

## GT6 - Ideologias, cultura e meios de comunicação

# Forma social, fetiche e a armadilha da democracia nas mídias sociais

Gina Viviane Mardones Loncomilla\*

### Resumo

Este trabalho tem por objetivo tecer uma crítica pontual à chamada democracia das mídias sociais pleiteada pelos movimentos políticos de contestação, sobretudo de esquerda. Neste sentido, partiremos de Manuel Castells e sua concepção de autonomia do ator social na internet para contrapor-lo aos aportes da Economia Política da Comunicação (EPC) sobre forma comunicação, bem como aos conceitos críticos de democracia de mercado e fetiche trabalhados por Robert Kurz. **Palavras-chaves:** mídias sociais, democracia, fetiche, forma social, internet.

### Introdução

Recentemente a América Latina tem sido palco para movimentos antineoliberais particularmente ainda inspirados pela onda de protestos que eclodiram entre outubro e novembro de 2019, no Chile. É o caso da Colômbia que desde início de maio de 2021 tem tomado as ruas contra as medidas do atual presidente Ivan Duque, e por que não lembrar do movimento 29 de maio que mobilizou cidades pelo Brasil todo contra o governo Bolsonaro. O que essas ações têm em comum é o fato de reacenderam o debate sobre o papel das mídias sociais como possível catalisador de mudanças políticas no cerne de regimes neoliberais. Ainda nutridos pela lembrança da Primavera Árabe de 2010 e pela ideia de autocomunicação (CASTELLS, 2017, p.23), os movimentos sociais recorrem à internet para potencializar a organização nas ruas e projetar nos canais digitais seus conteúdos independentes.

Essas ações são catalisadas muitas vezes por uma espécie de negligência ou partidarismo constantemente atribuídos à mídia tradicional. Todavia, muitos são os casos de contas pessoais, perfis de mídias alternativas que são derrubados ou têm conteúdo

---

\* Doutoranda em Economia Política Mundial pela UFABC. Mestre em Comunicação pela UEL.  
Contato: gina.mardones@gmail.com.

bloqueados, como ocorreu com o meio independente Piensa Prensa, no Chile. Isso levanta uma série de discussões acaloradas sobre censura e o exercício de poder que os grandes conglomerados da tecnologia estariam exercendo contra tais mobilizações, o que nos conduz, portanto, ao seguinte questionamento: por que deveríamos repensar o debate sobre a democratização da informação nas mídias sociais como pauta de ação social?

É sempre tentador pensar a livre circulação de conteúdo na internet como uma conquista democrática, ignorando o caráter fetichista dessa relação na forma socializada da mercadoria. Em outras palavras é preciso pensar a democracia e a comunicação como formas sociais derivadas do modo de produção capitalista. Assim, o objetivo deste trabalho é tecer uma análise crítica sobre a pretensa democratização de conteúdo nas mídias sociais intensamente defendida por movimentos contestatórios, sobretudo de esquerda, traçando, desta forma, um contraponto à ideia de Castells (2017) sobre a autonomia do ator social em rede. Para isso, serão utilizados os aportes teóricos da Economia Política da Comunicação (EPC), em especial a contribuição de César Bolaño e a teoria derivacionista da informação enquanto forma social. Além disso, traremos uma definição pontual sobre fetichismo em Marx, bem como o conceito de “democracia de mercado” de Robert Kurz.

Por fim, não há intenção de negar ou diminuir a importância das mídias sociais na promoção de movimentos sociais, mas sim contribuir por meio de uma reflexão crítica que busca na dialética a compreensão das contradições imanentes das formas sistêmicas. Em outras palavras, para se desprender do retorno burguês à ideia liberdade expressão como sinônimo de democracia, a discussão “deve passar pela crítica radical da economia de mercado e dos seus critérios de reprodução.” (KURZ, 2020, p.95)

### **Sintomas da democracia midiática**

As contribuições de alguns estudos a respeito do papel das mídias sociais em um contexto de mobilizações políticas tendem, muitas vezes, para uma abordagem efusiva, tendo em vista a possibilidade de constituição nessas vitrines online de um suposto espaço público, horizontal, livre da predominância unidirecional dos interlocutores tão atribuídas às chamadas mídias tradicionais. Trata-se de uma visão prometeica da sociedade em rede, para quem a democratização dos aparatos tecnológicos liberta o indivíduo da comunicação

hierarquizada, possibilitando desta forma, como afirma Manuel Castells, um “novo sistema de mídia, disposto e pronto a satisfazer a mais considerável demanda latente: a demanda por livre expressão interativa e pela criação autônoma – hoje em grande parte frustrada pela visão esclerosada da indústria de mídia tradicional” (CASTELLS, 2003, p.165).

