

## **REPRODUÇÃO E COMODITIZAÇÃO: DUALIDADE NO AMBIENTE OLIGOPOLISTA\***

### **REPRODUCTION AND COMODITIZATION: DUALITY IN THE OLIGOPOLIST ENVIRONMENT**

*Rodrigo de Camargo Cavalcanti\*\**

#### **RESUMO**

Este trabalho analisa a dualidade entre a reprodução e a comoditização no ambiente do capitalismo oligopolista. Para isso, fazemos comentário sobre o oligopólio e a colusão e, em seguida, discutimos conceitos de reprodução e comoditização. Posteriormente, apresentamos as disfunções entre eles e os métodos argumentativos para manutenção da estrutura de mercado. Após, tratamos do controle oligopolista sobre a educação e as patentes, considerando a relação da reprodução com a comoditização. Depois, salientamos o controle oligopolista sobre a reprodução propriamente dita. Afinal, concluímos relativização do direito de propriedade e da possibilidade de mudanças no mercado em prol do bem estar.

**PALAVRAS-CHAVE:** Oligopólio; Comoditização; Reprodução.

#### **ABSTRACT**

This paper analyzes the duality between reproduction and commodification in the context of oligopolistic capitalism. To do so, we comment on oligopoly and collusion, and then discuss concepts of reproduction and commoditization. Subsequently, we present the dysfunctions between them and the argumentative methods to maintain the market structure. Afterwards, we deal with oligopolistic control over education and patents, considering the relation of reproduction and commoditization. Next, we emphasize oligopolistic control over reproduction

---

\* Artigo recebido em: 08/11/2016.

Artigo aceito em: 2/12/2016.

**Fomento: Fundação Nacional de Desenvolvimento do Ensino Superior Particular (FUNADESP)**

\*\* Professor da Pós-Graduação em Direito e Pesquisador do Núcleo de Estudos de Direito Econômico Empresarial (NEDEMP) da Faculdade Alves Faria (Alfa); Pesquisador da Fundação Nacional de Desenvolvimento do Ensino Superior Particular (FUNADESP); Doutor em Direito pela PUC-SP. **Email: rodrigocavalcanti@gmail.com**

itself. After all, we conclude relativization of property rights and the possibility of changes in the market for welfare.

**KEYWORDS:** Oligopoly; Comoditization; Reproduction.

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO
2. BREVES COMENTÁRIOS SOBRE O OLIGOPÓLIO E A COLUSÃO
3. REPRODUÇÃO E COMODITIZAÇÃO
4. DISFUNÇÕES E MÉTODOS ARGUMENTATIVOS
5. EDUCAÇÃO, PATENTE, E O CONTROLE OLIGOPOLISTA
6. REPRODUÇÃO E INTERFERÊNCIA OLIGOPOLISTA
7. CONCLUSÃO
8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

## 1. INTRODUÇÃO

O enfoque do presente trabalho é sobre as estruturas do capitalismo contemporâneo, mediante uma perspectiva de transformações do mercado e da sociedade nas condições fornecidas pela relação intrínseca da sociedade consumidora com os conglomerados econômicos na própria reprodução de bens, especialmente imateriais.

Assim, desenvolve-se sobre esse propósito pois é clara a acelerada dinâmica da mutação do contexto atual principalmente pelas tecnologias de informação e comunicação, proporcionando novos desafios ao cenário oligopolizado e permitindo à sociedade inéditas maneiras de lidar com os sintomas da concentração de mercado.

## 2. BREVES COMENTÁRIOS SOBRE O OLIGOPÓLIO E A COLUSÃO

Desde 1980, há um crescimento na concentração de poder nas mãos de poucos conglomerados econômicos, o que se tornou realidade na imensa maioria dos setores da economia tanto nos países desenvolvidos quanto naqueles em desenvolvimento, seja através de fusões e aquisições entre agentes privados, seja através de políticas públicas de privatização condescendentes em relação a formação de oligopólios.

Uma definição de oligopólio que já utilizamos anteriormente é a de uma situação de mercado na qual “um número reduzido de agentes econômicos controla a maior parcela do mercado – e, justamente por isso, acaba por considerar as ações passadas, presentes e futuras de seus concorrentes mais do que num ambiente de concorrência perfeita”<sup>1</sup>. Outra definição que merece ser considerada é a de Kaysen e Turner, para quem, conforme salientado por Robert Bork, um mercado estruturalmente oligopolizado é aquele no qual um pequeno número de grandes vendedores partilham o mercado, de modo que são capazes

---

<sup>1</sup> CAVALCANTI, Rodrigo de C. **O oligopólio no Estado brasileiro de Intervenção Necessária**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2015, p. 139.

de reconhecer a interação dos próprios comportamentos e da responsividade de seus rivais em determinar os valores das variáveis do mercado<sup>2</sup>.

A denominação do contexto de mercado contemporâneo global como de um “capitalismo oligopolista” já foi utilizada por diversos autores. Entre outros, no Brasil, Florestan Fernandes, por exemplo, já indicou que, “no presente, o capitalismo oligopolista vinculado à automatização e à administração informatizada aumentou o espaço da classe dominante e reduziu drasticamente a capacidade de iniciativa dos de baixo”<sup>3</sup>. Ainda em 1989, Luiz Carlos Bresser Pereira afirmou que desde 1870 “o crescimento das grandes corporações inicia uma nova fase – a fase do capitalismo oligopolista”<sup>4</sup>.

Essa forma de capitalismo está vinculada atualmente à globalização, proporcionando mercados restritos em nível competitivo e formados por reduzido número de grandes conglomerados econômicos em todo o mundo.

No que diz respeito à União Europeia, o Diretor do Global Competition Law Centre College of Europe já salientou que o mundo dos oligopólios está presente em quase todos os setores da economia:

Com a exceção de certos bens públicos sujeitos a monopólios (por exemplo, defesa) e mercados de perfeita concorrência presentes somente em livros didáticos (por exemplo, comida de rua no Sudeste Ásia), oligopólios podem ser observados em toda a cadeia de valor, desde o nível do atacado (por exemplo, fabricação de pneus) para atividades varejistas (por exemplo, um supermercado), em indústrias de *commodities* (por exemplo, aço), serviços (por exemplo, notação de crédito), bem como em produtos de marca (por exemplo, bebidas alcoólicas) em pequenos mercados locais (por exemplo, distribuição de petróleo de varejo), assim como os grandes (por exemplo, produtos eletrônicos de consumo).<sup>5</sup>

---

<sup>2</sup> BORK, Robert H. **The antitrust paradox: a policy at war with itself**. Nova York: The Free Press, 1993, p. 176.

<sup>3</sup> COGGIOLA, Osvaldo. Florestan Fernandes e o socialismo. **Revista Adusp**. Out. 1995, p. 37.

<sup>4</sup> PEREIRA, Luiz Carlos B. O caráter cíclico da intervenção estatal. **Revista de Economia Política**. Vol. 9, No 3. Jul./set. 1989, p. 123.

