

ECONOMIA DA ATENÇÃO: UM NOVO “PONTO CEGO” DA ECONOMIA POLÍTICA DA COMUNICAÇÃO?¹

Rodolfo Rorato LONDERO²

¹ GT 6 - Teoria e Epistemologia da Economia Política da Comunicação

² Universidade Estadual de Londrina, rodolfoondero@uel.br.

RESUMO

O texto “Em busca de uma teoria do valor-atenção” (Oliveira, 2025) reacendeu um debate que, como observaram Dantas (2025) e Bolaño (2025) em suas contribuições, se encontra na origem da economia política da comunicação: o texto de Smythe (1977) sobre o “ponto cego” do marxismo ocidental. O problema que sustenta o debate, encapsulado no título do texto de Oliveira (2025), é sobre a possibilidade da atenção produzir valor, portanto, sobre a possibilidade de uma teoria do valor-atenção. Vale ressaltar que o debate assombrou e continua assombrando a economia política da comunicação em diversos momentos, como, por exemplo, o debate entre Fuchs (2015a) e Bolão (2015) na revista *tripleC*, originado pelos textos de Bolão & Vieira (2014) e Fuchs (2015b). Para um resumo desse debate – que não se pretende retomar neste artigo –, há o excelente trabalho de Figueiredo (2022).

O objetivo deste artigo é resgatar as origens ideológicas que sustentam o falso problema desse debate, privilegiando a obra de Herbert Simon, bem como de outros autores ligados ao debate (Goldhaber, 1997; Beller, 2006). É consenso entre os pesquisadores da economia da atenção indicar a palestra “Designing Organizations for an Information-Rich World”, proferida por Simon em 1969 e publicada em 1971, como a obra pioneira da área (Festré; Garrouste, 2015). Ainda que não utilize o termo “economia da atenção” – na verdade, o termo é mencionado por um dos comentaristas da palestra –, Simon (1971) apresenta aqui o argumento fundador dessa nova ideologia: “A escassez de atenção em um mundo rico em informações pode ser medida em termos de tempo de execução humano” (Simon, 1971, p. 41).

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, poderia se transformar em um “tempo de trabalho cristalizado” (Marx, 2011, l. 163). É claro que essa relação depende da definição de atenção empregada: no caso do argumento de Simon, a definição de atenção seletiva, oriunda das teorias de processamento de informação, torna possível essa mensuração. Entretanto, justamente por reduzir o ser humano a um computador, essas teorias substituem a percepção por um processo de seleção chamado indevidamente de atenção.

Percebe-se assim que uma teoria do valor-atenção é antes uma quimera liberal criada pela instrumentalização da atenção. Sua principal consequência é transformar a atenção em uma “coisa”, capaz de ser estocada, passada e recebida: como escreve Goldhaber (1997), “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* ao final do artigo. Em segundo lugar, do mesmo modo que a informação (Lopes, 2008; 2010), a atenção não é uma coisa, o que impossibilita sua troca e, portanto, sua valorização.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BELLER, J. **The cinematic mode of production: attention economy and the society of the spectacle.** Lebanon, NH: University Press of New England, 2006.

- BOLAÑO, C. Digitalisation and labour: a rejoinder to Christian Fuchs. **tripleC**, v. 13, n. 1, p. 79-83, 2015.
- BOLAÑO, C. (2025). Economia da atenção: o que Marx diria. Disponível em: <<https://outraspalavras.net/alemdamercadoria/economia-da-atencao-o-que-marx-diria/>>. Acesso em: 26 jan. 2026.
- BOLAÑO, C.; VIEIRA, E. The political economy of the internet: Social networking sites and a reply to Fuchs. **Television & New Media**, v. 16, n. 1, p. 52-61, 2014.
- DANTAS, M. (2025). Economia da atenção: exame de um ponto cego. Disponível em: <<https://outraspalavras.net/outrasmidias/economia-da-atencao-exame-de-um-ponto-cego/>>. Acesso em: 26 jan. 2026.
- FESTRÉ, A.; GARROUSTE, P. The ‘economics of attention’: a history of economic thought perspective. **Oeconomia**, v. 5, n. 1, p. 3-36, 2015.
- FIGUEIREDO, C. Redes sociais, plataformas e apropriação do tempo livre: crítica à teoria do trabalho digital não pago e suas consequências absurdas. In: MARQUES, R.; BASTOS, M. (orgs.). **Economia política da informação, da comunicação e da cultura: confrontando as barbáries do capital no século XXI**. Aracaju: ULEPICC-Brasil, 2022.
- FUCHS, C. Digital labour: a comment on César Bolaño’s tripleC reflection. **tripleC**, v. 13, n. 1, p. 84-92, 2015a.
- FUCHS, C. Against divisiveness: Digital workers of the world unite! A rejoinder to César Bolaño and Eloy Vieira. **Television & New Media**, v. 16, n. 1, p. 62-71, 2015b.
- GOLDHABER, M. H. The attention economy and the net. **First Monday**, v. 2, n. 4, 1997.
- LOPES, R. S. **Informação, conhecimento e valor**. São Paulo: Radical Livros, 2008.
- LOPES, R. S. Informação, conhecimento e valor – Comentário às indagações de Marcos Dantas. **Revista Eptic**, v. 7, n. 1, p. 1-6, 2010.
- MARX, K. **O Capital**, livro I. São Paulo: Boitempo, 2011. E-book.
- OLIVEIRA, M. (2025). Em busca de uma teoria do valor-atenção. Disponível: <<https://outraspalavras.net/descolonizacoes/em-busca-de-uma-teoria-do-valor-atencao/>>. Acesso em: 26 jan. 2026.
- SIMON, H. A. Designing Organizations for an Information-Rich World. In: GREENBERGER, M. (org.). **Computers, Communications, and the Public Interest**. Baltimore: Johns Hopkins Press, 1971. p. 37-72.
- SMYTHE, D. W. Communications: Blindspot of Western Marxism. **Canadian Journal of Political and Social Theory**, v. 3, n. 1, p. 1-27, 1977.