Partindo justamente dos aportes Manuel Castells, pretende-se neste trabalho demonstrar como muitas vezes essa visão de democracia pelas mídias sociais aproxima-se de uma interpretação idealista da esfera pública habermasiana, entendendo a comunicação apenas no âmbito político – relativo à *polis*, ou seja, cidadão ou estado – sem, contudo, abarcar uma visão crítica que será debatida neste trabalho com a fundamentação da chamada Economia Política da Comunicação (EPC).

Embora Castells procure pontuar em vários momentos de sua obra que as redes sociais digitais não são a causa da eclosão dos movimentos sociais, ele as aloca como condição necessária para a existência desses movimentos. A difusão de conteúdo via internet torna-se na visão do autor uma ferramenta poderosa para alavancar a existência das lutas. Muitas vezes a autonomia do movimento tem lugar, originalmente, no espaço livre das redes sociais para depois se projetar nas ruas. “A tecnologia e a morfologia dessas redes de comunicação dão forma ao processo de mobilização e, assim, de mudança social, ao mesmo tempo como processo e como resultado” (CASTELLS, 2017, p. 190).

Para Castells (2017) há um papel basilar da comunicação na formação dessas redes de conexão, pois ela propicia uma participação política na sua essência, uma construção de um espaço público “particularmente quando propõem e praticam a democracia deliberativa direta, baseada na democracia em rede”. Tais movimentos também transformariam as pessoas em sujeitos da própria vida mediante duas características principais: individuação e autonomia.

Individuação é a tendência cultural que enfatiza os projetos do indivíduo como supremo princípio orientador de seu comportamento. Autonomia refere-se à capacidade de um ator social torna-se sujeito ao definir sua ação em torno de projetos elaborados independentemente das instituições da sociedade, segundo seus próprios valores e interesses. Eu afirmo que a internet fornece a plataforma de comunicação organizacional para traduzir a cultura da liberdade na prática da autonomia. Isso porque a tecnologia da internet incorpora a cultura da liberdade. (CASTELLS, 2017, p.200)

Há neste sentido a possibilidade de “autocomunicação”, que eleva o ator social ao seu grau de independência em relação ao conteúdo da mensagem e às instituições da sociedade. Desta forma, o autor acredita na possibilidade de associação entre liberdade e uso da internet em diversos “projetos de autonomia”. As redes digitais de comunicação tornam-se praças públicas para o compartilhamento de mensagens, influenciando a concepção dos atores sociais quanto aos problemas econômicos e políticos de sua realidade. Neste sentido, atribui-se certo “valor” à informação na medida em que ela adquire uma força de contrapoder em relação ao poder das instituições vigentes (mídia tradicional e o estado).

As considerações de Castells embebidas pelos eventos da Primavera Árabe que mobilizaram o mundo, a partir dos anos 2010, sobretudo com o protagonismo das mídias sociais, negligenciam uma análise mais crítica do ponto de vista da materialidade que constituem justamente o pano de fundo do desenvolvimento dessas ferramentas tecnológicas. A história dos meios de comunicação não pode ser dissociada da própria história do capitalismo e das relações de poder que aí se instauram a partir do processo produtivo da informação. Todavia, é a partir dos anos 1990 com o fator internet e o processo de financeirização do sistema que essa relação se intensifica e a concentração do setor tecnológico nas mãos de apenas algumas empresas se torna evidente. Por essa época, a fusão de grandes conglomerados como a AOL e Time Warner disparam as especulações na bolsa de valores e criam a chamada bolha da Internet. A multiplicidade de ofertas, associadas a confluência da indústria da microinformática, do audiovisual e das telecomunicações reconfiguram o cenário não apenas no âmbito da produção, mas na disponibilidade de produtos e serviços, pavimentando o caminho para um mercado promissor. Em 2020, as cinco gigantes da tecnologia ocuparam o topo das cinco marcas mais valiosas do mundo (Apple, Google, Microsoft, Amazon e Facebook) somando juntas quase 800 bilhões de dólares. A fusão nos setores de tecnologia, mídia e telecomunicações atualmente se mostram as maiores geradoras de valor. Segundo uma pesquisa realizada pela consultoria PWC, esse tipo de aquisição traz um retorno de 83% após 12 meses da transação. Para se ter uma ideia, o segundo posto ocupado pelo setor de saúde e farmácia costumam gerar um retorno de 67% a seus acionistas.

