

Deus e o Diabo na terra das plataformas digitais: uma análise a partir da hipótese braudeliense

Dios y el diablo en la tierra de las plataformas digitales: Un análisis a partir de la hipótesis braudeliense.

God and the Devil in the digital platforms world: an analysis from the Braudelian hypothesis

Alain Herscovici

Professor Titular do Programa de Pós-Graduação em Economia e do Departamento de Economia da Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil.

Contato: alhersco.vix@terra.com.br



Resumo

A passagem de um capitalismo fordista ligado ao capital tangível para um capitalismo pós-fordista, o qual se caracteriza pela importância crescente de todas as formas de capital intangível, se traduziu por modificações econômicas, sociológicas e econômicas profundas. Proponho estudar as modalidades a partir das quais as plataformas digitais permitiram implementar tais modificações. Em uma primeira parte, mostrarei como e por que o desenvolvimento das plataformas digitais corresponde a novas formas de expansão das lógicas mercantis; em uma segunda parte, mostrarei em que medida a economia ligada a essas plataformas digitais é diferente das economias estudadas pelas principais matrizes econômicas. No que diz respeito a este último ponto, a partir da construção de uma função de bem-estar social, ressaltarei as externalidades positivas e negativas produzidas por essas plataformas digitais.

Palavras-chave: Plataformas digitais. Economia de redes. Bem-estar social. Commons.

Resumen

El pasó de un capitalismo fordismo vinculado al capital tangible para un capitalismo fordista, que se caracteriza por la creciente importancia de todas las formas de capital intangible, provocó modificaciones económicas, sociológicas y económicas profundas. Propongo estudiar las modalidades a partir de las cuales las plataformas digitales han permitido implementar estas modificaciones. En una primera parte, voy a mostrar cómo y por qué el desarrollo de las plataformas digitales corresponde a nuevas formas de ampliar las lógicas del mercado; en una segunda parte, mostraré hasta qué punto la economía vinculada a estas plataformas digitales es diferente de las economías estudiadas por las principales escuelas de pensamiento económico. Por lo que se refiere a este último punto, desde la construcción de una función de bienestar social, resaltaré las externalidades positivas y negativas producidas por estas plataformas digitales.

Palabras clave: plataformas digitales – economía de redes – bienestar social

Abstract

The shift from a Fordist capitalism linked to tangible capital to post-Fordist capitalism, which is characterized by the increasing importance of all forms of intangible capital, translates into profound sociological, economic and political changes. I aim to study the modalities from which the digital platforms allowed to implement such modifications. In a first part, I will show how and why the development of digital platforms corresponds to new forms of expansion of market logic; in a second part, I will study to what extent the economy linked to these digital platforms is different from the economies studied by the main economic matrixes. With regard to this last point, based on the construction of a social welfare function, I will highlight the positive and negative externalities produced by these digital platforms.

Keywords: Digital platforms. Networks Economics. Social Welfare. Commons.



Introdução

No âmbito deste trabalho, proponho-me a aplicar a *hipótese braudeliana* às redes sociais, e notadamente às estratégias econômicas que as plataformas digitais como Google, Apple, Facebook e Youtube estão desenvolvendo a partir da utilização de algoritmos poderosos e sofisticados.

A hipótese braudeliana consiste em afirmar que o capitalismo não se define a partir da generalização da mercadoria, no sentido definido pelos economistas clássicos e mais especificamente por Marx, ou seja, pela primazia da produção industrial, mas pela extensão social e geográfica da lógica de mercado, pela sua dimensão internacional, pela sua instabilidade e pela presença de fortes assimetrias de informação¹.

