



www.ec-aiss.it

Testata registrata presso il
Tribunale di Palermo
n. 2 del 17 gennaio 2005
ISSN 1970-7452 (on-line)

© EIC · tutti i diritti riservati
gli articoli possono essere riprodotti a
condizione che venga evidenziato che
sono tratti da www.ec-aiss.it

Metodo semiotico e metodo marxiano: convergenze categoriali e questioni epistemologiche

Giorgio Borrelli

Abstract

Ferruccio Rossi-Landi (1921-1985) proposed to frame certain Marx's argumentations into a semiotic perspective. On the one hand, Rossi-Landi tried to demonstrate how the analytical instruments developed by the Marxian critique of political economy can contribute to a better understanding of semiotic processes. On the other hand, he attempted to illustrate how a semiotic methodology was present at an early stage in certain fundamental excerpts of Marxian theory; e.g. in the analysis of Commodity-Form. In line with Rossi-Landi's suggestions, in this paper I will try to establish a dialogue between Marxian method and other semiotic approaches.

Ferruccio Rossi-Landi (1921-1985) ha proposto di inquadrare alcune argomentazioni di Marx in una prospettiva semiotica. Da un lato, Rossi-Landi ha provato a dimostrare come alcuni strumenti analitici, sviluppati dalla critica marxiana dell'economia politica, possano contribuire ad una migliore comprensione dei processi semiotici. Dall'altro ha provato a illustrare come una metodologia semiotica fosse presente *in nuce* in alcuni passaggi fondamentali della teoria di Marx; ad esempio, nell'analisi della Forma Merce. A partire da queste intuizioni di Rossi-Landi, in questo lavoro proverò a stabilire un dialogo tra il metodo marxiano e altri approcci semiotici.

1. Introduzione

Sebbene sia difficile individuare una vera e propria "semiotica marxiana", i riferimenti ai concetti di "segno" e "linguaggio" sono tutt'altro che infrequenti nell'opera del filosofo di Treviri. Basti pensare all'*Ideologia tedesca* (1932), in cui il linguaggio viene inteso come elemento costitutivo dell'*agire pratico* (Marx, Engels 1932, p. 20); oppure, ai *Grundrisse* (1939), in cui Karl Marx accenna all'impossibilità di un "pensiero" non-linguistico (Marx 1939, p. 91); o, ancora, al *Capitale*, in cui viene più volte sottolineato il carattere "segnico" della merce e del denaro (Marx 1867, pp. 103-104).

Come è noto, Ferruccio Rossi-Landi (1921-1985) ha ritenuto che queste intuizioni marxiane potessero essere il punto di partenza per la costituzione di una "semiotica materialistico-dialettica". In particolare, Rossi-Landi ha proposto un metodo analitico basato sull'individuazione di *somiglianze*



genetico-strutturali tra la produzione di merci e la produzione di segni verbali (messaggi). Tali somiglianze possono essere rilevate sulla base di uno schema teorico astratto, la cui struttura è formata da un sistema di relazioni categoriali. Questo modello è lo strumento su cui Rossi-Landi fonda il suo *metodo omologico*. In base a questo metodo sarebbe possibile individuare una somiglianza genetico-strutturale tra due complessi di relazioni: da un lato, la relazione tra il linguaggio (inteso nel suo uso pratico-comunicativo) ed il “valore linguistico” – così come delineato da Saussure; dall’altro, la relazione tra *lavoro* e *valore* della merce – così come delineato da Marx. Nello specifico, il metodo omologico dovrebbe mostrare come nell’uso pratico-comunicativo del linguaggio sussistano delle dinamiche di *sfruttamento del lavoro* e *circolazione dei “valori”* omologhe a quelle descritte dalla critica marxiana dell’economia politica.

Nel prossimo paragrafo, illustrerò brevemente i presupposti teorici che Rossi-Landi pone a fondamento del rapporto tra metodo semiotico e metodo marxiano. Successivamente esporrò i limiti di questa proposta; limiti derivanti – a mio modo di vedere – da un’interpretazione imprecisa del metodo di Marx. Nel paragrafo successivo, proverò a mostrare come queste lacune teoriche possano essere ridiscusse a partire dall’individuazione di una serie di meta-categorie che possono avvicinare il metodo marxiano a diversi approcci di tipo semiotico.