<sup>5</sup> “With the exception of certain public goods subject to monopolies (e.g., defense) and of textbook-only perfect competition markets (e.g., street food in SouthEast Asia), oligopolies can be observed all over the value chain, from the wholesale level (e.g., tire manufacturing) to retail activities (e.g., grocery retailing), in commoditized industries (e.g., steel), services (e.g., credit rating) as well as branded goods (e.g., alcoholic beverages) in small, local markets (e.g., retail oil distribution) as well as large ones (e.g., consumer electronics markets).” In: PETIT, Nicolas. **The oligopoly problem in EU competition law**. Disponível em: <[http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1999829](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1999829)>. Acesso em 30 jun. 2016.

Também nos Estados Unidos, país que muitos consideram como exemplo de livre mercado, tem cada vez menos chance de continuar com esse título. Neste país, em 1982, havia vinte grandes bancos que atuavam no varejo, enquanto que, em 2009, era somente quatro grandes bancos. No que diz respeito aos bancos de investimento, em 1995, os seis maiores bancos detinham 17% do produto interno bruto, enquanto que, já em 2010, mesmo após recente a crise norte-americana, detinham 64%. Na área da saúde, atualmente HCA, Tenet, Universal Health Services e Community Health Systems são as empresas que controlam quase 2/3 de todos os serviços hospitalares naquele país<sup>6</sup>. A outorga da mídia nos Estados Unidos é de 90% para somente seis corporações: Walt Disney, Time Warner, CBS Corporation, Viacom, NBC Universal e Rupert Murdoch's News Corporation<sup>7</sup>. Das cinco maiores companhias aéreas dos Estados Unidos, a Delta detém 16.7%, Southwest aproximados 16.6%, United e American tem 15.3% e 12.5% respectivamente, e a U.S. Airways tem 8.4% do mercado, totalizando quase 80% do cenário.<sup>8</sup> E a lista continua.

As demais soberanias do planeta também acompanham essa tendência oligopolista. No Brasil, por sua vez, a quantidade de setores de mercado oligopolizados é enorme. Para citar alguns exemplos, de acordo com a ANATEL, em janeiro de 2003, o setor de telefonia móvel tinha quatro grandes empresas (Brasil Cel, Telecom Americas, Tim Brasil e Opportunity) representando 78,38% de todo o mercado, enquanto que em dezembro de 2013, as quatro maiores (Telefônica, Telecom Americas, Telecom Itália e Oi) contavam com 99,44% do mercado – importante salientar que a Telefônica detinha, até fevereiro de 2015, 14,8% de participação na Telecom Itália<sup>9</sup>. O mercado de TV por assinatura, por

---

<sup>6</sup> SUAREZ-VILLA, Luis. **Corporate power, oligopolies and the crisis of the state**. New York: State University of New York Press, 2015, p. 30.

<sup>7</sup> INVESTOPEDIA. What are some current examples of oligopolies? **Investopedia**. 15 dez. 2014. Disponível em: <<http://www.investopedia.com/ask/answers/121514/what-are-some-current-examples-oligopolies.asp>>. Acesso em 29 jun. 2016.

<sup>8</sup> INVESTOPEDIA. Is the airline industry in an oligopoly state? **Investopedia**. 12 jan. 2015. Disponível em: <<http://www.investopedia.com/ask/answers/011215/airline-industry-oligopoly-state.asp>>. Acesso em 18 jun. 2016.

<sup>9</sup> Cabe esclarecer que desde março de 2015 esse cenário se alterou ligeiramente, tendo em vista a compra da GVT pela Telefônica, processo este cuja decisão do CADE foi, entre outras medidas, de determinar que a Telefônica vendesse sua participação na Telecom Itália. Porém, dizemos que o cenário foi ligeiramente alterado tendo em vista que, conforme noticiado pela mídia Reuters, “segundo dados de agosto da Anatel, após a compra da GVT, a participação de mercado da Telefônica Brasil em banda larga chega a cerca de

sua vez, tinha concentrado em apenas duas empresas (NET e SKY), em dezembro de 2013, uma fatia equivalente a 83,41% de acessos. No mercado de aviação civil também não é muito diferente. Conforme dados fornecidos pela ANAC, somente três empresas (Tam, Gol e Azul) lideram a participação mercado contemplando, em dezembro de 2013, um total de 91,6%, quase o mesmo valor de 2005, em que as mesmas empresas detinham 91,53% de todo o mercado de aviação civil doméstica. Já no setor automotivo<sup>10</sup>, três empresas dominam mais da metade do mercado de veículos (Fiat, Volkswagen e GM) com 58,71%<sup>11</sup>. No setor de supermercados, quatro empresas (Pão de Açúcar, Carrefour, Walmart e Cencosud) lideram em faturamento com mais da metade do total em todo o país (50,22%)<sup>12</sup>.

São alguns exemplos do capitalismo de oligopólio que perpassa por todo o globo. Neste cenário, a competitividade num ambiente oligopolista tende a se manter sobre a redução de custos, conquistada através de *outsourcing* de atividades trabalhistas e funções corporativas que não influenciem em decisões mais centrais; através da eliminação ou do enfraquecimento de sindicatos; da melhoria na tecnologia (reduzindo o trabalho humano ao mínimo); e tudo isso sem a redução de preços e, muitas vezes, também sem uma evolução significativa dos produtos e serviços. As guerras de preço, na verdade, são mais realizadas entre pequenas e médias empresas nos setores em que o oligopólio ainda não tem o controle. Isso porque, nos ambientes oligopolistas, reina a estratégia da colusão tácita, quando não cartel, mediante o jogo do *price*

---

30,6 por cento, superando a atual vice-líder Oi, que tem 27,9 por cento e encostando na líder NET, que tem 30,7 por cento do mercado, com 7,2 milhões de acessos”. Além do que, “os serviços oferecidos pela Telefônica Brasil e pela GVT se sobrepõem em cerca de 20 municípios do Estado de São Paulo, e em algumas dessas cidades a participação das duas empresas somadas pode chegar a quase 100 por cento”. REUTERS. Vivo e GVT têm sobreposição em 20 municípios de SP. **Exame.com**. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/vivo-e-gvt-tem-sobreposicao-em-20-municipios-de-sp>>. Acesso em 06 mai. 2016.

<sup>10</sup> Neste setor, vale salientar, a concentração de poder econômico está em queda desde 1999, quando 90% do mercado estava nas mãos de quatro grandes empresas. Em 2010, esse percentual se reduziu para quase 70%. Porém, mesmo assim o oligopólio persiste em altos índices.

<sup>11</sup> FENABRAVE. Índices e números. **Fenabreve**. Disponível em: <<http://www3.fenabreve.org.br:8082/plus/modulos/listas/index.php?tac=indices-enumeros&idtipo=1&layout=indices-e-numeros>>. Acesso em: 2 mai. 2016.

<sup>12</sup> VALOR Econômico. Pão de Açúcar cresce mais que concorrentes e lidera ranking do setor. 26 mar. 2014. **Valor Econômico**. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/empresas/3495866/pao-de-acucar-cresce-mais-que-concorrentes-e-lideraranking-do-setor>>. Acesso em: 5 jun. 2016.

