gratuito, que argumenta que nossas atividades online são produtoras de mais-valia. Embora essa explicação de como o valor é produzido, circulado e capturado ofereça análises intuitivas (e às vezes reconfortantes), argumento que, no entanto, ela se baseia em suposições e inferências equivocadas. Em seu lugar, oferecerei um relato que se concentra na renda e na apropriação de valor, em vez de na criação de valor. Essa abordagem se baseará em uma análise marxista da economia por sua utilidade na compreensão da dinâmica econômica além do fluxo superficial de preços, bem como sua ênfase nas tendências de médio e longo prazo dentro de um modo de produção histórico. O objetivo final aqui é, em um alto nível de abstração, estabelecer onde e como as plataformas estão situadas dentro dos circuitos teóricos de valor do capitalismo contemporâneo.

Palavras-chave: capitalismo de plataforma; renda; valor.

ABSTRACT

The aim of this article is to analyse the various accounts of value in the digital economy, highlighting inconsistencies and misunderstandings where needed, as well as extracting useful mechanisms and concepts where possible. In particular, this article will critique the currently dominant approach to data's value: the free labour thesis which argues that our online activities are productive of surplus-value. While this account of how value is produced, circulated, and captured offers intuitive (and sometimes comforting) analyses, I will argue that it nonetheless relies upon mistaken assumptions and inferences. In its place, I will offer an account that focuses on rent and value appropriation, rather than value creation. This approach will draw upon a Marxist analysis of the economy for its utility in understanding economic dynamics beyond the surface-level flow of prices, as well as its emphasis on medium- and long-term trends within a historical mode of production. The ultimate goal here will be, at a high level of abstraction, to set out where and how platforms are situated within the value-theoretic circuits of contemporary capitalism.

Keywords: platform capitalism; rent; value.

^[*] Publicado originalmente no livro *Work and Labour Relations in Global Platform Capitalism*, organizado por Julieta Haidar e Maarten Keune, em acesso livre e licença creative commons, com autorização do autor. Tradução: Rafael Grohmann.

^[**] King's College. Strand, London WC2R 2LS, Reino Unido.

Introdução

A medida que os dados se tornaram centrais para a economia moderna, proliferam reflexões sobre seu valor e contribuição^[1]. O objetivo deste artigo é tentar analisar várias perspectivas sobre valor na economia digital, destacando inconsistências e mal-entendidos quando necessário, bem como extrair mecanismos e conceitos úteis sempre que possível. Em particular, este artigo critica a abordagem atualmente dominante sobre valor dos dados: a tese do trabalho gratuito, que argumenta que nossas atividades online são produtoras de mais-valia. Embora essa explicação de como o valor é produzido, circulado e capturado ofereça análises intuitivas (e às vezes reconfortantes), argumento que, no entanto, ela se baseia em suposições e inferências equivocadas. Em seu lugar, oferecerei um relato que se concentra na renda e na apropriação de valor, em vez de na criação de valor. Essa abordagem se baseará em uma análise marxista da economia por sua utilidade na compreensão da dinâmica econômica além do fluxo superficial de preços, bem como sua ênfase nas tendências de médio e longo prazo dentro de um modo de produção histórico. O objetivo final aqui é, em um alto nível de abstração, estabelecer onde e como as plataformas estão situadas dentro dos circuitos teóricos de valor do capitalismo contemporâneo^[2].

Embora grande parte da discussão que se segue tenha um alto nível de abstração, esses argumentos não são meramente acadêmicos. Eles abordam algumas das questões-chave hoje para entender a dinâmica sistêmica do capital global. Mais notavelmente, a questão de saber se a tese do trabalho gratuito é verdadeira ou não tem uma enorme influência sobre como o capitalismo está se saindo. Se for verdadeira, a incorporação de bilhões de usuários em um sistema digital não remunerado de acumulação de capital deve indicar que estamos – ou em breve estaremos – em um novo período de sólido cres-

cimento econômico^[3]. Se for falsa, devemos esperar que o capitalismo seja e continuará sendo lento e propenso a todos os tipos de medidas de emergência para evitar uma crise iminente. Um olhar para o aumento das taxas de juros negativas, os balanços inflacionários dos bancos centrais e a prolongada recuperação da crise de 2008 sugerem que a tese do trabalho gratuito deve ser entendida com alguma suspeita. As abordagens contrastantes também têm implicações diferentes para o mundo do trabalho e as relações de trabalho. A tese do trabalho gratuito afirma que o trabalho está se estendendo por toda a fábrica social e que cada vez mais de nossas atividades estão sendo incorporadas diretamente aos circuitos do capital. Para essa abordagem, em última análise, pouco importa se é o trabalho assalariado ou não remunerado que está se expandindo. A abordagem alternativa, em vez disso, argumentaria que o trabalho assalariado continua sendo o foco do processo de acumulação e que os esforços para restringir o poder desses trabalhadores continuam a ter precedência. O debate sobre onde e como o valor é criado na economia digital também tem implicações políticas. Se a tese do trabalho gratuito estiver correta, há um argumento persuasivo a ser feito de que os usuários merecem um salário no Facebook (*Wages for Facebook*) (feita após a campanha original *Wages for/against Housework*)^[4] (Toupin, 2018). Se a tese estiver equivocada, nossos recursos estratégicos seriam melhor direcionados para outro lugar. Da mesma forma, há implicações para qualquer análise estratégica do poder dos capitalistas. Uma abordagem em relação ao trabalho gratuito pode ver menos antagonismo entre empresas de plataformas e empresas que não são plataformas, enquanto a abordagem que elaboraremos aqui vê uma fonte crescente de antagonismo entre essas duas frações capitalistas. Para entender melhor qual abordagem mais se aproxima das condições do capitalismo contemporâneo, passaremos agora a uma análise mais aprofundada dos argumentos.

[1] Meus agradecimentos a Matt Cole, Julieta Haidar, Maarten Keune, Michal Rozworski e Jathan Sadowski por seus comentários sobre uma versão anterior deste capítulo

[2] Este artigo explicitará alguns dos argumentos que estavam apenas implícitos – ou inacabados – em meu livro anterior *Platform Capitalism* (Srnicek, 2016).

[3] Christian Fuchs, por exemplo, calcula que o Facebook recebeu 64 bilhões de horas de trabalho não remunerado em 2011 (Fuchs, 2014, p. 105). Por qualquer padrão razoável, isso sugeriria uma vasta expansão da mais-valia e um aumento significativo na taxa de lucro. Um crítico ao meu argumento poderia, no entanto, alegar que, na ausência dessa nova fonte de mais-valia, o capitalismo estaria em uma situação ainda mais terrível do que aquela em que se encontra atualmente. mostram os tempos e as maneiras pelas quais essa nova fonte gradualmente se expandiu e impactou o conjunto global de mais-valia.