2. Metodo omologico e *Darstellung*

Il termine “omologia” deriva dalle scienze biologiche e designa una corrispondenza di ordine genetico e strutturale fra due specie diverse (cfr. Rossi-Landi 1977, p. 72, nota 25). Prendendo come punto di partenza questa categoria, Rossi-Landi definisce “omologico” il suo *metodo*; tale metodo si basa sulla rilevazione di determinate *somiglianze* tra due *ambiti apparentemente separati* (cfr. Ponzio 2008, p. 28) e sull’individuazione dei *momenti genetici* di tali corrispondenze.

L’omologia viene pertanto posta da Rossi-Landi come il fondamento di un metodo orientato alla costruzione di un *modello teorico* volto a connettere due ambiti differenti come *parti* di una *medesima struttura in divenire*: la totalità di tale struttura è *l’essere umano*; le parti, connesse da somiglianze di tipo genetico-strutturale, sono la *produzione linguistica* e la *produzione materiale*.

L’ipotesi di Rossi-Landi è che la tesi marxiana del *carattere antropogenico* del lavoro debba comprendere in sé anche il carattere antropogenico del *linguaggio* (inteso nella sua dimensione verbale e non-verbale). L’essere umano è il prodotto del proprio lavoro, ma è un prodotto “che in sé racchiude il linguaggio” (Rossi-Landi 1985, p. 125); ignorare questa dialettica significherebbe non poter parlare dell’essere umano come totalità: l’essere umano sarebbe solo e semplicemente un produttore di artefatti o solo e semplicemente un generatore di parole.

La possibilità di una convergenza tra la produzione di segni e la produzione materiale – secondo Rossi-Landi – è presente nelle stesse argomentazioni di Marx. Ad esempio, tra gli elementi costitutivi del *processo lavorativo*, Marx pone la *zweckmäßige Tätigkeit*, cioè “l’attività conforme a scopo” (Marx 1867, p. 198, corsivo mio): se il lavoro è un’attività sociale, una forma di *cooperazione* tra individui in vista di un determinato scopo, allora questa attività non può svolgersi indipendentemente da qualche forma di semiosi organizzata, cioè, non può non “svolgersi secondo un programma” (Rossi-Landi 1985, p. 16). In questa prospettiva, il lavoro – per Rossi-Landi – è *linguaggio*, perché l’attività di produzione di segni (verbali e non-verbali) costituisce una parte fondamentale dei rapporti materiali di produzione, ponendo – sotto forma di programmi – le finalità dei processi lavorativi.

Ma la teoria semiotica di Rossi-Landi implica anche una prospettiva inversa: il linguaggio è *lavoro*, perché nel linguaggio possono essere rilevati i medesimi elementi del *processo lavorativo* così come delineato da Marx: i segni di cui è composto ogni sistema linguistico (verbale e non verbale) sono *artefatti*, e in quanto tali non possono che essere il risultato di una qualche attività umana *organizzata* (cioè riposante su altri segni o programmi). In questa prospettiva, ogni processo interpretativo deve essere inteso come un:

- a) *lavorare sui segni* – che costituiscono determinati *materiali* di lavoro;
- b) *per mezzo di altri segni* – che fungono da *strumenti*;
- c) *seguendo determinate “regole”* – anch’esse necessariamente strutturate in segni.

Prendendo le mosse da questo modello, Rossi-Landi ritiene di poter applicare a livello linguistico la teoria marxista del valore-lavoro; nello specifico, il metodo omologico dovrebbe mostrare come nell'uso pratico-comunicativo del linguaggio sussistano delle dinamiche di *sfruttamento del lavoro* e *circolazione dei "valori"* omologhe a quelle descritte dalla critica marxiana dell'economia politica. Tale ipotesi di ricerca – come ammette lo stesso Rossi-Landi (cfr. Rossi-Landi 1972, p. 285) – presenta tuttavia dei limiti; limiti che dipendono – a mio modo di vedere – da un'errata interpretazione della *Darstellung [esposizione]* marxiana, cioè del modo in cui Marx *espone* la logica del modo di produzione capitalistico (cfr. Bellofiore 2013; Fineschi 2013).