1. Isso corresponde ao que Braudel (1985) chama de superestrutura capitalista.

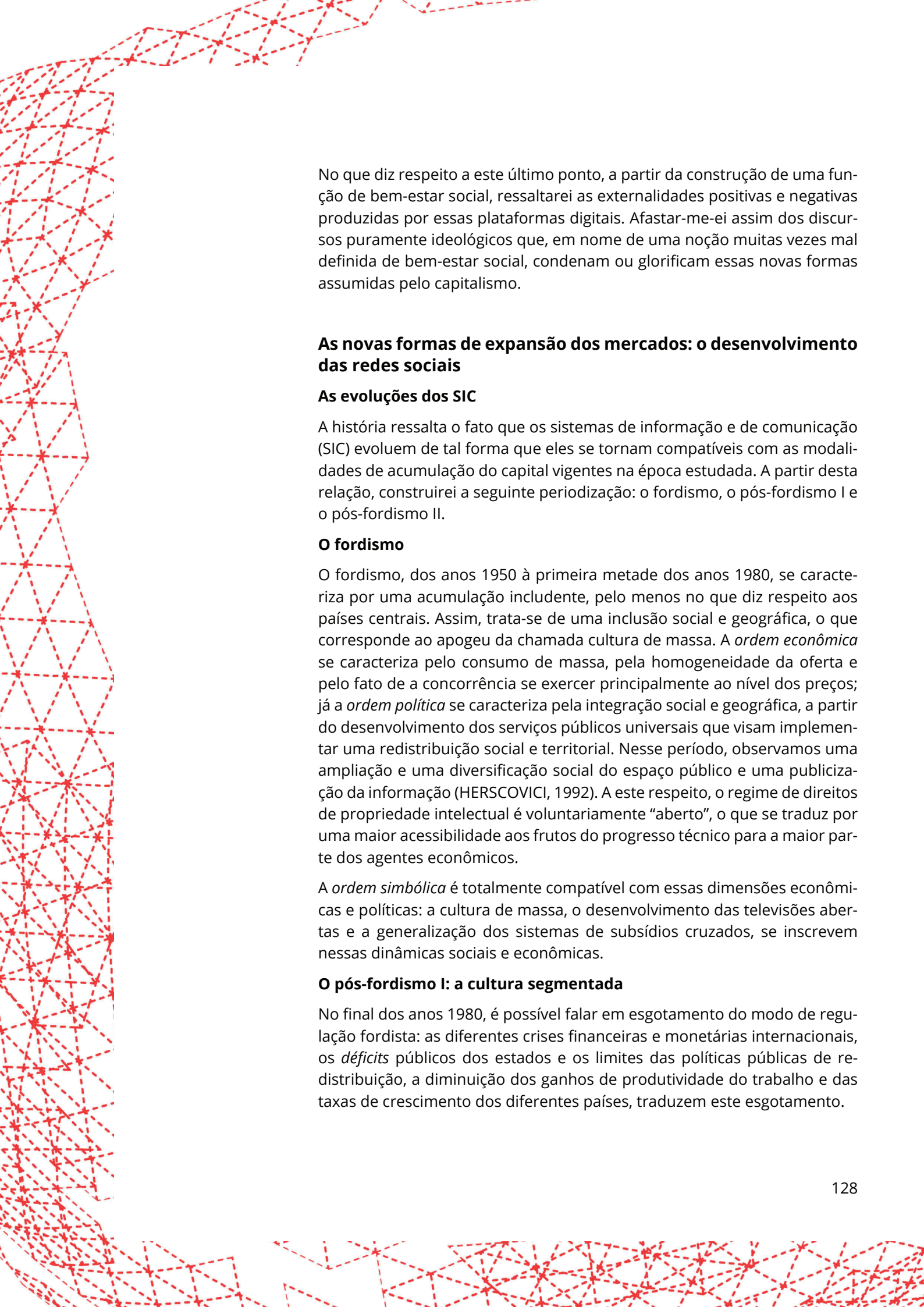
Consequentemente, com a passagem de um capitalismo concorrencial para um capitalismo monopolístico ou oligopolístico e, hoje, um capitalismo “imaterial” ou pós-fordista, as modalidades concretas de produção e de distribuição do valor se transformaram radicalmente; elas não correspondem mais à produção de mercadorias, por natureza homogêneas, mas à produção de bens e serviços fortemente heterogêneos produzidos a partir de fatores de produção também heterogêneos.

É preciso ressaltar o fato de que esses mercados são particularmente instáveis: contrariamente ao que as matrizes clássicas e neoclássicas estavam estudando, não há mais um preço regulador a partir do qual os preços reais vão oscilar. Em outras palavras, as mercadorias não possuem um valor intrínseco determinado a partir do trabalho ou da utilidade subjetiva; seu valor não é regulado a partir de um “*natural price*” determinado a partir das quantidades de trabalho, ou pela igualação da receita marginal com o custo marginal.

Por não existir uma medida objetiva do valor, este será determinado a partir das relações sociais vigentes no período considerado; o valor dos bens e dos serviços se modifica à medida que as relações sociais se modificam no decorrer do tempo. Na presença de assimetrias da informação entre diferentes grupos de agentes, e na ausência de um valor regulador, esses mercados são altamente especulativos, e o valor assim determinado, particularmente instável (HERSCOVICI, 2018).