[4] Vale a pena notar, porém, que o mais proeminente defensor da tese do trabalho gratuito, Christian Fuchs, rejeita a ideia de Salários para o Facebook, preferindo a renda básica universal como uma resposta melhor.

Uma Crítica à Tese do Trabalho Gratuito

Originada na esteira do boom do *PontoCom* com o trabalho pioneiro de Tiziana Terranova, a ‘tese do trabalho gratuito’ passou a se tornar o que é indiscutivelmente a abordagem marxista dominante para a economia baseada em dados atualmente (Andrejevic, 2014; Brown 2014 ; Cohen 2008; Coté e Pybus 2007; Fuchs 2017; Greene e Joseph 2015; Jarrett 2014; Terranova 2000). Embora não sem seus críticos, a tese do trabalho gratuito tornou-se um senso comum dominante na pesquisa crítica em torno da economia digital, bem como uma intuição mais amplamente divulgada que está aparecendo cada vez mais nas discussões da grande mídia (Posner e Weyl, 2018; *The Economist*, 2018). Embora haja uma forte vertente marxista autonomista, as versões mais sofisticadas desse argumento muitas vezes se baseiam no trabalho de Dallas Smythe e sua abordagem única ao papel da publicidade dentro do capitalismo (Smythe, 1977). Tomaremos aqui o trabalho de Christian Fuchs como a versão mais desenvolvida dessa perspectiva.

Para Fuchs (2014), o tempo gasto pelos usuários em plataformas de mídias sociais é o tempo que produz valor na forma de mercadorias de dados que são vendidas aos anunciantes (Fuchs, 2014, p. 89-90). Isso inclui tanto a criação ativa de conteúdo online quanto a “exaustão de dados” mais passiva criada pelo simples fato de estar online. Essa mercadoria de dados tem seu valor percebido quando os usuários interagem^[5] com os anúncios subsequentes e o anunciante paga a plataforma (Fuchs, 2014, p. 117–118). Esta atividade online é considerada explorada e, portanto, geradora de valor^[6]. Esse trabalho também é considerado coagido ideologicamente – pode-se deixar o Facebook, mas apenas retirando-se de um meio-chave de sociabilidade (Fuchs, 2014, p. 90-91). Este aspecto é importante

porque um elemento-chave do trabalho assalariado é que ele é coagido: se o proletariado tivesse acesso aos seus próprios meios de subsistência, não precisaria entrar e competir no mercado de trabalho e o capitalismo perderia seu gerador de valor. Um elemento de coerção é, portanto, uma condição essencial para o trabalho produtor de valor. Por fim, Fuchs (2014) também argumenta que, como o trabalho assalariado, esse trabalho online é alienado na medida em que os trabalhadores não são proprietários dos dados e conteúdos que produzem online.

Há uma série de argumentos que podem ser apresentados contra essa posição. Começaremos tomando o argumento em seu ponto mais forte e presumindo que suas afirmações são verdadeiras. Nesse caso, aceitemos plenamente a tese do trabalho gratuito – nossas atividades online são geradoras de valor. No entanto, imediatamente podemos levantar suspeitas sobre a importância dessa fonte agregada de criação de valor para a economia digital^[7]. Olhando para as maiores plataformas ocidentais^[8], apenas Facebook e Google dependem da publicidade. A Amazon está aumentando sua participação na publicidade, mas continua muito mais dependente da computação em nuvem e de sua plataforma de comércio eletrônico estadunidense. Apple e Microsoft também têm pequenos segmentos de publicidade, mas seus negócios são dominados por outros elementos. E mesmo entre os dois oligopólios de publicidade, o Google está mudando para novas fontes de receita na forma de computação em nuvem, games e hardwares de consumo geral. Isso faz parte de uma virada mais ampla de empresas voltadas para empresas – com os Serviços Web da Amazon (AWS) sendo talvez os indicadores mais claros disso, já que a receita operacional da empresa vem em grande parte desse serviço corporativo, e não do comércio eletrônico voltado para o consumidor. Portanto, mesmo que o argumento do trabalho gratuito esteja totalmente correto, parece explicar apenas uma pequena – e cada vez menor – porção da economia digital.

[5] A interação relevante depende de qual modelo de precificação está sendo usado para a publicidade – seja custo por clique ou custo por impressão

[6] Embora uma exegese textual detalhada da fonte do erro de Fuchs vá além do escopo deste artigo, argumentaríamos que ela decorre da fusão de uma ideia moral de exploração com uma ideia de economia política de exploração. Por exemplo, ao responder a críticas e ao tentar justificar uma imagem ampla de produção de valor, Fuchs normalmente se baseia na intuição de que uma determinada atividade é (moralmente) explorada e, em seguida, afirma que, uma vez que a atividade é (economicamente) explorada, é, portanto, produção de valor.

[7] Com seu foco em publicidade e dados pessoais, as seguintes críticas também se aplicam amplamente à noção de “capitalismo de vigilância” (Zuboff, 2019).

[8] Nós nos concentramos nas plataformas ocidentais neste artigo, mas as principais plataformas chinesas tendem a ser ainda menos dependentes das receitas de publicidade. O Alibaba, em uma leitura generosa, obtém apenas 6% de sua receita com publicidade, a Tencent obtém 18% e até o Baidu permanece significativamente menos dependente da publicidade, com 73% de sua receita desse segmento (fonte: demonstrações financeiras do terceiro trimestre de 2019)

Mais fundamentalmente, podemos questionar se essas atividades são de fato geradoras de mais-valia. A perspectiva marxista oferece um conjunto muito rigoroso de condições que devem ser atendidas para que a mais-valia seja criada por um processo de produção. Em particular, o trabalho produtor de valor é o trabalho assalariado que opera no contexto de um processo de produção com mercados de insumos (trabalho, em particular) e mercados de produção, onde o objetivo geral é uma expansão de valor. (Importante: isso não significa que o trabalho de produção de valor seja apenas trabalho industrial ou trabalho físico – todos os setores econômicos, bem como trabalho imaterial, podem ser considerados como produtores de valor nas condições certas). Nossas atividades online atendem a esses critérios? Em primeiro lugar, os dados pessoais normalmente não são vendidos por essas empresas. Embora os corretores de dados mercantilizem os dados em algum sentido, esse não é o modelo de negócios das plataformas de publicidade (Christl; Spiekermann, 2016; Federal Trade Commission, 2014). Em vez disso, o que empresas como Facebook e Google fazem é usar dados para criar e oferecer espaços publicitários bem direcionados que as empresas podem oferecer. Esta não é a venda de dados para outra entidade em nenhum sentido significativo. No entanto, mesmo que os dados tenham sido mercantilizados e vendidos, os dados não são produzidos em um mercado competitivo com o objetivo de aumentar o valor. Simplificando, só porque algo foi mercantilizado e vendido no mercado não o torna uma mercadoria capitalista. Para que isso ocorra, o processo de produção da mercadoria precisa – no mínimo – ser orientado para o mercado, a criação de mais-valia e o reinvestimento desse valor em um novo ciclo de produção. Para uma série de mercadorias, essas condições simplesmente não se aplicam: por exemplo, a produção informal de pequenas *commodities* em economias em desenvolvimento, a maioria dos produtos artísticos e a maioria das atividades online (Sanyal, 2013; Beech, 2016).