Questa *esposizione* si basa su un principio di "progressione sistematica delle categorie" (Bellofiore 2013, p. 17): Marx articola il proprio discorso supponendo che ogni categoria sia "deficitaria in termini di determinazione rispetto alla successiva" (*ibidem*). Per esempio, per descrivere i processi attraverso cui il *valore* viene generato nel modo di produzione capitalistico sarà necessario fare riferimento ad un'ulteriore e *più complesso* quadro categoriale, strutturato per spiegare i processi di generazione del *plusvalore*. Per comprendere l'origine del plusvalore sarà necessario esporre la logica di *sfruttamento* della forza lavoro posta in essere dal capitale, e dunque fare riferimento ad un quadro categoriale ancora più complesso, in grado di precisare il senso delle categorie precedenti (più indeterminate). Il punto di arrivo di questo procedimento espositivo sarà – per Marx – la ricostruzione della logica di funzionamento del modo di produzione capitalistico, cioè del *capitale*.

Contrariamente a quanto sostiene Rossi-Landi, risulta difficile individuare nella sfera linguistica la medesima progressione categoriale che Marx ha individuato nella sfera economica. Risulta cioè difficile individuare, nell'uso pratico comunicativo del linguaggio, una successione delle categorie omologa a quella che permette di determinare – cioè, di descrivere e comprendere – il concetto di "valore" nella *sfera economica*.

È difficile, ad esempio, ricondurre il *valore linguistico* – inteso, in senso saussuriano, come rapporto puramente *formale* – a qualche tipo di *lavoro linguistico*, che andrebbe a costituirne – in una prospettiva marxiana – la *sostanza* (cfr. Borrelli 2017). Più specificamente, risulta difficile individuare a livello linguistico quegli stessi processi che a livello economico trasformano il lavoro in pura *sostanza di valore*, in *lavoro astratto*. Di conseguenza, risulta ancora più difficile leggere la categoria di "valore linguistico" alla luce di quelle dinamiche di *sfruttamento* attraverso cui – secondo Rossi-Landi – potrebbe dedursi la categoria di "plus-valore linguistico" (cfr. Rossi-Landi 1985, pp. 131-136).

3. "Contraddizione" e "apparenza" nella Forma Merce

Queste debolezze teoriche, tuttavia, non sminuiscono la proposta metodologica di Rossi-Landi e il suo tentativo pionieristico di analizzare l'agire economico come forma particolare di semiosi non-verbale. A questo proposito, ritengo che l'intuizione più suggestiva di Rossi-Landi consista nell'aver inteso l'analisi marxiana della Forma Merce come una sorta di semiotica *avant la lettre*.

Analizzando la merce, Marx avrebbe infatti delineato un modello segnico complesso, in cui un particolare tipo di *messaggio* – la merce, appunto – viene *prodotto e scambiato* – cioè, *comunicato* – seguendo le regole di determinati *codici*, di cui gli interpreti sono più o meno consapevoli. Partendo da questo assunto, Rossi-Landi (2016, pp. 188-194) considera la merce come un *messaggio* a cui sono connessi *tre livelli fondamentali di significazione*.

Innanzitutto, a) la merce è un *valore d'uso*; in questo caso, la sua significazione consiste nella capacità di "soddisfare un bisogno umano" (*ivi* p. 189); inoltre, b) la merce *può* essere un *prodotto* del lavoro umano; in questo caso la merce *veicola* "la significazione delle operazioni che sono state necessarie per [produrla] secondo un piano" (*ivi* p. 190). Tuttavia, come sottolinea Marx, "una cosa può essere utile e prodotto del lavoro umano senza essere merce" (Marx 1867, p. 51). Per questo motivo, nessuno di questi due livelli può costituire la peculiare significazione della Forma Merce; di conseguenza, la sua significazione specifica sarà c) "la *ratio* di lavoro umano che appartiene a ciascuna merce" (Rossi-Landi 2016, p. 90).