*leadership*, em que o preço se mantém num nível negociado dentro dos arranjos do próprio oligopólio onde cada um segue os demais para evitar o dissabor da competição. Assim, sobre esse movimento denominado de colusão tácita, expõe Marilena Filippelli:

Tal resultado só pode ser alcançado em oligopólio, como consequência da interdependência dos jogadores que caracteriza este funcionamento do mercado. [...] Interdependência de conduta é uma condição essencial para a colusão tácita, pois permite que as empresas implementem estratégias de colusão simplesmente observando e adaptando uns com os outros: estando consciente de sua influência estratégica mútua, as empresas podem coordenar com os outros na definição do preço supra-competitivo que representa, para todos eles, a melhor estratégia de maximização do lucro.<sup>13</sup>

O papel que as grandes empresas oligopolistas realizam interfere diretamente nos mais variados setores da sociedade, moldando padrões de relacionamento social, alterando as formas com que os sujeitos interagem no dia-a-dia, inclusive sendo muitas vezes, na prática, co-responsáveis pela edição de determinadas normas jurídicas pelo Estado e sua aplicação (lobby).

Esse contexto de mercado nos leva inclusive à possibilidade de recorrermos ao pensamento de Joseph Schumpeter, um dos primeiros a considerar as inovações tecnológicas como motor do desenvolvimento capitalista, ao se fazer um paralelo do capitalismo oligopolista com o seu chamado *trustified capitalism*, fase do capitalismo em que o indivíduo inventor é cada vez mais substituído por um cientista, ou grupo de cientistas, em laboratórios de grandes empresas, e as inovações são cada vez mais reproduzidas dentro dessas empresas<sup>14</sup>, ou seja, as reproduções são endógenas na estrutura corporativa, que se desenvolve através de um constante esforço de suas unidades de pesquisa especializada<sup>15</sup>.

---

<sup>13</sup> “such a result can be achieved only in oligopoly, as a consequence of the players' interdependence that characterizes this market functioning. [...] interdependence of conduct is an essential condition for tacit collusion, as it permits companies to implement collusive strategies simply by observing and adapting with each other: being aware of their mutual strategic influence, companies may coordinate with each other in setting the supra-competitive price that represents, for all of them, the best profit-maximizing strategy.” In: FILIPPELLI, Marilena. **Collective dominance and collusion**. Parallelism in EU and US competition law. Reino Unido: Edward Elgar Publishing Limited, 2013, p. 196.

<sup>14</sup> CORSI, Marcella.; GUARINI, Giulio. Financial crises and cyclic development according to the approach of Paolo Sylos Labini. **Munich Personal RePEc Archive**. 20 set. 2009.

<sup>15</sup> MARCELLI, Angelina. The Entrepreneur between Theory and History. Adriano Olivetti, Innovator of the Italian Capitalism. **International Journal of Business and Social Science**. Vol. 7, No. 1. Jan. 2016, p. 61

Com este escopo, vamos abordar dita reprodução *interna corporis* e a necessidade desta de se relacionar com a reprodução socialmente mediada, a qual desenvolve-se como nunca antes visto junto àquela, principalmente no que diz respeito aos produtos e serviços fundados em bens intangíveis.

### 3. REPRODUÇÃO E COMODITIZAÇÃO

A tecnologia tem levado os agentes econômicos a transformações profundas e contínuas em seus processos de produção, sendo um critério de primeira importância tanto na prestação de bens quanto de serviços. As mudanças que principalmente as chamadas TICs – tecnologias de informação e comunicação - tem proporcionado no mercado e na civilização desde o fim da década de 1990 fazem com que uma das características essenciais do capitalismo contemporâneo seja a sua evidente constituição – oligopolista – com fortes lastros nos bens intangíveis.

Os bens intangíveis são atualmente de vital relevância tanto para as empresas, assim como para a sociedade consumidora, em cada qual desenvolvendo-se consoante as regras e os procedimentos vinculantes de cada contexto de reprodução, monetizada ou não, com intervenção direta das corporações ou não. Neste cenário, é relevante a diferenciação das formas dos processos de reprodução inseridos que ocorrem na sociedade, mediados socialmente, ou os que ocorrem nas empresas, com intervenção dos agentes econômicos, como iremos explicar mais adiante, principalmente se vinculados à nossa denominada sociedade do conhecimento. Assim, o primeiro modelo, majoritariamente social, é a “reprodução propriamente dita” e, o segundo modelo, de interferência econômica empresarial, denomina-se “comoditização”.

Enquanto a reprodução propriamente dita é mediada socialmente, ou seja, é societal, com forte dependência nas relações sociais que são externas ao domínio corporativo-empresarial, desta forma fora do controle das corporações, a comoditização envolve a apropriação de recursos por empresas com a finalidade de transformação, através do processo de produção manufatureira ou de serviço, para obtenção de capital. Comoditização, assim, seria a apropriação

de bens tangíveis ou intangíveis para servirem como *commodity*, que, em seu sentido original, remete a mercadoria. Por outro lado, no caso da reprodução propriamente dita, esses bens são produzidos no contexto das interações sociais e para a própria sociedade retornam, sem qualquer sentido de monetização. Assim, podemos dizer que, enquanto a apropriação é central para a comoditização, a reprodução é a renovação de recursos de forma não monetária, embora no fim ambos tendam à ocorrência da produção.

Em bens intangíveis, pode-se citar criatividade, conhecimento, experiência, civilidade, moral, etc. Esses bens, contudo desde sempre mediados na sociedade, também tem se submetido à apropriação financeira, especialmente pelas grandes empresas e principalmente após a segunda metade do século XX, apesar de que, como se pode imaginar, há incertezas em como mensurá-los por critérios monetários - o que acarreta dificuldades na mercantilização desses bens.

As corporações, por isso, buscam reduzir esses problemas de mensuração em face dos bens intangíveis de diversas maneiras: desde através dos contratos com empregados que os impedem de colaborar com demais empresas diante das novas invenções, ideias ou inovações resultantes de seus processos criativos (*non compete agreement*), até a fragmentação e compartimentalização dos processos de pesquisa, desenvolvimento e produção na empresa, o que reduz a possibilidade dos empregados de tomarem conhecimento integral da técnica em sua aplicação, obstaculizando a transmissão de informações a terceiros (exatamente o oposto da inovação aberta).

A importância de focarmos nos bens intangíveis se dá pois, como bem salienta Luiz Suarez-Villa, “intangíveis são profundamente associados com o poder corporativo oligopolista, tendo em vista que eles fornecem novas fronteiras de valor - e lucro - que ajuda a aumentar a concentração”<sup>16</sup>. Ademais, vale salientar que a inovação, um dos importantes fundamentos para garantir que uma empresa é eficiente, é um dos pré-requisitos para as autoridades de defesa da

---

<sup>16</sup> “intangibles are thus deeply associated with oligopolistic corporate power, as they provide new frontiers of value – and profit – that help increase concentration.” In: SUAREZ-VILLA, Luis. **Corporate power, oligopolies and the crisis of the state**. New York: State University of New York Press, 2015, p. 178.

concorrência analisarem e aprovarem as concentrações de agentes econômicos. “A eficiência que é gerada pela inovação é uma das justificativas-chave universalmente oferecidas pelo direito concorrencial”<sup>17</sup>. Como resultante, a propriedade intelectual tem se tornado a mais importante fonte de valor para as corporações.