Em suma, uma crítica pautada pela Economia Política da Comunicação ajudaria a compreender as relações de poder imbricadas nas contradições do modo de produção capitalista que também compõe a indústria da comunicação e/ou informação.

### **Da esfera pública burguesa à forma comunicação**

Parte dessas leituras efusivas recaem numa interpretação idealista do conceito habermasiano de esfera pública, estudo que busca compreender as relações políticas e socioeconômicas que se desenrolaram entre os séculos XVIII e XIX. Por essa época, o hábito de expressar ideias e princípios, inicialmente circunscrito aos salões burgueses particulares transfere-se gradativamente para os cafés à medida que estes, juntamente com a disseminação dos periódicos políticos passam a tomar as ruas da Europa, sobretudo em meados do século XIX. A inflação dos meios de comunicação de massa somada à ocupação do espaço público terminam por criar um padrão de legitimação política apoiada na ideia de “opinião pública” responsável por idealizar uma espécie de instância da verdade.

Segundo Habermas (2014), as discussões burguesas privadas, inicialmente de caráter privado, passam a transitar pelo domínio público na medida em que esse processo se torna uma crítica ao Estado moderno em sua forma absolutista. Em outras palavras, isso significa que embora a burguesia não pudesse governar, ela não poderia permitir que o Estado tomasse decisões arbitrárias limitando seu comando econômico. Assim, caberia à esfera pública o papel mediador, dentro da qual se estabelece uma zona crítica de juízo comum com práticas de discussões racionais e argumentos convincentes.

Neste sentido, o conceito de liberdade da informação é retomado por Bolaño a partir da esfera pública burguesa de Habermas. Os estudos habermasianos que datam de 1961 são essenciais para compreensão da articulação entre o capital, o Estado e a informação, visto que junto ao aparelho de estado moderno nasce uma nova camada de burgueses que “é o autêntico sustentáculo do público que lê” e por isso mesmo passa a confrontar a corte com um pensamento mais crítico. Introduce-se, assim o elemento contestatório da esfera pública, que “indubitavelmente tinha sido considerada uma esfera de poder público, mas que agora se dissociava como o fórum para onde se dirigiam as

peças privadas a fim de obrigar o poder público a se legitimar perante a opinião pública” (HABERMAS apud BOLAÑO, 2000, p.64).

Bolaño (2000) aponta para o fato de que, essa burguesia que antes permanecia apenas na esfera literária, assume funções políticas com a constituição do Estado burguês de direito. Diante disso, passam a exercer o papel de automediação da sociedade, com poderes estatais para atender suas necessidades individuais. Apesar da esfera pública ser regida pelo princípio de democratização da informação, há dois critérios que, segundo Bolaño, diferencia a esfera pública burguesa da ampla maioria sem acesso a informações: a formação cultural e a propriedade privada. “Essa contradição é resolvida pela ideologia política do liberalismo através do pressuposto da economia clássica da igualdade de oportunidade para todos possam preencher os critérios de acesso” (BOLAÑO, 2000, p.66). Ou seja, igualdade para que todos possam aspirar à condição burguesa, sendo, portanto, mediados por uma burguesia que controla o estado de direito, mas que se coloca como porta voz da opinião pública. Essa situação mascarada apenas reproduz as relações de poder entre classes, deixando de fora toda e qualquer ação que respondam aos pressupostos de igualdade de oportunidades. A constituição de uma esfera pública atuando como órgão estatal escancara, portanto, as contradições da relação entre Estado e circulação da informação.