Certamente, è possibile considerare la merce come *definita* da questi tre livelli di significazione; allo stesso modo, è possibile considerare la relazione tra valore e lavoro come la significazione peculiare

della Forma Merce – nonostante, come già detto, Rossi-Landi dia un'interpretazione erronea di questa relazione. Tuttavia, penso che il modello semiotico di Rossi-Landi non sia in grado di cogliere una questione essenziale: ovvero, che il livello del valore d'uso e il livello del valore costituiscano i due poli di una *contraddizione* che si sviluppa a partire da una “opposizione immanente” (Marx 1867, p. 117).

Più precisamente, pur avendo delineato un parallelismo tra la merce e il segno arbitrario-differenziale di Saussure, Rossi-Landi non ha sviluppato un'analisi della merce come struttura di *opposizioni*, di *contraddizioni* e – conseguentemente – di *implicazioni*. A mio modo di vedere, è attraverso queste tre relazioni logiche fondamentali – schematizzate da Algirdas Julien Greimas nel suo *quadrato semiotico* (Greimas 1983; Greimas, Courtés 1979) – che Marx struttura la sua analisi dialettica della Forma Merce. Insomma, a Rossi-Landi sfugge che il *livello di significazione fondamentale della Forma Merce* sia costituito esattamente dal suo *carattere oppositivo e contraddittorio*. Per questo motivo, ritengo che la lettura della Forma Merce attraverso il quadrato semiotico possa contribuire a colmare questa lacuna teorica di Rossi-Landi, una lacuna che si è tradotta nella difficoltà di operare un confronto – e di avviare un dialogo – tra la semiotica materialistica e gli approcci di tipo strutturalista e narrativo. In questo paragrafo proverò a delineare alcune ipotesi di ricerca per superare questa *impasse*. La mia ipotesi è che la Forma Merce così come teorizzata ne *Il capitale* possa costituire un punto di partenza per l'individuazione di alcune *meta-categorie* che il metodo marxiano potrebbe condividere con diversi approcci semiotici. Mi riferisco, in particolare, ai concetti di “contraddizione” e “apparenza”.

3.1. Il quadrato semiotico della Merce

Come detto, l'opposizione tra valore d'uso e valore costituisce l'*opposizione immanente* della forma merce. Secondo Marx, inoltre, la merce è intrinsecamente duale. Essa non esiste come singolarità: la merce, se non è in rapporto con altre merci, non è merce. È per questo motivo che il quadrato semiotico rappresenta un universo semantico costituito da due merci (Merce 1; Merce 2).

In linea con le argomentazioni di Marx, l'*asse dei contrari* espone il fatto che i valori d'uso di due merci (V_{du_1} ; V_{du_2}) siano incommensurabili: ogni valore d'uso è infatti differente dal punto di vista *qualitativo*; tale differenza deriva dal fatto che ogni valore d'uso – in linea di principio – è prodotto per soddisfare un differente tipo di bisogno. La merce, in quanto valore d'uso, è – per Marx – prodotto di *lavoro concreto*.

L'*asse dei sub-contrari*, di converso, espone il fatto che i valori di due merci siano non-incommensurabili e perciò *commensurabili* da un punto di vista *quantitativo*. Più precisamente, secondo Marx è possibile comparare il valore di due merci perché esse sono riducibili a “qualcosa di comune” (Marx 1867, p. 47), questo qualcosa di comune è costituito da una *sostanza sociale*: la forza lavoro umana. In quanto cristalli di questa sostanza sociale – dice Marx – le merci non sono valori d'uso (nV_{du_1} ; nV_{du_2}), ma sono *valori* (V_1 ; V_2). In quanto valori, le merci contengono *lavoro astratto*.

L'*asse dei contraddittori* connette – negandoli – contrari e sub-contrari ed esprime la *contraddizione immanente della merce*, quella tra valore d'uso e valore. Inoltre, questo asse struttura il *valore di scambio*, inteso come relazione astratta tra merce in *Forma relativa* e merce in *Forma di equivalente*. Marx definisce il valore di scambio “Forma di valore”.