#### 4. DISFUNÇÕES E MÉTODOS ARGUMENTATIVOS

Cabe refletir, ainda, que as diferenciações entre a comoditização e a reprodução aqui apresentadas geram certas disfunções num ambiente oligopolista, tendo em vista o embate normalmente gerado entre esses dois processos, especialmente com a insatisfação dos agentes econômicos sobre a ausência de controle em face das reproduções não monetizadas que se consolidam cada vez mais em determinados contextos de mercado. As corporações buscam, diante disso, adotar diferentes “métodos argumentativos” que serviriam para a garantia do poder de persuasão e influência sobre seus consumidores.

Uma primeira disfunção relatada por Suarez-Villa diz respeito ao controle dos conglomerados econômicos sobre a governança pública. A perda de controle dos oligopólios sobre a reprodução cria uma situação de fragilidade para esses, fragilidade essa que tentam desobstaculizar através de um aumento na influência sobre os governos, como uma maneira de salvaguardar seu poder, mediante *lobbying*, contribuições políticas, *revolving door mechanisms*<sup>18</sup> (teoria da captura) etc. Assim, “maior controle sobre o governo significa que os regulamentos, leis e instituições devem ser amplamente alinhados com, e subservientes aos interesses dos oligopólios. O objetivo final deste jogo de

---

<sup>17</sup> “The efficiency that is generated by innovation is one of the key justifications universally offered for competition law”. In: DUNS, John. Innovation through the lens of competition law. In: PITTARD, Marilyn; MONOTTI, Ann L.; DUNS, John. **Business innovation and the law**. Perspectives from intellectual property, labour, competition and corporate law. Reino Unido: Edward Elgar Publishing Limited, 2013, p. 237.

<sup>18</sup> “Revolving door mechanisms” são movimentos de pessoal entre funções como legisladores e/ou reguladores e funções nas indústrias afetadas pela mesma legislação e/ou regulamentação.

influência é fazer a sociedade ‘segura’ para o poder corporativo oligopolista”<sup>19</sup>. Busca-se, desta forma, alinhar os interesses e escopos dos acionistas com aqueles da diretoria da corporação.

Uma segunda disfunção é o esforço em harmonizar os interesses da população com aqueles do poder oligopolista. Torna-se, assim, o bem-estar de todos como que dependente do sucesso da corporação. Isso ocorre e pode ser bem visualizado nos *stock markets*, onde as empresas buscam suporte financeiro para suas ações. Diante desse quadro, os acionistas passam a contribuir para o alcance dos objetivos de lucro da empresa oligopolista. Outra situação é a da defesa dos interesses corporativos por políticos, os quais salvagam os direitos de grandes empresas e defendem argumentos nesse sentido como sendo inquestionavelmente de interesse público.

## 5. EDUCAÇÃO, PATENTE, E O CONTROLE OLIGOPOLISTA

Os investimentos, principalmente dos governos, em ensino superior no mundo, em especial desde a segunda metade do século XX, tem indiretamente beneficiado as empresas enormemente, já que a sociedade em grande parte arca com esses custos cumulativos, e, como resultado, tem-se a geração de conhecimento, os quais, propiciando condições de alcance, reprodução e inovação sobre a técnica e a criatividade, favorecem a emergência de novas tecnologias – indispensáveis aos oligopólios contemporâneos – como bio e nanotecnologias, informática, TICs etc. Essa seria uma das facetas da reprodução não inserida diretamente no ambiente corporativo e que beneficia os oligopólios.

A partir da década de 1970, o número de estudantes matriculados na educação superior no mundo quintuplicou, elevando-se de 28,6 milhões em 1970 para 152,5 milhões em 2007. A expansão tornou-se particularmente intensa a partir

---

<sup>19</sup> “Greater control over government means that regulations, laws, and institutions must be largely aligned with, and subservient to, the interests of the oligopolies. The ultimate objective of this game of influence is to make society - and its governance – ‘safe’ for oligopolistic corporate power. In: SUAREZ-VILLA, Luis. **Corporate power, oligopolies and the crisis of the state**. New York: State University of New York Press, 2015, p. 203.

dos anos 2000. Conforme dados da Unesco, de 2005 a 2013, nos países desenvolvidos a taxa de matrículas no ensino superior aumentou em aproximadamente 10%, enquanto que nos países em desenvolvimento houve um aumento aproximado de 15% dessa taxa<sup>20</sup>.

Por outro lado, porém, como bem dito por Thomas Piketty, tem-se que, “assim como o setor de saúde não tem por objetivo principal o fornecimento de trabalhadores com boa saúde para outros setores, o setor de educação não tem por objetivo principal preparar seus alunos para ocupar um posto de trabalho nos outros setores”<sup>21</sup>. Educação, assim, é um valor em si: “permitir que se tenha acesso ao conhecimento e à cultura científica e artística constituem os objetivos da civilização”.<sup>22</sup> Neste aspecto, um fator que merece consideração é a possibilidade da educação, para mais ou para menos, de uma forma ou de outra, fornecer instrumentos para o pensamento crítico e autônomo, o que propicia, mais ainda na contemporaneidade, o surgimento de plataformas de interação social e de difusão de tecnologias à margem das corporações, inovando sobre as formas de se relacionar especialmente com o instituto da propriedade privada e de sua função social. Desta forma,

A especificidade da constituição/transformação deste setor [educação] reside no fato de que, ao mesmo tempo em que ele se dinamiza e se expande, seus ‘produtos’ ou externalidades trazem elementos positivos **tanto para o setor produtivo** (que passa a contar com pessoal mais qualificado) **quanto para o campo social**, na medida em que instrumentaliza os indivíduos para o exercício da cidadania e aumenta suas chances de inclusão social (nas suas dimensões de inserção em um mercado de trabalho cada vez mais exigente do ponto de vista da qualificação e no acesso aos bens de consumo, cada vez mais sofisticados e complexos)<sup>23</sup>. (grifo nosso)

<sup>20</sup> UNESCO Institute for Statistics. UNESCO Global Education Digest and Regional Education Survey, 2015. **KNOEMA**. 1 ago. 2015. Disponível em: <<http://pt.knoema.com/UNESCOGED2015/unesco-global-education-digest-and-regional-education-survey-2015>>. Acesso em 30 jun. 2016.

<sup>21</sup> PIKETTY, Thomas. **O capital no século XXI**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2014, p. 299, 300.

<sup>22</sup> PIKETTY, Thomas. **O capital no século XXI**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2014, p. 300.

<sup>23</sup> PORTO, Claudio; RÉGNIER, Karla. O Ensino Superior no Mundo e no Brasil – Condicionantes, Tendências e Cenários para o Horizonte 2003-2025. Uma Abordagem Exploratória. **MEC**. Dez. 2003, p. 8. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/sesu/arquivos/pdf/ensinosuperiormundobrasiltendenciascenarios2003-2025.pdf>>. Acesso em 28 jun. 2016.