A concepção segunda a qual pessoas privadas reunidas num público, depois de argumentos e contra-argumentos, concordem, não pode, portanto, ser confundida com o justo e correto. [...] Assim, então, também a dissolução de relações feudais no seio do público pensante, não é a pretensa dissolução da dominação política de modo geral, mas a sua perpetuação em outra forma. (HABERMAS apud BOLAÑO, 2000, p.67)

Para resolver a questão, Bolaño apresenta uma proposta de análise da comunicação e da informação cujo objetivo é deslocar-se de abordagens idealistas, recorrendo ao método da derivação das formas. Para isso, o autor busca aportes na teoria alemã sobre a derivação do Estado em autores como Blake, Jungers e Kastendieck<sup>1</sup>. Constrói-se, desta

---

<sup>1</sup> “A teoria da derivação do Estado já demonstrou que a circulação mercantil pressupõe a existência da forma lei que garante o direito dos proprietários individuais sobre suas mercadorias e assegura o cumprimento dos contratos, o que define já nesse nível de abstração uma função básica a ser preenchida pela força de coerção

forma, um conceito de informação mais adequado às derivações gerais abstratas do modo de produção capitalista partindo também de uma investigação de Marx expostas no volume I de *O capital*.

O que se coloca, portanto, é a construção de um conceito de comunicação e suas variáveis como a informação que sejam apropriadas às derivações gerais do modo de produção capitalista e, portanto, inseridas nas contradições entre as forças produtivas e as relações de produção.

A definição de comunicação, assim, como a de informação, não parte da Física, ou da Biologia, mas da Crítica da Economia Política; não é determinista, nem organicista, mas dialética; não se adequa à análise da informação entre as células ou da comunicação entre os animais, mas apenas às relações sociais vinculadas à forma mercadoria e suas contradições. (BOLAÑO, s/d, p.3)

Neste sentido, a derivação da comunicação e da informação em sua forma capitalista segue alguns passos: (1) apresenta-se em sua forma categórica na circulação simples das mercadorias; (2) como forma categórica dentro do processo de valorização do próprio capital; e, (3) na forma categórica de mercadoria em si. A gradação desses momentos é de suma importância para compreender de que maneira a comunicação, em última instância, atinge o nível da contradição entre informação de massa x informação privada. Ao deslocar-se do primeiro (1) para o segundo (2) e terceiro (3) momento, a informação sai do nível da aparência - em que os sujeitos se encontram em nível de igualdade - para a complexidade e desigualdade sistêmica inerente ao processo de acumulação capitalista. Neste segundo (2) e terceiro (3) momento, tem-se duas constituições básicas da informação: uma onde ela se torna essencialmente informação para o trabalho (no processo produtivo), e outra no plano da concorrência capitalista em que a informação se torna ela própria a mercadoria. “É justamente a fetichização desta segunda forma da informação capitalista, ligada fundamentalmente ao processo competitivo, que está por trás das teses tão em voga de sociedade da informação.” (BOLAÑO, 2000, p.47).

---

extraeconômica, que constitui para a derivação feita por Blake, Jurgens & Kastendiek (1974)” (BOLAÑO, 2000, p.35).

A chamada MERCADORIA-INFORMAÇÃO como define Bolaño (2000) insere-se numa performance competitiva dentro da qual as informações tornam-se valiosos insumos para a expansão do capital. Esse cenário se intensifica na medida em que o desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação (TICs) articula-se com a expansão do sistema financeiro, sobretudo a partir dos anos 1990. A expansão das empresas capitalistas e dos Estados nacionais ocorre em paralelo com a ampliação do sistema de comunicação, potencializando a tendência da mercadoria informação.

Assim, a construção derivacionista de Bolaño mitiga qualquer leitura prometeica de autonomia do indivíduo com relação às chamadas tecnologias da informação e da comunicação (TICs). A convergência do progresso tecnológico não é algo novo como alguns querem proclamar, trata-se de certa forma, de um idealismo liberal pensar na ampliação dos meios de comunicação como uma condição à democratização da informação. É preciso atentar ao mascaramento da informação de classe<sup>2</sup> inerente à própria dinâmica de reprodução do capital, em que o aparente momento de igualdade no acesso da informação, oculta uma desigualdade no processo produtivo. Em outras palavras, essa contradição se dá quando determinado agente privado ou setor do Estado exerce seu monopólio sobre a comunicação/informação dirigida por esses meios (como ocorre seja com os meios de comunicação tradicionais, seja com os grandes conglomerados tecnológicos das mídias sociais).