Infine gli *assi di implicazione* descrivono un assunto fondamentale della teoria marxiana della merce: ovvero che la merce in forma d'equivalente non possa “esprimere il proprio valore” (Marx 1867, p. 59), ma fornisca “solamente il *materiale all'espressione di valore di un'altra merce*” (*ibidem*). Seguendo la logica del quadrato semiotico si può dire che la Merce 1 *implichi* il valore d'uso della Merce 2 (V_{du_2}) come *materiale di espressione* del suo valore (V_1).

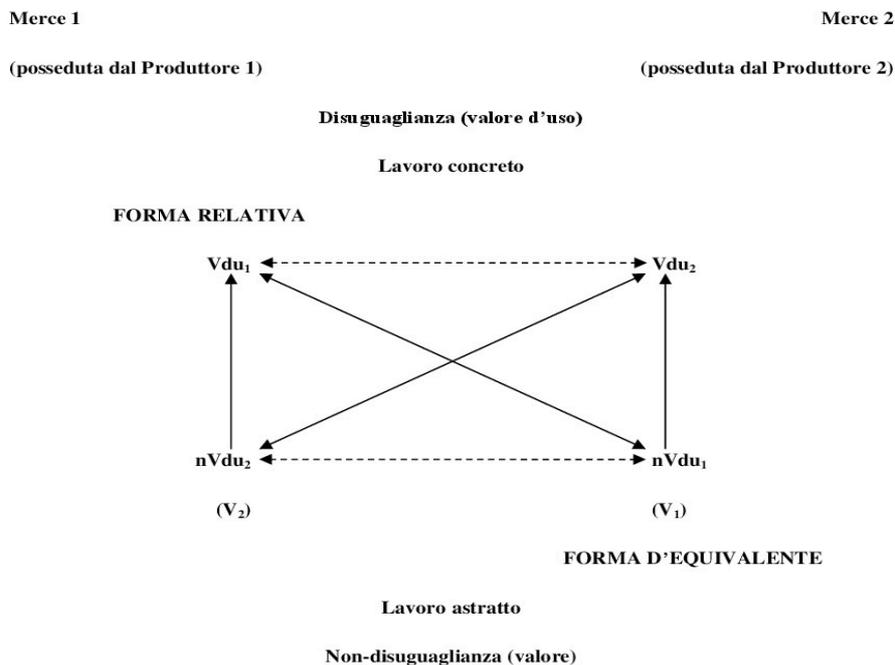


Fig.1 – Quadrato semiotico della merce

3.2. La Forma Merce come “apparenza”

La tematica dell’“apparenza” potrebbe costituire un ulteriore spunto di dialogo tra il metodo marxiano ed il metodo semiotico-strutturalista. Una tematica, come è noto, strettamente legata alla questione complessa della “veridizione”. Denis Bertrand sottolinea che “lo sviluppo della veridizione è [...] fondato sull’opposizione fra l’apparire e l’essere” (Bertrand 2000, p. 151). Riprendendo la semiotica greimasiana, Bertrand sostiene che in un racconto sia “sufficiente che la conoscenza di due personaggi su di un medesimo oggetto non coincida perché tale sapere divenga esso stesso oggetto di valore e meccanismo narrativo: un segreto ha senso solo se, in un modo o nell’altro, può esser scoperto, tradito o rivelato. Il quadrato della veridizione si presenta come una combinazione dei valori di *essere* e *apparire* e delle loro negazioni” (*ibidem*).