Assim, paralelamente a essa profusão da reprodução pela educação, tem-se que, com a leniência do Estado para com os oligopólios, muitas vezes favorecendo-os diretamente<sup>24</sup>, inclusive em relação às próprias empresas instituições de ensino, é possível identificar o que Suarez-Villa denomina de *corporate welfare*, premente em atos de governo mais neoliberais, de incentivo de ganho de qualidade de vida dos cidadãos através dos instrumentos cedidos pelos grandes conglomerados econômicos, sendo que um dos argumentos que dá vazão a tal política é ser contrária ao inchaço da máquina pública e à sua suposta ineficiência quando comparada com os agentes econômicos privados. É cada vez mais comum também que as corporações invistam na academia, especialmente em Universidades, que são sem sombra de dúvida importantes repositórios de conhecimento codificado e tácito, reprodutores, portanto, de bens intangíveis. A recente Emenda Constitucional 85 incluiu na Constituição Federal Brasileira o Art. 219-A<sup>25</sup>, que visa justamente fomentar parcerias público-privada com universidades e centros de pesquisa pública com o foco direto em inovação. Referida emenda foi recentemente regulamentada pela Lei Federal 12.243/16<sup>26</sup>, que trata do tema de forma extensa, e alterou, inclusive, a Lei de Licitações para facilitar tais parcerias.

Investimentos em pesquisa, melhoria de laboratórios, de instrumentos, de bibliotecas, são algumas das formas que as empresas buscam para um trabalho conjunto nas Universidades, angariando novos pesquisadores e/ou estudantes para se tornarem internos à empresa e/ou para realizarem pesquisas

---

<sup>24</sup> Um exemplo de favorecimento direto do Estado para os oligopólios é a política dos “campeões nacionais”, instituída em diversos países principalmente durante o final do século XX. Conforme já dissemos sobre essa política no território brasileiro: “A teoria dos ‘campeões nacionais’ promove a ideia de se apoiar determinadas empresas ou certos conglomerados econômicos em prol do fortalecimento para a concorrência no mercado globalizado, a fim de alocar agentes econômicos brasileiros no ambiente competitivo internacional, inclusive através de subsídios e das diversas formas de auxílio ao alcance do Governo.” In: CAVALCANTI, Rodrigo de C. Campeões Nacionais: o BNDES e o mandamento constitucional do Estado brasileiro consoante a regra matriz da ordem econômica. **Revista de Direito Público da Economia**. Ano 13, No 52. Out./dez. 2015, p. 214.

<sup>25</sup> Art. 219-A. A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios poderão firmar instrumentos de cooperação com órgãos e entidades públicos e com entidades privadas, inclusive para o compartilhamento de recursos humanos especializados e capacidade instalada, para a execução de projetos de pesquisa, de desenvolvimento científico e tecnológico e de inovação, mediante contrapartida financeira ou não financeira assumida pelo ente beneficiário, na forma da lei.”

<sup>26</sup> Dispõe sobre estímulos ao desenvolvimento científico, à pesquisa, à capacitação científica e tecnológica e à inovação.

direcionadas aos interesses desta, fomentando, portanto, a reprodução pública apesar da independência ideológica supostamente necessária de todo centro de estudos.

Ademais, cabe salientar que uma significativa abertura e difusão na pesquisa é, portanto, praticamente impossível de ser conciliada com o funcionamento do domínio corporativo<sup>27</sup>. Por isso, um dos sintomas da monetização de intangíveis é o aumento constante do valor das patentes, que são protegidas a todo custo principalmente pelas empresas em situação de oligopólio. Surgiram, inclusive, empresas denominadas pejorativamente de *patent trolls*, que lucram, litigam e especulam inovações que não tiveram a mínima influência na criação. Essas empresas compram e acumulam grandes quantidades de patente, a fim de licenciar para terceiros ou litigar contra quem supostamente copie. Também se apresentam como proteção de litígios, já que, se uma empresa pagar ao *patent troll* determinada quantia, ela pode comprar uma licença em branco para usar qualquer patente deste *troll*. Em relação à importância das patentes, vale citar as seguintes palavras de Suarez-Villa que exemplificam a relevância dos intangíveis no capitalismo oligopolista contemporâneo:

Cinco oligopolistas da tecnologia - Apple, Microsoft, Sony, Ericsson e Research In Motion - por exemplo, gastaram um total de US \$ 4,5 bilhões para comprar mais de seis mil patentes da falida Nortel Networks Corporation em 2011, colocando a maior parte delas em uma *venture* nova e de propriedade conjunta - Rockstar Consórcio - para licenciá-las para os outros ou para litigar sobre o seu uso.<sup>28</sup>

E isso é justificado também conforme a seguinte lição de Ray Finkelstein:

Inovação aumenta o bem-estar social. As empresas criam riqueza e emprego através da geração de novas ideias e desenvolvendo-as em produtos ou processos novos ou melhorados. Os consumidores, por sua vez, se beneficiam dessas essas inovações por acesso aos produtos e processos [...]. Na economia moderna, que é cada vez mais baseada em informações e serviços, novas ideias que resultam em pequenos

---

<sup>27</sup> SUAREZ-VILLA, Luis. **Corporate power, oligopolies and the crisis of the state**. New York: State University of New York Press, 2015, p. 216.

<sup>28</sup> “Five technology oligopolists – Apple, Microsoft, Sony, Ericsson and Research In Motion – for example, spent a combined \$4.5 billion to purchase more than six thousand patents from the bankrupt Nortel Networks Corporation in 2011, placing most of them in a new, jointly owned venture – Rockstar Consortium – to license them to others or to litigate over their use.” SUAREZ-VILLA, Luis. **Corporate power, oligopolies and the crisis of the state**. New York: State University of New York Press, 2015, p. 180.

avanços na tecnologia e pequenas melhorias na produção, podem garantir às empresas vantagens competitivas significativas sobre os rivais. Ter uso exclusivo dessas ideias muitas vezes pode significar a diferença entre manter e aumentar a quota de mercado e a ruína financeira.<sup>29</sup>

Vale salientar igualmente o outro lado dos fatos. Apesar das patentes, a reprodução consegue também ocorrer paralelamente aos interesses corporativos. É isso o que acontece, por exemplo, com os conhecidos *Open Source Initiative*, *Software Livre* e *Copyleft*. São termos que dizem respeito à promoção de produtos e de bens intangíveis, inicialmente na forma de *softwares* mas atualmente já incorporados nos mais variados setores da economia, com livre distribuição e contribuição ao aprimoramento, e alheios aos ditames do copyright, das patentes e do instituto da propriedade intelectual, o que permite, por muitas vezes, um inovação acelerada, uma vez que a reprodução pode se dar de forma colaborativa e ampla, potencializada através das diferentes formas de trabalho proporcionadas pelas tecnologias da informação e comunicação. É uma nova forma de se lidar com o direito de propriedade, além de constituir em perigoso ambiente para os oligopólios, os quais tem em conta a propriedade sobre os bens intangíveis como um dos grandes fatores estruturais de manutenção do poderio econômico. Contudo, vale nos referirmos às acertadas palavras de Robin Paul Malloy:

Nas áreas tanto do direito autoral quanto das patentes, por exemplo, assistimos a uma tensão entre o desejo de promover a concorrência nas ideias, e o objetivo de proteger ideias para que o criador possa receber um retorno econômico "apropriado". Por um lado, as ideias de fluxo livre e a promoção do trabalho criativo é bom e valioso. Ampla divulgação e fácil acessibilidade tornam ideias e as invenções relacionadas prontamente disponíveis para mais refinamento e ajuste. O fundamento para mais e futura criatividade é facilmente disponível para todos. Por outro lado, as ideias e as invenções podem levar anos a

---

<sup>29</sup> "Innovation enhances social welfare. Firms create wealth and employment by generating new ideas and developing them into new or improved products or processes. Consumers, in turn, benefit from these innovations by access to the products and processes [...]. In the modern economy, which is becoming increasingly information and services based, new ideas that result in slight advances in technology and minor improvements in production, can afford firms significant competitive advantages over rivals. Having exclusive use of those ideas can often mean the difference between maintaining and increasing market share and financial ruin." In: FINKELSTEIN, Ray. Legal protection of business research and development: can it harm competition? In: PITTARD, Marilyn; MONOTTI, Ann L.; DUNS, John. **Business innovation and the law**. Perspectives from intellectual property, labour, competition and corporate law. Reino Unido: Edward Elgar Publishing Limited, 2013, p. 244.

desenvolver. Estas exigem trabalho e investimentos e refletem realizações individuais e coletivas. Conseqüentemente, há uma sensação de que os incentivos económicos são necessários para induzir uma contínua e interessada busca pela invenção e pela criatividade. Por fim, copyrights e direito de patentes fornecem várias proteções e formas de poder de monopólio sobre as obras às quais se dirigem.<sup>30</sup>

Assim, é observável uma evolução em ambas as formas de lidar com o direito de propriedade intelectual. Isso nos leva também à afirmação de que a comoditização não se sustenta sem uma rede de reprodução não monetizada e livre, e, portanto, capaz de garantir a liberdade necessária para o desenvolvimento criativo, de invenções e inovações.

## 6. REPRODUÇÃO E INTERFERÊNCIA OLIGOPOLISTA

Adentramos, no capítulo anterior, diretamente na questão da educação e da academia, caminhando para a compreensão principalmente dos movimentos oligopolistas em face da propriedade intelectual e suas conseqüências. Porém, há outros três fatores salientados por Suarez-Villa, além da educação (mas que com ela se misturam), que influenciam fortemente a reprodução e acumulação de intangíveis externamente às corporações são: os *networks*, a legitimação social, e o que podemos chamar de aprimoramento individual.

*Networks* constituem poderoso instrumento de difusão, agrupamento e colaboração social, importantes para a criatividade e o conhecimento. Interações multidimensionais se tornaram possíveis inclusive mediante o desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação, traduzindo em variadas formas

---

<sup>30</sup> “In the areas of both copyright law and patent law, for example, we witness a tension between the desire to promote competition in ideas, and the goal of protecting ideas so that the originator can receive an ‘appropriate’ economic return. On the one hand, free-flowing ideas and the promotion of creative work is good and valuable. Extensive dissemination and easy accessibility make ideas and related inventions readily available for further refinement and adjustment. The foundation for further creativity is easily available to everyone. On the other hand, ideas and inventions can take years to develop. They require labor and investment and they reflect individual and group achievements. Consequently, there is a feeling that economic incentives are needed to induce an on-going and self-interested pursuit of invention and creativity. To this end copyright and patent law provide various protections and forms of monopoly power over the works that they address.” In: MALLOY, Robin Paul. **Law in a market context**. An introduction to market concepts in legal reasoning. Reino unido: Cambridge University Press, 2004, p. 162, 163.

de relações interpessoais aumentando o escopo e a escala das mediações sociais.

A legitimação social, por sua vez, nada mais é do que a possibilidade de construção conjunta de interesses, ou seja, ideais e propostas em comum que fortaleçam a criatividade individual, tornando-a efetivamente real e compartilhada e, assim, dotando-a de legitimidade para a realização de condutas, projetos, inovações, mediante coalizões, que refletem na criação de grupos de interesse, a fim de promover objetivos de benefício coletivo.

Já no que diz respeito ao aprimoramento individual, Suarez-Villa diz de certas qualidades individuais, como persistência em face das adversidades, disciplina, desenvolvimento das habilidades, que são essenciais para a reprodução de bens de difícil mensuração e que claramente auxiliam no desenvolvimento criativo e na aquisição de novos conhecimentos, também sob o auxílio de escolas, universidades e centros de treinamento e capacitação.

Esses três aspectos se relacionam diretamente com o conceito de capital social, na temática aqui proposta principalmente conforme construído por Francis Fukuyama, impulsionando também a análise do Banco Mundial que, em assertiva, salienta um crescente conjunto de evidências empíricas sugerindo que a densidade das redes sociais e instituições, bem como a natureza das interações interpessoais que lhes estão subjacentes, afetam significativamente a eficiência e sustentabilidade dos programas de desenvolvimento<sup>31</sup>. Em outros termos, “as instituições formais e informais são chaves para entender o desenvolvimento econômico”<sup>32</sup>.

Para Fukuyama, “capital social é uma norma atuante e informal que promove a cooperação entre dois ou mais indivíduos” (Fukuyama, 2000, p.1). A partir dessa definição, confiança, redes de trabalho e sociedade civil são epifenômenos resultantes do capital social. Dessa forma, vale atenção sobre as seguintes

---

<sup>31</sup> GROOTAERT, Christiaan; BASTELAER, Thierry van. Understanding and measuring social capital: a synthesis of findings and recommendations from the social capital initiative. **Banco Mundial**. Abr. 2001. Disponível em: <<http://siteresources.worldbank.org/INTSOCIALCAPITAL/Resources/Social-Capital-Initiative-Working-Paper-Series/SCI-WPS-24.pdf>>. Acesso em 25 jun. 2016.

<sup>32</sup> HIGGINS, Silvio S. **Fundamentos teóricos do capital social**. Chapecó: Argos, 2005, p. 22.

palavras de Silvio Salej Higgins, no que diz respeito à função do capital social numa sociedade liberal de livre mercado:

A função econômica do capital social consiste em reduzir os custos de transação próprios da coordenação formal, isto é, contratos, hierarquias, regras burocráticas etc. Ações coordenadas podem existir em grupos com baixo capital social, mas isto incrementa os custos transacionais de negociação, tais como o monitoramento e a negociação jurídica.<sup>33</sup>

Conforme já indicado por nós anteriormente, outro estudioso do capital social que neste momento merece atenção é Robert Putnam, que

[...] constantemente trata do conceito de associativismo como um indicador e impulsionador de estímulos sociais em prol da eficiência no desenvolvimento econômico, visto que abre espaço para os cidadãos criarem vínculos de confiança recíproca e, conseqüentemente, contratarem com mais segurança e respeito mútuo para que, assim, todos se sintam mais à vontade para multiplicar a prática do relacionamento, aumentando o dinamismo na circulação de dinheiro e mercadorias.<sup>34</sup>

Ou seja, capital social influencia diretamente na reprodução societal, sendo, de certa forma, um conjunto de características próprias da comunidade. Como se pode perceber, o capital social também remete muito a conceitos de civilidade, ética e solidariedade, fatores que podem chegar a atrapalhar, ou seja, servirem como pontos negativos para determinadas empresas que necessitam manter uma estrutura de ausência de colaboração com as instituições externas, inclusive com o Estado, a não ser que seja para benefício próprio. Desta forma, podemos compreender mais sobre o ocorrido no início do século XIX, pós Revolução Francesa:

Inspirados na rigorosa doutrina do *laissez faire*, os governos liberais da França, Itália e de outros países aboliram guildas, dissolveram entidades religiosas e desencorajaram a formação de quaisquer ‘combinações’ sociais ou econômicas semelhantes. Para impor essa nova ordem, as autoridades francesas e italianas mantinham sob rígida vigilância (e não raro tentavam extinguir) até mesmo as mais inócuas manifestações de sociabilidade organizada [...].<sup>35</sup>

---

<sup>33</sup> HIGGINS, Silvio S. **Fundamentos teóricos do capital social**. Chapecó: Argos, 2005, p. 68.