Essa comunicação dirigida é destinada a um público que não se identifica como classe, e sim caracterizado como massa, permitindo uma espécie de ilusão participativa que surge justamente pela aparente igualdade de acesso de informação a todos os sujeitos pertencentes à massa. “Assim, a INFORMAÇÃO DE MASSA e a comunicação de massa mascaram o caráter eminentemente classista da informação e da comunicação sob o capitalismo” (BOLAÑO, 2000, p.50). Desta forma, a informação emerge novamente em seu caráter aparente de igualdade, porém não mais no processo de circulação simples da mercadoria, mas em nível concorrencial, quando os agentes capitalistas apostam no caráter burguês da liberdade e acesso à informação.

---

<sup>2</sup> A produção da comunicação no modo capitalista é definida por Bolaño como hierarquizada, objetiva, direta e não mediada. Inserida na dinâmica do trabalho, a informação adquire características de classe, isto é, “a direção burocratizada da empresa comunica-se com o trabalhador por meio de uma informação que assume a forma de ordem sobre os métodos e o ritmo do trabalho [...]” (BOLAÑO, 2000, p.42).



### **Democracia de mercado e as contribuições críticas de Robert Kurz**

As considerações de Bolaño sobre comunicação e informação aproximam-se do conceito de democracia de mercado desenvolvido por Robert Kurz (2020) enquanto uma forma derivada do capitalismo, tais quais o são outras categorias sistêmicas, como o dinheiro, o valor, o lucro e o próprio mercado. A concepção de Kurz fundamenta-se no entendimento de que democracia e fascismo são apenas o pano de fundo para a configuração universal da forma democracia enquanto mercadoria. Para isso, o autor parte do contexto de uma Alemanha nazista, onde liberdade e igualdade foram duas expressões máximas do nacional-socialismo de Hitler. Coube ao partido alemão desenvolver o universalismo abstrato destes ideais em sua forma mercadoria e fundi-los a um sistema particular de ordem superior “na linha povo-nação” (KURZ, 2020, p.47). Após a Segunda Guerra Mundial este nexos social foi responsável por internalizar e ampliar o caráter totalitário que posteriormente se alinhou com a ideia de democracia de mercado.

A democracia é, portanto, parte do processo de socialização histórica, permeada por atividades humanas, mas que em determinado momento, assim como as outras categorias sistêmicas adquirem um “caráter autônomo, uma espécie de “sistema sem sujeito” (Kurz, 2020, p.47) e que pela sua a-historicidades desloca-se para um sentido ontológico e/ou fetichista.

Em uma crítica contundente, Kurz afirma que as demandas históricas da esquerda surgem em sua própria forma burguesa. Ou seja, não há um discurso emancipado de indivíduos autoconscientes sobre os limites da suposta liberdade democrática, que em sua versão coercitiva está configurada pelas leis da produção e dinheiro. Capitalismo e democracia são sinônimos tendo em vista o discurso de liberdade e individualidade como imanentes a uma economia de mercado. Por isso, é conveniente à base política e econômica preservar a garantia dos ideais de autonomia do indivíduo, já que eles permanecem no plano da produção e do consumo e, assim, fomentam ampliação de seus capitais.

Eis a armadilha dentro da qual os próprios movimentos contestatórios recaem. Ao recorrer a uma concepção politicista de liberdade apenas no plano abstrato, esses movimentos apenas reiteram a ideia liberal de autonomia de produção, consumo e circulação da informação enquanto mercadoria. Por isso mesmo a expressão máxima da

democracia aparece em sua forma fetichizada como mercadoria na medida em que ela significa subjugar todos os desejos a uma forma superior, sem sujeito. Como afirma Marx (2018), uma mercadoria aparenta ser algo apenas trivial em seu valor de uso, com todas as propriedades que satisfazem uma necessidade, porém em uma análise mais intrincada de suas formas, ela se revela “plena de sutilezas metafísicas e caprichos teológicos. Transforma-se numa coisa sensível suprassensível” (MARX, 2018, p. 146). No fim das contas para validar a “vontade livre” recorre-se impiedosamente à valorização da forma social capitalista. Segundo Kurz, há, portanto, uma liberdade abstrata e uma coerção surda inerentes à chamada democracia de mercado para validar a “vontade livre”.