Talvez indo mais ao ponto, não há noção de tempo de trabalho socialmente necessário – e, portanto, nenhuma noção de trabalho abstrato (produtor de valor) – dentro do “trabalho” não remunerado das atividades online. Não há mediação de mercado desse “trabalho”, o que tornaria o trabalho ineficiente como não competitivo, e que impulsiona a busca competitiva sistêmica por maior produtividade. Em outras palavras, não há um padrão implícito contra o qual qualquer processo de produção possa ser medido como eficiente ou ineficiente. Por exemplo, se uma mercadoria de dados é produzida por nossas atividades online, qual

quantidade de tempo de trabalho socialmente necessário ela incorpora? Fundamentalmente, isso é impossível de determinar. O tempo de trabalho socialmente necessário exige competição entre diferentes produtores, mediação pelo mercado e validação pela troca, para existir. Sem esses tipos de condições, tudo o que temos é tempo de trabalho concreto e valores de uso. É revelador, portanto, que quando Fuchs (2014) calcula o valor criado pelos usuários não remunerados do Facebook, ele se baseia no tempo de trabalho concreto (Fuchs, 2014, p. 105). Não há noção de tempo de trabalho abstrato que possa ser usado para realizar os mesmos cálculos. De fato, a própria natureza dos dados pessoais significa que eles não podem ser submetidos a um processo de produção capitalista sem destruir as próprias características que os tornam úteis em primeiro lugar – sua expressão (relativamente) espontânea e não gerenciada do comportamento de alguém. Se os processos que geram dados pessoais autênticos fossem realmente subsumidos, esses dados se tornariam uma expressão (previsível e inútil) desse processo de produção racionalizado, em vez de uma expressão de um eu.

Tudo isso não quer dizer que as atividades online não possam produzir valor. O gestor de mídias sociais de uma empresa pode passar parte de seu tempo produzindo conteúdo para ser compartilhado online – e isso seria um trabalho de produção de valor. A diferença são as relações sociais nas quais se insere a mesma atividade: assalariadas e guiadas por imperativos capitalistas, ou não?

O Crescimento do Rentismo

Uma grande parte da razão para o domínio da tese do trabalho gratuito é que ela parece explicar parcimoniosamente uma visão chave da economia de plataformas: que nossos dados pessoais são incrivelmente valiosos para as gigantes da tecnologia. E, no entanto, como argumentamos aqui, a explicação do trabalho gratuito baseia-se na aplicação ilegítima do conceito de trabalho produtivo além de sua competência. Então, de que outra forma podemos explicar a utilidade da extração de dados e, ao mesmo tempo, explicar a vasta riqueza e os recursos das grandes plataformas?

Para começar, precisamos lembrar que dentro de uma perspectiva marxista, a distribuição de valor não está necessariamente em correspondência direta com a produção de valor. No modelo mais simples de como essa assimetria surge, podemos imaginar os processos de produção do capitalismo como a criação de um vasto e crescente conjunto de mais-valia, que é depois apropriado e distribuído entre

uma variedade de atores capitalistas e não capitalistas. Crucialmente, isso implica que não há relação direta ou necessária entre a mais-valia criada por um capitalista e a mais-valia apropriada por esse mesmo capitalista. Com relação às grandes plataformas, isso significa que sua capacidade óbvia de capturar valor não precisa ser acompanhada por sua capacidade imanente de produzir valor.

A primeira maneira pela qual essa divergência entre produção e apropriação ocorre é por meio da equalização da taxa de lucro entre os setores^[9]. Como resultado da tendência do capital de buscar a maior taxa de lucro, os produtores se moverão para setores com taxas de lucro anormalmente altas. Isso leva a mais oferta (à medida que as empresas existentes investem mais para tirar proveito de altos lucros), mais concorrência (à medida que novos participantes entram para tirar proveito de altos lucros) e a dinâmica resultante acaba criando uma taxa de lucro menor para esse setor. O processo inverso acontece em indústrias com baixa taxa de lucro, até o ponto (tendencial) em que as taxas são equalizadas entre as indústrias. Significativamente, para nossos propósitos, as taxas de lucro divergirão das fontes de lucro. As indústrias com baixa composição orgânica criarão a maior parte da mais-valia, mas como resultado do processo de equalização tenderão a receber menos valor de volta do que criaram. Por outro lado, indústrias com alta composição orgânica criarão menos valor excedente, mas se apropriarão mais dele no final.

A segunda maneira pela qual a localização da produção de valor diverge da localização da apropriação de valor é por meio do uso do poder econômico e político para capturar a mais-valia criada em outro lugar. Por exemplo, um capitalista financiado com uma grande dívida pode produzir uma quantidade significativa de mais-valia, mas o pagamento de juros e impostos exigirá que uma parte dessa mais-valia seja distribuída ao capital financeiro e ao governo. Os dois últimos atores não necessariamente criaram valor, mas prestaram serviços necessários para a reprodução e realização do capital produtivo inicial. Seus papéis e posições dentro do processo global de acumulação, portanto, lhes permitem apropriar-se da

mais-valia, apesar de não produzirem necessariamente qualquer mais-valia. Como resultado, o capitalista acaba com menos mais-valia do que produziu. Este é um processo geral em todo o sistema capitalista:

Há muitos outros modos de apropriação da mais-valia, como a monopolização de setores do mercado, marketing e publicidade, o estabelecimento de direitos de propriedade intelectual por meio de patentes, direitos autorais e marcas, a propriedade de energia escassa ou outros recursos naturais, a habilidade superior em arranjar transações financeiras ou a estruturação de direitos de propriedade financeira, o controle de tratamento médico, e assim por diante. (Foley, 2013, p. 260).

Por meio de uma variedade de meios, portanto, os atores econômicos (sejam capitalistas ou não) tenderão a usar seus poderes para capturar o máximo possível de valor do conjunto agregado de mais-valia. É este segundo processo que é particularmente significativo para explicar o domínio contemporâneo das grandes plataformas^[10]. O argumento no restante deste artigo será que “renda” é a categoria mais apropriada para entender a localização das plataformas no processo de acumulação de capital^[11]. Esse argumento se baseará, embora divirja em alguns pontos, em vários trabalhos recentes sobre o tema (Christophers, 2019; Fine, 2019; Mazzucato, 2019; Rigi; Prey, 2015; Sadowski, 2019, 2020; Zeller, 2007).