<sup>34</sup> CAVALCANTI, Rodrigo de C. Capital Social e Democracia na Perspectiva da Escola do Capitalismo Humanista. In: CONPEDI. (Org.). **Anais do XVIII Encontro Nacional do CONPEDI**. 1ed. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2009, p. 4402, 4403.

<sup>35</sup> PUTNAM, Robert D. **Comunidade e Democracia**: a Experiência da Itália Moderna. 5 ed. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2006. p. 148

Essa aversão à sociabilidade organizada paralelamente ao Estado pode muito bem servir de comparação aos tempos atuais no que diz respeito ao funcionamento da competição num ambiente oligopolista.

As grandes empresas, especialmente os oligopólios, em seus acordos com empregados e na relação com os demais agentes econômicos e instituições sociais e governamentais, agem da mesma maneira, ou seja, interferem diretamente nas relações humanas e nos fluxos de informações formulando meios de aumentar a fluidez e a confiança na própria empresa e nesta com as demais partes do oligopólio, ao mesmo tempo em que evitando e bloqueando agentes e sujeitos que não sejam de seu interesse, sempre tendo em vista a necessidade de proteção de seus bens tangíveis e intangíveis, principalmente os últimos por mais difíceis de serem controlados devida a natural porosidade das ideias, da criatividade e do conhecimento.<sup>36</sup>

Assim, em face da comoditização e da reprodução, enfaticamente Suarez-Villa nos indica que é no núcleo do rompimento da reprodução com a comoditização que está a dimensão social da reprodução, e a perda de controle que esta dimensão implica para o poder corporativo<sup>37</sup>. E continua, da seguinte maneira, embasando essa assertiva:

Esta dimensão social está no cerne da crise de governança pública, na medida em que a influência do poder corporativo sobre o estado se torna um meio para compensar essa perda. Os intangíveis necessários para o poder corporativo para alcançar reprodução e transformação completa adquirem assim uma dimensão social. Os resultados de reprodução pertencem, portanto, à sociedade. Esses resultados podem ser considerados parte dos bens comuns, que pertence a ninguém em particular, e para todos em geral. É esta dimensão que define o nosso

---

<sup>36</sup> Esse “associativismo excludente” das grandes corporações nos ambientes oligopolistas merece grande atenção, como bem já disse Robert Axelrod: “Às vezes, a questão é retardar em vez de promover cooperação. Um exemplo é a prevenção de práticas colusivas de negócios evitando-se as condições que promoveriam cooperação. Infelizmente, a própria facilidade com que a cooperação pode evoluir, mesmo entre egoístas, sugere que a prevenção da colusão não é uma tarefa fácil. Cooperação certamente não requer acordos formais ou negociações cara a cara. O fato de que cooperações baseadas na reciprocidade podem emergir e provar estabilidade sugere que atividades antitruste deveriam prestar mais atenção em prevenir as condições que nutrem a colusão do que em procurar por reuniões secretas entre executivos de empresas concorrentes”. (tradução nossa). In: AXELROD, Robert. **The evolution of cooperation**. New York: Basic Books, 2006, p. 180.

<sup>37</sup> SUAREZ-VILLA, Luis. **Corporate power, oligopolies and the crisis of the state**. New York: State University of New York Press, 2015, p. 220.

capitalismo, contemporâneo e dirigido por oligopólios, diferente de períodos anteriores.<sup>38</sup>

Desta forma, o autor suprarreferido salienta que em dois principais contextos de reprodução e comoditização as corporações devem escolher certos caminhos a seguir o contexto da apropriação e o do controle. Esses condicionam e condicionarão a natureza dos bens intangíveis e, em nosso ver, necessária e conseqüentemente, também o instituto central do capitalismo, qual seja, o da propriedade privada. Expliquemos:

No que diz respeito à apropriação, o poder corporativo pode, por um lado, se apropriar dos resultados do exercício de intangíveis a fim de extrair lucro e poder para seus próprios interesses. Por outro lado, pode garantir que a sociedade os usufrua livremente com benefícios a todos, comprometendo, assim, parte de seu poder de corporação sobre o governo e sobre a sociedade mesmo.

Já sobre o controle, as corporações oligopolistas teriam duas possibilidades, quais sejam: controlar a reprodução, ao tentar internalizá-la dentro de seu domínio, ou renunciar a este controle, deixando que a sociedade controle a reprodução de tal forma que a dimensão social seja disposta acima dos interesses corporativos. Se fosse dessa forma, assim, de acordo com Suarez-Villa, os produtos dos bens intangíveis e esses próprios bens não teriam como retornar à propriedade das corporações já que estariam incorporados definitivamente na sociedade.

Pode-se ademais, se concluir que um caminho do meio está se realizando, principalmente em face do desenvolvimento das plataformas de interação social, tendo em vista uma suposta abertura inevitável das empresas à capacidade de criação e inovação de conteúdo e conhecimento nesses meios virtuais pelo próprio consumidor, prática conhecida como inovação aberta, e os quais refletem cada vez mais em eventos na vida prática.

---

<sup>38</sup> “This social dimension is at the core of the crisis of public governance, to the extent that corporate power's influence over the state becomes a means to make up for that loss. The intangibles needed by corporate power to achieve reproduction and complete transformation thus acquire a societal dimension. The results of reproduction thus belong to society. Those results can be considered part of the commons, belonging to no one in particular, and to everyone at large. It is this dimension that sets our contemporary, oligopoly-driven capitalism apart from previous eras.” SUAREZ-VILLA, Luis. **Corporate power, oligopolies and the crisis of the state**. New York: State University of New York Press, 2015, p. 220.

Essa é uma forma das grandes empresas em propiciarem também a reprodução de conteúdo e conhecimento não monetizado, fator este que, mesmo fora do controle corporativo, é primordial para as empresas, tendo em vista que a criação e a inovação necessitam de fatores externos para reproduzirem. Portanto, a reprodução de intangíveis hoje ocorre basicamente através de mediação social além do domínio das corporações. Por isso, relações sociais e o contexto social adquirem importância vital e influenciam enormemente na qualidade do intangível usado como suporte para a operação de produção dentro da corporação.