A ilusão da esquerda democrática consiste no fato de que essa constituição da vontade (da classe operária, dos oprimidos das massas populares etc.) determinada de maneira imanente e sociológica é considerada a institucionalização adequada (democracia de base etc.) para lidar com todas as crises, males e problemas, que na verdade não se originam de “falsas” vontades e “falsos” sujeitos, mas do processo sistêmico sem sujeito da forma mercadoria moderna e suas coerções. O problema não é a vontade, mas a *forma social da vontade* comum a todos. (KURZ, 2020, p.28)

A vulnerabilidade histórica da esquerda encontra-se, segundo o autor, justamente no caráter burguês de seu politicismo, ela não questiona a forma mercadoria da qual ela mesma é constituída. O que se coloca em questão é a necessidade de uma consciência de superação para além da forma sistêmica, todavia, o que ocorre é que esses movimentos foram inconscientemente socializados nos moldes da mercadoria, revelando-se por isso mesmo disfuncionais e contraproducentes.

## Conclusão

Este trabalho busca trazer uma contribuição crítica a respeito do papel que os grandes conglomerados tecnológicos (não apenas eles, também as mídias tradicionais) exercem respaldados por interesse das classes econômicas e/ou políticas. Sob o pretexto de porta vozes da democracia e liberdade de expressão, tais mídias apresentam-se como

espaços públicos para o compartilhamento de informações, livre de qualquer enviesamento.

Todavia, com os aportes conceituais da Economia Política da Comunicação, bem como de Robert Kurz, fica evidente que o interesse maior defendido por essas empresas é a conservação de si mesmo a partir de uma reprodução ampliada do capital fundamentada no valor da informação. Por isso mesmo, apoiam-se na contradição de uma dinâmica que permite, ao mesmo tempo, costurar pressões sociais e ceder às pressões populares de um lado, e sustentar um modelo de negócio e político do outro. Afinal, é necessário que as pessoas se manifestem para retroalimentar o direcionamento de conteúdo.

Quando os movimentos contestatórios de esquerda alardeiam contra a censura tanto na internet quando nas mídias tradicionais, no fundo tentam lutar contra o capitalismo na sua pior forma, aquele que supostamente cerceia a circulação democrática da informação. Todavia, quando esses mesmos movimentos reivindicam um posicionamento imparcial desses meios, estão fundamentalmente garantindo a reprodução do capital em sua forma mais branda, pois acreditam que as cessões dessas mídias são parte de uma conquista democrática da livre circulação da informação.

Como afirma Kurz, para superar essa dinâmica sistêmica, é preciso questionar a mercadoria informação e não apenas exigir o reformismo dessas instituições. Uma posição mais crítica permite entender a comunicação para além de sua forma fetichizada e ideologizada. Do contrário, continuará sendo uma demanda paradoxal esperar tanto uma condescendência desses meios, quanto propor uma espécie de revolução por esses meios. É necessário transcender as formas que dão continuidade ao movimento de valorização mercantil da informação e da democracia.

## Referências

BOLAÑO, C. **Indústria Cultura, Informação e Capitalismo**. SP: Hucitec, 2000.

BOLAÑO, César. **A centralidade da chamada Economia Política da Comunicação (EPC) na construção do campo acadêmico da comunicação: uma contribuição crítica**. Biblioteca Compós. Disponível em: [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_830.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_830.pdf) . Acesso em: 20 abr. 2021.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2003.

CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignação e esperança**: movimentos sociais na era da Internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2017.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

JULIO, Karina Balan. Fusões em mídia e tecnologia são as mais rentáveis. **Meio & Mensagem**. 22 jan. 2020. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2020/01/22/fusoes-em-midia-e-tecnologia-sao-mais-rentaveis-do-que-outros-setores.html> . Acesso em: 02 jun. 2021

KURZ, Robert. **A democracia devora seus filhos**. RJ: Consequência, 2020.

MARX, Karl. **O Capital**, vol.1. SP: Boitempo, 2018.

SWANT, Marty. As marcas mais valiosas do mundo em 2020. **Forbes**. Disponível em: <https://forbes.com.br/listas/2020/07/as-marcas-mais-valiosas-do-mundo-em-2020/#foto2>. Acesso em: 02 jun. 2021.