O que entendemos então por renda? Em primeiro lugar, não nos referimos à ideia neoclássica de busca de renda (*rent-seeking*), que se refere à interferência do governo nos mercados que permite que uma empresa obtenha lucros maiores do que seria possível de outra forma (Birch, 2019, p. 10). Esse conceito de renda permanece vinculado a uma imagem neoclássica de mercados e Estados e postula mercados perfeitamente competitivos como o estado natural das coisas. Em vez disso, recorreremos à noção de renda de Marx que, embora focada na propriedade da terra, pode ser utilmente generalizada para

[9] Note que esta equalização está sob o pressuposto do livre fluxo de capitais, sem barreiras. Como veremos mais adiante, sem esse livre fluxo de capital, algumas áreas podem manter taxas de lucro extraordinariamente altas.

[10] O primeiro processo também tem um papel importante a desempenhar, particularmente na forma como gera cadeias de valor globais hierárquicas por meio das quais a mais-valia é produzida em países em desenvolvimento e depois transferida para empresas líderes no mundo desenvolvido (Caffentzis 2013; Dedrick et al. . 2010). Esse processo, no entanto, tem mais relevância para empresas produtoras de bens com extensas cadeias de suprimentos, como a Apple, do que para empresas de plataforma de apropriação de renda, como Google e Amazon.

[11] Grande parte da discussão a seguir se baseia implicitamente na análise de Marx sobre a renda (Marx 1991, pp. 751-950).

uma compreensão mais ampla de como as rendas operam hoje. Enquanto Marx faz diferenciação entre vários tipos de renda (diferencial, absoluta e monopólio), o elemento comum é que a renda é um rendimento que resulta da propriedade, controle e/ou posse de um bem escasso (Birch, 2019, p. 2; Christophers, 2019, p. 2; Foley, 2013)^[12].

A noção de renda é útil aqui por algumas razões. Em primeiro lugar, como argumentado acima, ajuda-nos a situar as plataformas em relação à economia produtiva. Em segundo, nos ajuda a entender que muito do valor das gigantes digitais é resultado da propriedade e/ou controle sobre ativos escassos. Trata-se mais obviamente de dados (pessoais), mas também é uma questão de infraestrutura e propriedades intelectuais. Por fim, essa noção mais geral de renda nos leva a um ponto importante: enquanto Marx escreveu sobre renda como algo decorrente de um bem natural (ou seja, terra), a ideia de renda como propriedade e/ou controle sobre um bem escasso, em última análise, não há distinção entre ativos naturais e não naturais. O conceito de renda pode ser aplicado a qualquer ativo, o que nos permite estender a ideia – e o mecanismo de captura de valor – a uma gama muito mais ampla de fenômenos econômicos do que tradicionalmente é o caso. No trabalho de Christophers, por exemplo, oito tipos diferentes de ativos são delineados, cada um com sua própria dinâmica particular e cada um com sua própria história de proeminência e oclusão (Christophers, 2019). As distinções entre bens naturais e não naturais, por sua vez, dão origem a diferentes aparatos discursivos que cercam sua produção, manutenção e justificação. A propriedade da terra, por exemplo, é mais prontamente considerada “improdutiva”, enquanto a propriedade da propriedade não natural contém os vestígios da atividade produtiva que muitas vezes são mobilizados quando se trata de argumentos em torno da validade da propriedade intelectual.

Com essas características básicas de renda em mente, o restante desta seção argumentará que podemos distinguir entre três mecanismos proeminentes de renda na economia digital contemporânea: rendas de propriedade

intelectual, rendas de publicidade e rendas de infraestrutura. Cada uma delas está em jogo, em graus variados, em todas as principais plataformas – embora algumas tenham afinidades óbvias com os tipos de plataformas que descrevi no livro *Platform Capitalism*. As rendas de publicidade estão obviamente mais associadas às plataformas de publicidade como sua principal fonte de receita. As rendas de infraestrutura estão, por sua vez, mais associadas às plataformas em nuvem e às plataformas enxutas^[13]. As plataformas, em geral, são muito mais sobre a captura de valor de outras partes da economia. Os dados, nesta leitura, ao invés de serem uma fonte de todo o valor digital, são antes um meio para alcançar a captura de rendas. É um insumo valioso (ou seja, matéria-prima) que permite, por exemplo, a criação de espaços publicitários personalizados, a produção de novos bens e serviços proprietários (como mecanismos de busca) e a otimização de bens e serviços existentes (como provisão de nuvem). Embora existam atualmente casos limitados em que os dados funcionam como uma mercadoria trocada no mercado, na maioria das vezes os dados atuam como uma entrada que diferencia as empresas de seus concorrentes. Em vez de ver os dados como resultado da exploração, talvez seja mais útil vê-los como resultado da apropriação.

Renda de Propriedade Intelectual

A primeira grande fonte de renda para as plataformas digitais – propriedade intelectual (PI) – foi amplamente abordada na literatura existente (Foley, 2013; Frase, 2016; Perelman, 2003; Stalder, 2018). Nesse caso, as empresas criam – ou hoje compram com mais frequência – valiosos conhecimentos, informações, tecnologias, e outros produtos imateriais. Ao contrário dos ativos físicos tradicionais, não há razão a priori para que esses ativos imateriais não possam ser replicados e distribuídos para qualquer pessoa que possa encontrar um uso para eles. Exceto, crucialmente, que o Estado aplica e faz cumprir

[12] Brett Christophers defende a adição de uma segunda condição a essa definição: a saber, “condições de mercado de concorrência limitada ou inexistente” (Christophers, 2019, p. 2). Esta última condição ele extrai do entendimento dominante de renda, que leva em consideração as condições de mercado de um ativo. O argumento de Christophers aqui é que o controle monopolista de um ativo é insuficiente para garantir que uma renda seja acumulada – por exemplo, a propriedade monopolista de um ativo para o qual os bens substitutos são facilmente obtidos significa que os compradores simplesmente tenderão para o bem substituído em vez de pagar o aluguel. No entanto, esta última condição parece mais uma característica que (parcialmente) determina a quantidade de renda ao invés de determinar se uma renda existe ou não. Por esta razão, ficaremos com a definição de renda marxista e heterodoxa.

[13] No livro *Platform Capitalism*, distingo plataformas de nuvem e plataformas industriais, embora não acredite mais que essa distinção aponte para mais do que uma diferença no nível da superfície. Na melhor das hipóteses, há uma distinção entre o geral e o particular.

os direitos de propriedade intelectual que permitem que as empresas excluam outros do uso desses ativos imateriais. Em outras palavras, o Estado estende a forma de propriedade aos produtos intelectuais e, assim, concede o monopólio sobre essa propriedade intelectual^[14]. Com a propriedade monopolista de um ativo escasso, as empresas podem então extrair uma renda de outros atores econômicos que desejam ter acesso a esse recurso^[15].