Porém, é necessário esclarecer também que comumente essas corporações invadem de tal forma o contexto social que chegam a oferecer instrumentos para a realização da mediação entre os sujeitos. Assim, mesmo as plataformas de interação social são instrumentos que estabelecem determinadas formatações e padrões de comunicação entre os usuários, e que são predeterminados por corporações oligopolistas cujo capital tecnológico e criativo é altamente defendido mediante patentes, acordos com empregados e criadores, subdivisão de setores da empresa, etc.

Ou seja, os oligopólios e grandes conglomerados econômicos, afinal, se valem tanto da reprodução quanto da comoditização para lucrarem e aumentarem seu poderio tecnológico e de influência nos diversos setores da sociedade.

## 7. CONCLUSÃO

Como vimos, no capitalismo contemporâneo, há uma crescente transformação na forma de reprodução na própria sociedade. Esta reprodução, apesar de no final das contas favorecer também a comoditização, no processo de reprodução *interna corporis*, pode muito bem servir como um ponto de equilíbrio à evolução desenfreada do sistema oligopolista, prejudicial ao bem estar dos consumidores e do próprio capitalismo.

Por isso, entendemos que a reprodução socialmente mediada leva à relativização do direito subjetivo de propriedade, tendo em vista a flexibilização sobre as patentes e a constituição de coletivos físicos e virtuais de informações,

promovendo um desenvolvimento cultural que leva ao conhecimento mais amplo das estruturas do mercado, e, finalmente, da importância do estabelecimento de novos caminhos para uma economia que efetivamente seja direcionada aos propósitos de harmonização social e equilíbrio distributivo.

## 8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AXELROD, Robert. **The evolution of cooperation**. New York: Basic Books, 2006.

BORK, Robert H. **The antitrust paradox: a policy at war with itself**. Nova York: The Free Press, 1993.

CAVALCANTI, Rodrigo de C. Capital Social e Democracia na Perspectiva da Escola do Capitalismo Humanista. In: CONPEDI. (Org.). **Anais do XVIII Encontro Nacional do CONPEDI**. 1ed. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2009.

\_\_\_\_\_. Campeões Nacionais: o BNDES e o mandamento constitucional do Estado brasileiro consoante a regra matriz da ordem econômica. **Revista de Direito Público da Economia**. Ano 13, No 52. Out./dez. 2015.

\_\_\_\_\_. **O oligopólio no Estado brasileiro de Intervenção Necessária**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2015.

COGGIOLA, Osvaldo. Florestan Fernandes e o socialismo. **Revista Adusp**. Out. 1995.

CORSI, Marcella.; GUARINI, Giulio. Financial crises and cyclic development according to the approach of Paolo Sylos Labini. **Munich Personal RePEc Archive**. 20 set. 2009.

DUNS, John. Innovation through the lens of competition law. In: PITTARD, Marilyn; MONOTTI, Ann L.; DUNS, John. **Business innovation and the law**. Perspectives from intellectual property, labour, competition and corporate law. Reino Unido: Edward Elgar Publishing Limited, 2013.

FENABRAVE. Índices e números. **Fenabreve**. Disponível em: <<http://www3.fenabreve.org.br:8082/plus/modulos/listas/index.php?tac=indices-enumeros&idtipo=1&layout=indices-e-numeros>>. Acesso em: 2 mai. 2016.

FILIPPELLI, Marilena. **Collective dominance and collusion**. Parallelism in EU and US competition law. Reino Unido: Edward Elgar Publishing Limited, 2013.

FINKELSTEIN, Ray. Legal protection of business research and development: can it harm competition? In: PITTARD, Marilyn; MONOTTI, Ann L.; DUNS, John. **Business innovation and the law**. Perspectives from intellectual property, labour, competition and corporate law. Reino Unido: Edward Elgar Publishing Limited, 2013.

GROOTAERT, Christiaan; BASTELAER, Thierry van. Understanding and measuring social capital: a synthesis of findings and recommendations from the social capital initiative. **Banco Mundial**. Abr. 2001, Disponível em: <<http://siteresources.worldbank.org/INTSOCIALCAPITAL/Resources/Social-Capital-Initiative-Working-Paper-Series/SCI-WPS-24.pdf>>. Acesso em 25 jun. 2016.

HIGGINS, Silvio S. **Fundamentos teóricos do capital social**. Chapecó: Argos, 2005.

INVESTOPEDIA. What are some current examples of oligopolies? **Investopedia**. 15 dez. 2014. Disponível em: <<http://www.investopedia.com/ask/answers/121514/what-are-some-current-examples-oligopolies.asp>>. Acesso em 29 jun. 2016.

\_\_\_\_. Is the airline industry in an oligopoly state? **Investopedia**. 12 jan. 2015. Disponível em: <<http://www.investopedia.com/ask/answers/011215/airline-industry-oligopoly-state.asp>>. Acesso em 18 jun. 2016.

MALLOY, Robin Paul. **Law in a market context**. An introduction to market concepts in legal reasoning. Reino unido: Cambridge University Press, 2004.

MARCELLI, Angelina. The Entrepreneur between Theory and History. Adriano Olivetti, Innovator of the Italian Capitalism. **International Journal of Business and Social Science**. Vol. 7, No. 1. Jan. 2016.

PEREIRA, Luiz Carlos B. O caráter cíclico da intervenção estatal. **Revista de Economia Política**. Vol. 9, No 3. Jul./set. 1989.

PETIT, Nicolas. **The oligopoly problem in EU competition law**. Disponível em: <[http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1999829](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1999829)>. Acesso em 30 jun. 2016.

PIKETTY, Thomas. **O capital no século XXI**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2014.

PORTO, Claudio; RÉGNIER, Karla. O Ensino Superior no Mundo e no Brasil – Condicionantes, Tendências e Cenários para o Horizonte 2003-2025. Uma Abordagem Exploratória. **MEC**. Dez. 2003, p. 8. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/sesu/arquivos/pdf/ensinosuperiormundobrasiltendenci ascenarios2003-2025.pdf>>. Acesso em 28 jun. 2016.

PUTNAM, Robert D. **Comunidade e Democracia: a Experiência da Itália Moderna**. 5 ed. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2006.

REUTERS. Vivo e GVT têm sobreposição em 20 municípios de SP. **Exame.com**. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/vivo-e-gvt-tem-sobreposicao-em-20-municipios-de-sp>>. Acesso em 06 mai. 2016.

SUAREZ-VILLA, Luis. **Corporate power, oligopolies and the crisis of the state**. New York: State University of New York Press, 2015.

UNESCO Institute for Statistics. UNESCO Global Education Digest and Regional Education Survey, 2015. **KNOEMA**. 1 ago. 2015. Disponível em: <<http://pt.knoema.com/UNESCOGED2015/unesco-global-education-digest-and-regional-education-survey-2015>>. Acesso em 30 jun. 2016.

VALOR Econômico. Pão de Açúcar cresce mais que concorrentes e lidera ranking do setor. 26 mar. 2014. **Valor Econômico**. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/empresas/3495866/pao-de-acucar-cresce-mais-que-concorrentes-e-lideraranking-do-setor>>. Acesso em: 5 jun. 2016.