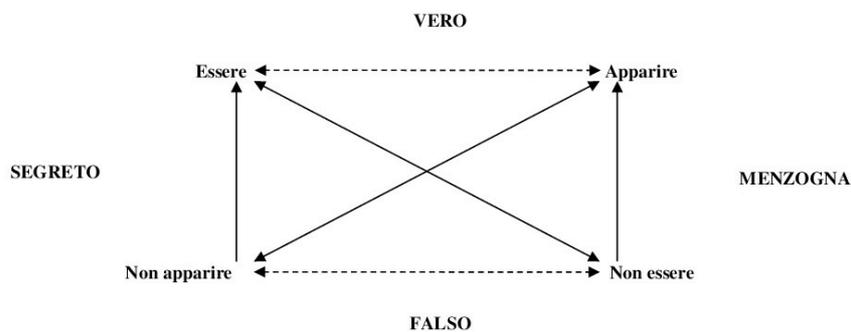


Fig. 2 – Quadrato di veridizione

A mio modo di vedere, queste considerazioni di semiotica letteraria potrebbero essere applicate al discorso marxiano, rileggendo l'analisi della merce come una *narrazione* in cui si racconta un mistero, un enigma: “l'enigma della Forma di valore” (Marx 1867, p. 68), appunto. Un segreto che si articola in base ad una tensione tra *essere* e *apparire* e che viene raccontato da Marx in un celebre paragrafo del Primo Libro del *Capitale*, intitolato “Il carattere di feticcio della merce e il suo arcano” [*Der Fetischcharakter der Ware und sein Geheimnis*] (*ivi* pp. 82-96).

Alcune recenti interpretazioni di questo paragrafo (Bellofiore 2013; Ehrbar 2010) hanno evidenziato come Marx abbia strutturato le sue argomentazioni rielaborando le fondamentali categorie hegeliane di *Essenza* [*Wesen*], *Manifestazione* [*Erscheinung*], *Essere* [*Sein*] e *Parvenza* [*Schein*]. A partire da queste quattro categorie, ho provato a strutturare un quadrato semiotico della Forma di valore come “arcano”, cercando di adattare al quadrato di veridizione (Greimas 1983).

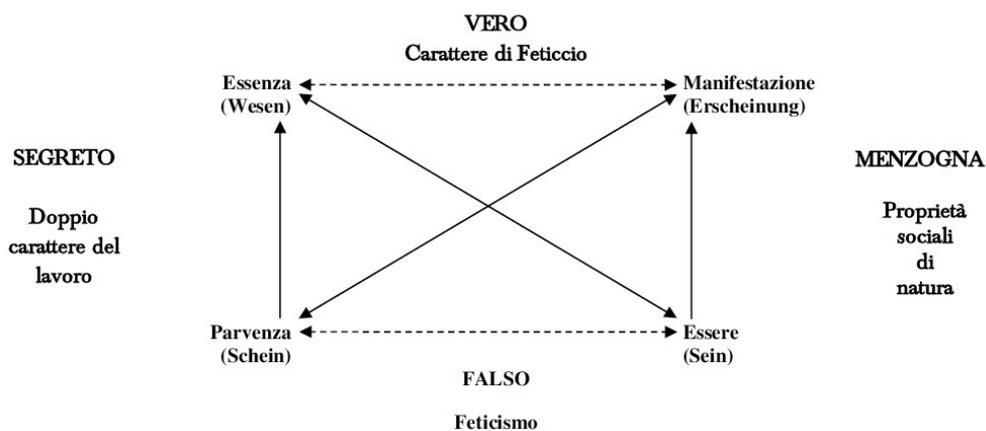


Fig. 3 – Quadrato della Forma di Valore come “arcano”

L'asse dei contrari espone l'assunto secondo cui la merce si presenta come *Manifestazione necessaria* [*Erscheinung*] di una determinata *Essenza* [*Wesen*]. Ai produttori di merci – dice Marx – “le relazioni sociali dei loro lavori privati si manifestano fenomenicamente [*Erscheinen*] come ciò che esse *sono*, cioè, non come rapporti immediatamente sociali di persone nei loro lavori stessi, bensì come *rapporti cosali* [*sachlich*] di persone e *rapporti sociali di cose* [*Sache*]” (Marx 1867, p. 84).

L’“Essenza” – il *principio* che connette i diversi momenti della totalità (cfr. Bellofiore 2013, p. 5) – del modo di produzione capitalistico ha la propria “Manifestazione necessaria” [*Erscheinung*] nello scambio di merci. La logica del modo di produzione capitalistico esclude che gli esseri umani possano soddisfare reciprocamente i propri bisogni lavorando gli uni per gli altri (“rapporti immediatamente sociali di persone nei loro lavori stessi”). Al contrario, la possibilità di stabilire relazioni sociali, in vista del soddisfacimento dei bisogni, deve passare necessariamente attraverso lo scambio di merci: un rapporto di persone *mediato* dalle cose e dunque un rapporto *sociale* tra le cose stesse. Le merci stabiliscono così una relazione sociale indipendente dalla volontà degli attori economici: in questo potere risiede il loro *carattere di feticcio*. Questa dialettica tra essere – in questo caso, *Essenza* [*Wesen*] -- e apparire – in questo caso *Manifestazione* [*Erscheinung*] -- definisce il carattere “vero” della Forma di Valore.