Essas rendas desempenham um papel importante em inúmeras indústrias hoje, como as indústrias farmacêuticas, de biotecnologia, de produtos de consumo ou entretenimento (Christophers, 2019). Com sua ênfase na informação, elas também desempenham um grande papel nas indústrias de alta tecnologia. Em termos das principais plataformas, todas dependem de forma bastante significativa da propriedade intelectual para sua respectiva potência, mas muitas também geram receitas significativas com o licenciamento estratégico da propriedade intelectual. A Microsoft é talvez a líder entre as principais plataformas, ostentando mais de 61.000 patentes (com mais 26.000 pendentes) e listando US\$17,3 bilhões em ativos intangíveis (pré-amortização) em suas demonstrações financeiras de 2019 (Microsoft, 2019). Tal é a sua importância que, sem a propriedade intelectual em torno do Microsoft Windows, por exemplo, é difícil ver como a empresa estaria na posição de líder de mercado que está agora.

Isso destaca outro ponto sobre a propriedade intelectual: ela pode ser usada de várias maneiras para criar poder de mercado, com rendas existentes de várias formas diretas e indiretas (Christophers, 2019; Zeller, 2007). A renda mais óbvia é a receita que resulta da cobrança de outros pelo acesso à propriedade intelectual. O Microsoft Windows, por exemplo, cobra dos usuários uma taxa para baixar e usar o sistema operacional; e a mudança mais recente da Microsoft para o software em nuvem significa que o acesso é algo que está constantemente ameaçado de

revogação. De forma mais geral, taxas de licenciamento e pagamentos de royalties são exemplos desse tipo de renda. Uma segunda forma de renda de propriedade intelectual surge quando uma empresa usa propriedade intelectual para criar um produto ou serviço que, devido à exclusão de propriedade intelectual, outros não podem copiar. A empresa pode então vender esse produto e colher as recompensas de ter direitos de monopólio sobre a propriedade intelectual em seu cerne. Muitas das plataformas do Google são exemplos disso, com conhecimento proprietário por trás dos serviços que atraem usuários, extraem seus dados e atraem anunciantes. Por fim, a renda de propriedade intelectual também pode ocorrer quando uma empresa vende diretamente seus direitos de propriedade intelectual para outra empresa, transformando efetivamente a propriedade intelectual em um ativo financeiro que pode ser usado para obter um fluxo de renda imediatamente. Por exemplo, em 2011, o Google gastou mais de US\$12 bilhões para adquirir uma empresa de smartphones, a Motorola Mobility (Taylor e Waters, 2011). Embora a Motorola fosse considerada uma empresa atrasada na época, ela tinha acesso a mais de 17.000 patentes que foram cruciais para a luta do Google com a Apple – e, portanto, os proprietários da Motorola puderam transformá-las diretamente em mercadorias a serem vendidas.

Tal como acontece com as outras rendas, a sua existência baseia-se muitas vezes num núcleo fundamental da produção de mais-valia. Neste caso, por exemplo, a produção inicial de propriedade intelectual é (tipicamente) uma atividade de produção de valor. Os salários, o capital fixo e o processo de produção para gerar produtos imateriais não são diferentes em termos de valor dos processos de produção para criar produtos materiais. Ambos podem gerar mais-valia no processo. A diferença surge após a produção do produto, quando a replicação barata potencialmente generalizada da propriedade in-

[14] No que diz respeito à terminologia de Marx, as rendas de propriedade intelectual são um tipo de renda monopolista e não uma renda diferencial. De um modo geral, a renda anterior reverte para um rentista em virtude do controle monopolista sobre um ativo (por exemplo, terra em geral). Em contraste, a renda diferencial reverte primeiro para um capitalista que tem acesso a um ativo rentista (por exemplo, terra particularmente produtiva) que permite um processo de produção mais barato. Os lucros excedentes gerados em virtude do acesso ao ativo de maior qualidade são então apropriados pelo rentista.

[15] A quantidade exata de renda depende de vários fatores. Como observa Christian Zeller, “o valor da renda do monopólio depende das condições concretas de demanda e oferta. Quanto mais inelástica a demanda reage aos aumentos de preços, maior a renda. Se existirem bens de substituição, a demanda é mais elástica e, portanto, a renda do monopólio menor. Quanto mais estrategicamente uma patente estiver localizada em um caminho de desenvolvimento tecnológico, ou quanto mais amplo for o campo coberto pela patente, mais numerosas e maiores serão as receitas de licenciamento que o titular pode solicitar de todos aqueles que desejam usar a patente para o desenvolvimento de tecnologias e produtos. Em contraste com a renda diferencial, que surge devido a terrenos desfavoravelmente localizados ou férteis, nenhuma renda diferencial de informação pode surgir, porque cada informação incluída é única e normalmente é usada em cada caso para a produção de produtos específicos” (Zeller, 2007, p. 98).

telectual é bloqueada por direitos de monopólio e um fluxo de renda é gerado. Além disso, como a propriedade intelectual não é rival, significa que a renda potencial não é restrita da mesma forma que a terra, reduzindo a importância do processo de produção inicial^[16].

Rendas de Publicidade

A renda mais óbvia, que tem um impacto grande e direto nos níveis de contato com o usuário da internet, é a publicidade. Aqui, a propriedade monopolista sobre os dados pessoais – e os efeitos de rede que atraem os dados do usuário – combina com a criação e o controle de espaços publicitários online direcionados. Quanto mais dados se tem, mais direcionado um anúncio pode se tornar, o que significa que um punhado de empresas com grandes quantidades de dados pessoais é capaz de dominar efetivamente o mercado. Os anunciantes, ansiosos para divulgar seus produtos, confiam nesses bens escassos e pagam aos proprietários para postar seus anúncios nos espaços mais valiosos. Em termos marxistas tradicionais, é um fluxo de mais-valia dos setores produtivos da economia para um setor não produtivo – orientado para a realização e validação da mais-valia, mas que não tem papel direto na produção de mais-valia. Na realidade, as poucas empresas que controlam os dados que permitem a publicidade direcionada constroem um ambiente on-line que depois alugam para outras por uma taxa.

Duas das maiores plataformas ocidentais, Facebook e Google, são quase inteiramente devedoras da extração de rendas publicitárias. Em suas demonstrações financeiras mais recentes, o Facebook recebeu 98,5% de sua receita de publicidade, enquanto o Google recebeu 85,8% de sua receita de publicidade. Uma terceira grande plataforma, a Amazon, também está vendo um rápido crescimento nessa área (Weise, 2019). A fonte do poder particular dessas empresas no mercado de publicidade digital, no entanto, decorre de seu controle sobre grandes coleções de dados pessoais. Aqui, os dados pessoais são usados para reduzir custos (de descobrir informações sobre indivíduos) e criar sistemas de segmen-

tação que ostensivamente oferecem imóveis de primeira para quem deseja comercializar seus produtos.

Nada disso é para dizer que a publicidade não desempenha um papel teórico de valor no capitalismo. Por exemplo, a produção de plataformas de anúncios pode, por si só, gerar mais-valia à medida que uma empresa emprega capital constante e variável para produzir mercadorias de pesquisa de mercado, plataformas tecnológicas, e outros produtos. Mas, em geral, o papel da publicidade é fortemente circunscrito e quase inteiramente relacionado à distribuição de valor e não à produção de valor. A publicidade pode deslocar a demanda de uma empresa para outra, ou de um setor para outro – mas ambas são redistribuições de demanda. A publicidade também pode criar nova demanda, mas neste caso, na melhor das hipóteses, diminui o tempo de rotação do processo de produção (Lebowitz, 1986, p. 168)^[17]. Com a publicidade direcionada, a promessa é que os dados coletados possam permitir que os anunciantes encontrem consumidores de forma mais rápida e barata, reduzindo assim o tempo de rotatividade e permitindo que o capital investido no processo seja canalizado para a produção. Como diz Bruce Robinson (2015, p. 46-47), “funcionalmente, isso pode ser visto como desempenhando um papel análogo à pesquisa de mercado tradicional, visando fornecer a base para um relacionamento mais preciso entre o vendedor e o mercado”. A publicidade pode permitir, em outras palavras, que capitalistas individuais criem mais rapidamente mais-valia, mas a publicidade não cria, por si só, mais-valia (Caraway, 2016, p. 77).

Rendas de Infraestruturas

Embora as rendas de propriedade intelectual e as rendas de publicidade tenham sido amplamente abordados na literatura existente, a terceira forma primária de renda foi muito menos discutida. As rendas de infraestrutura surgem das taxas pagas pelo acesso à utilização de uma plataforma. Como aponta Christophers (2019), tais rendas não são naturais (como a terra) nem criadas pelo Estado (como a propriedade intelectual), mas surgem dos efeitos de rede que impulsionam as plataformas para posições monopolistas (Christophers, 2019,

[16] A rigor, subsistem alguns limites ao acesso e replicação de bens imateriais, pelo que devemos ter o cuidado de não assumir que esses custos são zero. Fazer a última suposição geralmente tende a conclusões excessivamente otimistas e crenças equivocadas em uma “ruptura” do capitalismo.

[17] Como argumenta Brett Caraway, “as atividades não remuneradas dos produtores de conteúdo permitem que as empresas diminuam os custos (c+v) de novas commodities de mídia (conteúdo e pesquisa de mercado), aumentando assim a taxa de lucro (s/c+v) e a taxa de mais-valia (s/v). Na medida em que o trabalho gratuito contribui para esse processo, ele deve informar nossa análise de valor” (Caraway 2016, p. 77).

p. 11). Como resultado, sua escassez é produto dessa dinâmica e, à medida que a economia se torna cada vez mais digitalizada, os proprietários dessas plataformas ganham mais controle sobre as taxas que podem ser cobradas para acessá-las.

A computação em nuvem talvez seja o exemplo mais claro, com empresas alugando acesso a hardware e software que, em uma época anterior, elas teriam possuído. Mas as rendas de infraestrutura também surgem em um grau menos óbvio do surgimento do modelo de negócios “como serviço”, pelo qual outros mantêm a propriedade de um ativo específico (carros, casas, bicicletas etc.) por um período de tempo. Como pontuou Jathan Sadowski (2019), por meio dessas “plataformas [...]”, as relações rentistas foram capazes de expandir de maneiras que incluem as coisas cotidianas” (Sadowski, 2019). As rendas de infraestrutura também existem na forma de plataformas intermediárias nas quais outros passam a confiar. Uber e Airbnb, por exemplo, apropriam-se de parte da transação econômica que sua plataforma possibilita (Christophers, 2019, p. 11). Os atores econômicos que usam essas plataformas estão, de fato, pagando um dízimo aos proprietários das plataformas para usar seus bens escassos.

Enquanto parte das rendas da infraestrutura emerge do controle sobre a propriedade intelectual chave, o capital fixo é um aspecto essencial para sua existência. A Amazon Web Services (AWS) é um exemplo aqui, com grandes quantias gastas na construção de uma infraestrutura de computação de tamanho planetário – uma escala que impede todos, exceto alguns concorrentes (atualmente, Microsoft, Google e Alibaba), de ter uma chance no mercado. Essa infraestrutura também consegue apropriar uma grande quantidade de receita para a Amazon. Em 2017, por exemplo, mais de 100% da receita operacional da Amazon veio da AWS.²⁰ Na verdade, o restante da Amazon estava perdendo dinheiro, enquanto a unidade de computação em nuvem estava gerando mais de US\$4 bilhões em receita operacional, tal é a influência das rendas de infraestrutura em nossa era contemporânea.

Tal como acontece com as outras formas de renda, porém, nem tudo é atividade improdutivo, e a computação em nuvem tem outros impactos no valor. Mais obviamente, a computação em nuvem é desejável para as empresas porque permite a rápida expansão de recursos, muitas vezes em níveis de conhecimento técnico que estão muito além do que as próprias empresas podem fornecer, aumentando efetivamente a produtividade e a extração de mais-valia relativa em muitos casos. Da mesma forma, as platafor-

mas intermediárias puras expandiram-se rapidamente em parte porque reduzem os custos de transação e, assim (pelo menos potencialmente), aumentam a taxa de lucro das empresas que dependem delas. Seu impacto na criação de valor também se estende à sua capacidade de reduzir os tempos de rotação, permitindo que menos capital seja vinculado ao processo de circulação e mais seja dedicado às atividades produtivas (Dantas, 2019,, p. 142).

Conclusão

Dadas essas três formas de renda, a principal conclusão a ser tirada é que muito do capitalismo de plataforma é baseado na apropriação de valor que é produzido em outras partes da economia global. Como nos esforçamos para apontar, isso não quer dizer que essas plataformas não tenham impacto na acumulação de valor, pois, por exemplo, as plataformas podem reduzir os custos de transação para outros negócios e, assim, impactar a taxa de criação de mais-valia para aqueles negócios. Tampouco isso quer dizer que essas plataformas não criaram o que os economistas tradicionais chamam de “mais-valia do consumidor”, que não é medido por métricas baseadas em formas monetárias (Brynjolfsson et al., 2019). No entanto, o que é, em última análise, determinante para o capitalismo enquanto sistema é a acumulação de capital expressa na forma monetária. E, nesses termos, as plataformas apresentam mais impedimentos do que aceleradores.