L'asse dei subcontrari illustra in che modo gli attori sociali percepiscono la Manifestazione fenomenica. Questa percezione è, per Marx, un'illusione, una falsa credenza. La Forma di Valore, infatti, “riflette agli uomini, come in uno specchio, i caratteri sociali del loro lavoro come caratteri oggettuali dei prodotti stessi del lavoro, come proprietà sociali di natura di queste cose” (Marx 2002).

Ad esempio, il *denaro* in cui si esprime il valore di una determinata merce *pare* essere per natura l'equivalente di tutte le merci – indipendentemente dal suo essere oro, o carta.

La scienza economica – ritiene Marx – è riuscita tutt'al più ad ipotizzare che questa proprietà del denaro derivi da qualche forma di accordo convenzionale tra gli attori sociali, se non – addirittura – da



qualche proprietà intrinseca del materiale che funge da denaro (l'oro, ad esempio). Il valore del denaro *pare, sembra essere* qualcosa di naturale o convenzionale, ma così *non è*. Eppure gli attori economici *credono* che sia così. Questa *parvenza* [*Schein*] risulta essere un'interpretazione erronea, mistificata, del modo in cui l'Essenza si manifesta; non è l'apparire di un'Essenza mediata, ma di un *Essere effimero, immediato* [*Sein*]. Marx definisce “feticismo” [*Fetischismus*] il fatto che gli attori economici credano a questa Parvenza dell'Essere immediato.

Dunque, la “menzogna”, l'inganno, deriva dal modo in cui l'essenza si manifesta [*Erscheinung*] e dal fatto che gli attori sociali siano in grado di percepire unicamente l'immediatezza di quella manifestazione, la Parvenza [*Schein*] del suo Essere effimero [*Sein*].

Il “segreto” che si cela dietro questo inganno, tuttavia, deriva dall'Essenza [*Wesen*] stessa del modo di produzione capitalistico e dal fatto che, in questo tipo di organizzazione economica, il processo produttivo non sia orientato soltanto al soddisfacimento dei bisogni (lavoro concreto), ma anche alla generazione di plusvalore (lavoro astratto). È questo il doppio carattere del lavoro contenuto nella merce ed è da questo doppio carattere che deriva il carattere di feticcio delle merci e la Parvenza [*Schein*] che il valore delle merci sia una proprietà sociale di natura.

4. Conclusioni

In questo lavoro ho provato a mostrare come differenti metodi semiotici possano presentare degli elementi di convergenza con il metodo marxiano. In particolare, mi sono soffermato sulla dimensione oppositiva e contraddittoria della Forma Merce e su come questa sia in grado di produrre un “*effetto di senso*” (Greimas, Courtés 1979, p. 117) sui soggetti coinvolti nello scambio economico.

Sviluppando le osservazioni qui delineate, potrebbe essere possibile intendere la Forma Merce come il “livello profondo” della teoria marxiana, cioè come la struttura *semantica e sintattica fondamentale* di un particolare percorso generativo: tale percorso potrebbe coincidere la *Darstellung* [*esposizione*], cioè con il *modo* [*Weise*] – o *metodo* [*Methode*] – attraverso cui Marx vuole *esporre* [*Darstellen*] la logica di funzionamento del *capitale*, inteso come processo complessivo di generazione del valore economico.

Ovviamente il mio tentativo di confronto tra il metodo marxiano e il metodo semiotico si trova ad uno stadio iniziale e il risultato che ho provato a raggiungere in questo lavoro non è che un'ipotesi da sviluppare attraverso ricerche future. Tuttavia, a partire dalle convergenze categoriali che ho provato ad evidenziare, si potrebbe iniziare a mostrare non solo il carattere intrinsecamente “semiotico” del metodo marxiano, ma anche il carattere “cripto-dialettico” di diversi metodi semiotici. Dialogando con l'indagine semiotica, l'approccio dialettico marxiano disporrebbe di uno strumento analitico in grado di inquadrare in una nuova prospettiva la logica di funzionamento del “valore”, la dimensione “non-corporale” della merce. Viceversa, dialogando con il metodo marxiano, la semiotica potrebbe tornare ad interrogarsi sulla valenza epistemica di alcuni dei suoi presupposti teorici e di alcune delle sue categorie fondamentali, nonché sull'applicabilità dei propri metodi all'indagine di quella modalità semiosica fondamentale chiamata “economia”.