Isso apresenta uma série de consequências diretas. Se as plataformas são predominantemente rentistas, então o capitalismo não só não tem uma nova fonte de valor, como tem uma nova obstrução à acumulação – conclusão diametralmente oposta à tese do trabalho gratuito. O crescimento deste setor rentista é duplamente prejudicial para o capital. Significa, em primeiro lugar, uma redução na taxa média de lucro porque esses capitalistas improdutivos devem receber a mesma taxa de lucro que outros setores – mas eles mesmos não geram nova mais-valia e, em vez disso, agem para diluir o excedente total entre os setores. mais capitalistas. Em segundo lugar, como esses rentistas de tecnologia são monopolistas, eles também impedem a equalização da taxa de lucro ao impedir o fluxo de capital para concorrentes diretos. Como resultado, eles não apenas se apropriam da mais-valia das empresas produtivas, como também se apropriam de mais do que a empresa média recebe^[18]. Tudo isso também implica que há um antagonismo

[18] Vale ressaltar aqui que, por produtivo e improdutivo não pretendemos nenhum julgamento moral, nem pretendemos que o improdutivo seja sem utilidade para a sociedade. Em vez disso, queremos dizer simplesmente o que é produtivo de valor para o capitalismo, uma categoria que muitas vezes de fato exclui atividades que consideramos úteis para a sociedade.

emergente entre frações de capital: entre os proprietários de plataformas e as empresas que não são plataformas, que cada vez mais dependem delas. Como Marx e outros observaram há muito tempo, os rentistas têm interesses de classe diferentes dos capitalistas produtivos ou dos trabalhadores (Neocosmos, 1986). Mas, diferentemente de vários relatos sobre feudalismo digital ou de um novo modo de produção emergente, essa luta ocorre dentro dos imperativos estruturais definidos pelo capitalismo – uma luta pela distribuição da mais-valia em vez de sua superação (Wark, 2019).

No entanto, essa função obstrutiva da renda é moderada por outra característica de muitas dessas empresas. Em um nível, eles aparecem como monopólios dominando seus setores específicos (mecanismos de busca, comércio eletrônico, mídias sociais, etc.). No entanto, muitas das características ortodoxas dos monopólios não aparecem aqui: produção reduzida, por exemplo, ou inovação reduzida. Se alguma coisa – e isso nos leva a um mistério contemporâneo fundamental – essas empresas monopolistas parecem ser uma das principais inovadoras e investidoras na economia global. Na economia dos Estados Unidos, por exemplo, os gigantes da tecnologia são alguns dos maiores gastadores em despesas de capital, e pesquisa e desenvolvimento (Meeker, 2018). Esta não é a atividade usual dos rentistas padrão, que são tipicamente apresentados como obstáculos à acumulação de capital. Esse investimento é ainda mais impressionante porque, em geral, o período pós-2008 foi um dos períodos mais fracos nos Estados Unidos para o crescimento do investimento. No entanto, os gigantes da tecnologia têm sido uma notável exceção a essa tendência. Portanto, temos capitalistas produtivos que não estão investindo e rentistas não produtivos que estão investindo. O que fazer com isso?

Embora não esteja totalmente claro, duas hipóteses se apresentam. A primeira hipótese tem a ver com a desagregação das funções de acumulação de capital. Por exemplo, Marx observou que, às vezes, diferentes tipos de capital (produtivo, comercial, financeiro) podem convergir em uma empresa, enquanto outras empresas especializadas podem se concentrar em funções específicas. Embora não seja um tipo distinto de capital, talvez hoje estejamos vendo um caso em que a função de investimento do processo de acumulação está sendo deslocada para determinadas empresas. Uma segunda hipótese baseia-se nos debates na geografia econômica nas décadas de 1970 e 1980 em torno da interpretação padrão em relação aos rentistas (como obstruções à acumulação) e uma nova interpretação em relação aos rentistas (que argumentavam que eles tinham importantes funções distributivas para o capital) (Haila,

1988). Como David Harvey e outros argumentaram, a terra estava se tornando um ativo financeiro por meio do qual os proprietários de terras assumiam um interesse econômico em atrair os usos mais produtivos do capital em um esforço para gerar retornos mais altos tanto agora quanto no futuro (Haila, 1988; Harvey, 2006). Na medida em que a publicidade e as rendas de propriedade intelectual dependem do mecanismo de preços para distribuir oferta finita a uma demanda muito maior, podemos vê-los operando de forma semelhante uma função de distribuição útil para o capital. (As rendas de infraestrutura, ao contrário, aparecem no momento muito menos sujeitas a isso, já que a oferta supera a demanda.) Por sua vez, o investimento é um esforço racional para buscar expandir seus impérios rentistas.

Em qualquer hipótese, essas são empresas que, como vimos, estão desenvolvendo seus impérios de infraestrutura em toda a economia. Se o investimento deles está sendo amplamente direcionado para a expansão desse aparato rentista (uma questão em aberto), então realmente estamos vendo uma mudança significativa no poder intra-capitalista. Quando nos voltamos para o mundo do trabalho, podemos ver que essas mudanças macroeconômicas também têm outros impactos significativos. De um modo geral, a captura de valor global por um punhado de plataformas planetárias deve exacerbar as desigualdades entre os trabalhadores: com aqueles que trabalham para as empresas restritas sem plataforma enfrentando pressões crescentes, enquanto os trabalhadores para as principais plataformas têm o potencial – embora nem sempre a realidade – de melhores condições de trabalho. Este é particularmente o caso de trabalhadores altamente qualificados em plataformas de publicidade e nuvem, que continuam a colher lucros significativos de suas posições. Por outro lado, as plataformas enxutas – apesar de sua capacidade de monopolizar as rendas de infraestrutura – permanecem assoladas por margens baixas, com seus trabalhadores enfrentando o peso dessas condições econômicas desafiadoras. De qualquer forma, qualquer conjuntura do capitalismo é uma mistura única do contínuo e do descontínuo e, embora possamos usar continuidades para lançar muita luz sobre os gigantes das plataformas digitais, é claro que ainda restam novidades significativas que ainda precisam ser totalmente compreendidas.

Referências

- ANDREJEVIC, M. (2014), 'Surveillance in the Big Data Era', in K. D. Pimple (ed.), *Emerging Pervasive Information and Communication Technologies (PICT)*, Springer Netherlands, 55–69.
- BEECH D. (2016), *Art and Value: Art's Economic Exceptionalism in Classical, Neoclassical and Marxist Economics*, Chicago: Haymarket Books.
- BIRCH, K. (2019), 'Technoscience Rent: Toward a Theory of Rentiership for Technoscientific Capitalism', *Science, Technology, & Human Values*. <https://doi.org/10.1177/0162243919829567>
- BROWN, B. (2014), 'Will Work For Free: The Biopolitics of Unwaged Digital Labour', *TripleC: Communication, Capitalism & Critique*, 12 (2), 694–712.
- BRYNJOLFSSON, E., et al (2019), GDP-B: Accounting for the Value of New and Free Goods in the Digital Economy, Working Paper 25695, National Bureau of Economic Research.
- CAFFENTZIS G. (2013), *In Letters of Blood and Fire: Work, Machines, and the Crisis of Capitalism*, Oakland, CA: PM Press.
- CARAWAY, B. (2016), 'Crisis of Command: Theorizing Value in New Media', *Communication Theory*, 26 (1), 64–81.
- CHRISTL, W; SPIEKERMANN, S. (2016), *Networks of Control: A Report on Corporate Surveillance, Digital Tracking, Big Data & Privacy*, Wien: Facultas.
- CHRISTOPHERS, B. (2019), 'The Rentierization of the United Kingdom Economy', *Environment and Planning A: Economy and Space*. <https://doi.org/10.1177/0308518X19873007>
- COHEN, N. (2008), 'The Valorization of Surveillance: Towards a Political Economy of Facebook', *Democratic Communiqué*, 22 (1). Accessed 5 October 2019 at <https://journals.flvc.org/demcom/article/view/76495>
- COTÉ, M.; PYBUS, J. (2007), 'Learning to Immaterial Labour 2.0', *Ephemera*, 7 (1), 88–106.
- DANTAS, M. (2019), 'The Financial Logic of Internet Platforms: The Turnover Time of Money at the Limit of Zero', *TripleC: Communication, Capitalism & Critique*. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society, 17 (1), 132–58.
- DEDRICK, J; KRAEMER, K; LINDEN, G. (2010), 'Who Profits from Innovation in Global Value Chains?: A Study of the iPod and Notebook PCs', *Industrial and Corporate Change*, 19 (1), 81–116.
- FEDERAL TRADE COMMISSION (2014), *Data Brokers: A Call for Transparency and Accountability*.
- FINE, B. (2019), 'Marx's Rent Theory Revisited? Landed Property, Nature and Value', *Economy and Society*, 48 (3), 1–12.
- FOLEY, D. (2013), 'Rethinking Financial Capitalism and the "Information" Economy', *Review of Radical Political Economics*, 45 (3), 257–68.
- FRASE, P. (2016), *Four Futures: Life after Capitalism*, London: Verso.
- FUCHS, C. (2014), *Digital Labour and Karl Marx*, New York: Routledge.
- FUCHS, C. (2017), 'The Information Economy and the Labor Theory of Value', *International Journal of Political Economy*, 46 (1), 65–89.
- GREENE, D. M.; JOSEPH, D. (2015), 'The Digital Spatial Fix', *TripleC: Communication, Capitalism & Critique*, 13 (2), 223–47.
- HAILA, A. (1988), 'Land as a Financial Asset: The Theory of Urban Rent as a Mirror of Economic Transformation', *Antipode*, 20 (2), 79–101.
- HARVEY, D. (2006), *The Limits to Capital*, London: Verso Books.
- JARRETT, K. (2014), 'The Relevance of "Women's Work": Social Reproduction and Immaterial Labor in Digital Media', *Television & New Media*, 15 (1), 14–29.
- LEBOWITZ, M. A. (1986), 'Too Many Blindspots on the Media', *Studies in Political Economy*, 21 (1), 165–73.
- MARX, K. (1991), *Capital: A Critique of Political Economy*, Volume III, London: Penguin Classics.
- MAZZUCATO, M. (2019), *The Value of Everything: Making and Taking in the Global Economy*, Penguin.
- MEEKER, M. (2018), Internet Trends Report 2018, *TechCrunch*. Accessed 13 November 2019 at <https://www.slideshare.net/joshsc/techcrunch-mary-meeker-2018-internet-trends-report>
- MICROSOFT (2019), *Annual Report 2019*. Accessed 12 November 2019 at <https://www.microsoft.com/investor/reports/ar19/index.html>
- NEOCOSMOS, M. (1986), 'Marx's Third Class: Capitalist Landed Property and Capitalist Development', *The Journal of Peasant Studies*, 13 (3), 5–44.
- PERELMAN, M. (2003), 'Intellectual Property Rights and the Commodity Form: New Dimensions in the Legislated Transfer of Surplus Value', *Review of Radical Political Economics*, 35 (3), 304–11.
- POSNER, E. A.; WEYL, E. G. (2018), 'Want Our Personal Data? Pay for It', *The Wall Street Journal*, 20 April. Accessed 25 April 2018 at <https://www.wsj.com/articles/Want-our-personal-data-pay-for-it-1524237577>
- RIGI, J.; PREY, R. (2015), 'Value, Rent, and the Political

- Economy of Social Media', *The Information Society*, 31 (5), 392–406.
- ROBINSON, B. (2015), 'With a Different Marx: Value and the Contradictions of Web 2.0 Capitalism', *The Information Society*, 31 (1), 44–51.
- SADOWSKI, J. (2019), 'Landlord 2.0: Tech's New Rentier Capitalism'. Accessed 11 October 2019 at <https://onezero.medium.com/landlord-2-0-techs-new-rentier-capitalism-a0bfe491b463>
- SADOWSKI, J. (2020), 'The Internet of Landlords: Digital Platforms and New Mechanisms of Rentier Capitalism', *Antipode*, 52 (2), 562–80.
- SANYAL, K. (2013), *Rethinking Capitalist Development: Primitive Accumulation, Governmentality and Post-Colonial Capitalism*, New Delhi: Routledge India.
- SMYTHE, D. (1977), 'Communications: Blindspot of Western Marxism', *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 1 (3), 1–27.
- SRNICEK, N. (2016), *Platform Capitalism*, Cambridge: Polity Press.
- STALDER, F. (2018), 'Intellectual Property', *Krisis*, 2, 83–5.
- TAYLOR, P.; WATERS, R. (2011), 'Google Snaps up Motorola Mobility', *Financial Times*, 15 August. Accessed 12 November 2019 at <https://www.ft.com/content/e906bedc-c734-11e0-a9ef-00144feabdc0>
- TERRANOVA, T. (2000), 'Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy', *Social Text*, 18 (2 63), 33–58.
- THE ECONOMIST (2018), 'Should Internet Firms Pay for the Data Users Currently Give Away?', 11 January. Accessed 25 April 2018 at <https://www.economist.com/news/finance-and-economics/21734390-and-new-paper-proposes-should-data-providers-unionise-should-internet>
- TOUPIN, L. (2018), *Wages for Housework: A History of an International Feminist Movement, 1972–77*, London: Pluto Press.
- WARK, M. (2019), *Capital Is Dead*, London: Verso.
- WEISE, K. (2019), 'Amazon Knows What You Buy. And It's Building a Big Ad Business From It', *The New York Times*, 20 January. Accessed 12 November 2019 at <https://www.nytimes.com/2019/01/20/technology/amazon-ads-advertising.html>, <https://www.nytimes.com/subscription>
- ZELLER, C. (2007), 'From the Gene to the Globe: Extracting Rents Based on Intellectual Property Monopolies', *Review of International Political Economy*, 15 (1), 86–115.
- ZUBOFF, S. (2019), *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, London: Profile Books.