Bibliografia

Nel testo, l'anno che accompagna i rinvii bibliografici è quello dell'edizione in lingua originale, mentre i rimandi ai numeri di pagina si riferiscono alla traduzione italiana, qualora sia presente nella bibliografia.

- Bertrand, D., *Précis de sémiotique littéraire*, Parigi, Édition Nathan; trad. it. *Basi di semiotica letteraria*, Roma, Meltemi 2002.
- Bellofiore, R., 2013, "Il Capitale come Feticcio Automatico e come Soggetto, e la sua costituzione: sulla (dis)continuità Marx-Hegel", in *Consecutio Rerum. Rivista critica della Postmodernità*, www.consecutio.org/2013/10/il-capitale-come-feticcio-automatico-e-come-soggetto-e-la-sua-costituzione-sulla-discontinuita-marx-hegel/ (consultato il 23 aprile 2018).
- Borrelli, G., 2017, "I livelli di significazione della forma-merce. Per una semiotica del 'valore' a partire da Ferruccio Rossi-Landi", in Borrelli, G., Santangelo, A., Sgrò, G., *Il linguaggio nel valore e nell'economia*, Tricase, Libellula Edizioni.
- Ehrbar, H., 2010, *Annotations to Karl Marx's 'Capital'*, <http://content.csbs.utah.edu/~ehrbar/akmk.pdf> (consultato il 23 aprile 2018).
- Fineschi, R., 2013, "I quattro livelli di astrazione del concetto marxiano di «capitale»", in Bellofiore, R., Fineschi, R., *Marx in questione. Il dibattito «aperto» dell'International Symposium on Marxian Theory*, Napoli, La città del Sole, pp. 279-311.
- Greimas, A., J., 1983, *Du Sens II. Essais sémiotiques*, Paris, Editions du Seuil; trad. it. *Del senso 2. Narratività, modalità, passioni*, Milano, Bompiani 1985.
- Greimas, A., J., Courtés, L., 1979, *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Parigi, Hachette; trad. it. *Semiotica. Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, a cura di P. Fabbri, Firenze, La casa Usher 1986.
- Marx, K., 1867, *Das Kapital. Kritik der politischen Ökonomie*, Amburgo, Meissner; trad. it. *Il capitale. Critica dell'economia politica. Libro Primo. Il processo di accumulazione del capitale (1863-1890)*, Napoli, La città del Sole 2011.
- Marx, K., 1939, *Grundrisse der Kritik der Politischen Ökonomie*, Mosca, Istituto Marx-Engels; trad. it. *Lineamenti fondamentali della critica dell'economia politica*, Firenze, La Nuova Italia 1968.
- Marx, K., Engels, F., 1932, *Die Deutsche Ideologie*, Mosca, Istituto Marx-Engels-Lenin; trad. it. *L'ideologia tedesca*, Roma, Editori Riuniti 1975.
- Ponzio, A., 2008, *Linguaggio, lavoro e mercato globale. Rileggendo Rossi-Landi*, Milano-Udine, Mimesis
- Rossi-Landi, F., 1968, *Il linguaggio come lavoro e come mercato. Una teoria dell'alienazione e della produzione linguistiche*, Milano, Bompiani.
- Rossi-Landi, F., 1972, *Semiotica e ideologia*, Milano, Bompiani.
- Rossi-Landi, F., 1977, *Linguistics and Economics*, The Hague-Paris, Mouton.
- Rossi-Landi, F., 1985, *Metodica filosofica e scienza dei segni*, Milano, Bompiani.
- Rossi-Landi, F., 2016 *Linguistica ed economia*. Milano-Udine, Mimesis.