A essas evoluções correspondem, conforme mostrarei a respeito das plataformas digitais, novas articulações entre o econômico e o extraeconômico, assim como novas modalidades de remuneração do trabalho e do capital.

Em uma primeira parte, mostrarei como e por que o desenvolvimento das redes sociais e das plataformas digitais corresponde a novas formas de expansão das lógicas mercantis; em uma segunda parte, definirei em que medida a economia ligada a essas plataformas digitais é diferente das economias estudadas pelas principais matrizes teóricas, e mostrarei por que o conceito de utilidade social se tornou um elemento chave, no que concerne às estratégias econômicas das redes.



No que diz respeito a este último ponto, a partir da construção de uma função de bem-estar social, ressaltarei as externalidades positivas e negativas produzidas por essas plataformas digitais. Afastar-me-ei assim dos discursos puramente ideológicos que, em nome de uma noção muitas vezes mal definida de bem-estar social, condenam ou glorificam essas novas formas assumidas pelo capitalismo.

As novas formas de expansão dos mercados: o desenvolvimento das redes sociais

As evoluções dos SIC

A história ressalta o fato que os sistemas de informação e de comunicação (SIC) evoluem de tal forma que eles se tornam compatíveis com as modalidades de acumulação do capital vigentes na época estudada. A partir desta relação, construirei a seguinte periodização: o fordismo, o pós-fordismo I e o pós-fordismo II.


O fordismo

O fordismo, dos anos 1950 à primeira metade dos anos 1980, se caracteriza por uma acumulação includente, pelo menos no que diz respeito aos países centrais. Assim, trata-se de uma inclusão social e geográfica, o que corresponde ao apogeu da chamada cultura de massa. A *ordem econômica* se caracteriza pelo consumo de massa, pela homogeneidade da oferta e pelo fato de a concorrência se exercer principalmente ao nível dos preços; já a *ordem política* se caracteriza pela integração social e geográfica, a partir do desenvolvimento dos serviços públicos universais que visam implementar uma redistribuição social e territorial. Nesse período, observamos uma ampliação e uma diversificação social do espaço público e uma publicização da informação (HERSCOVICI, 1992). A este respeito, o regime de direitos de propriedade intelectual é voluntariamente “aberto”, o que se traduz por uma maior acessibilidade aos frutos do progresso técnico para a maior parte dos agentes econômicos.

A *ordem simbólica* é totalmente compatível com essas dimensões econômicas e políticas: a cultura de massa, o desenvolvimento das televisões abertas e a generalização dos sistemas de subsídios cruzados, se inscrevem nessas dinâmicas sociais e econômicas.

O pós-fordismo I: a cultura segmentada

No final dos anos 1980, é possível falar em esgotamento do modo de regulação fordista: as diferentes crises financeiras e monetárias internacionais, os *déficits* públicos dos estados e os limites das políticas públicas de redistribuição, a diminuição dos ganhos de produtividade do trabalho e das taxas de crescimento dos diferentes países, traduzem este esgotamento.



Podemos interpretar isso como a manifestação dos limites da acumulação fordista: já que a maior parte da população possui os equipamentos de base em termos de eletrodoméstico, telefonia, produtos da indústria automobilística etc., o sistema precisa descobrir outras modalidades de acumulação para superar a saturação desse tipo de mercado.

No caso das televisões abertas, por exemplo, a propaganda se torna cada vez menos eficiente: existe uma diluição da mensagem publicitária, não é possível atingir, com precisão e eficiência, certos segmentos do público, e o custo por mil deixa de ser um critério de eficiência para o anunciante.

As novas estratégias estão ligadas a uma lógica de segmentação e, durante esta fase, também de exclusão parcial: o sistema começa a produzir bens mais sofisticados para satisfazer os segmentos mais favorecidos da população, ou seja, a diversificar a oferta.

No que diz respeito aos SIC, isso se traduz pela criação e pelo desenvolvimento das televisões pagas e segmentadas, pelo desenvolvimento da telefonia celular e, de uma maneira mais geral, pela volta dos mecanismos de exclusão pelos preços, o que certos economistas interpretaram como uma “economia dos contadores” (MIÈGE; PAJON; SALAÜN, 1986).

Na dimensão política, essas modificações são percebidas como restrições, no que diz respeito às modalidades de acesso ao espaço público e aos direitos políticos; certos autores chegam a falar em dessocialização a respeito dessas diferentes formas de cultura segmentada (WOLTON, 2000).

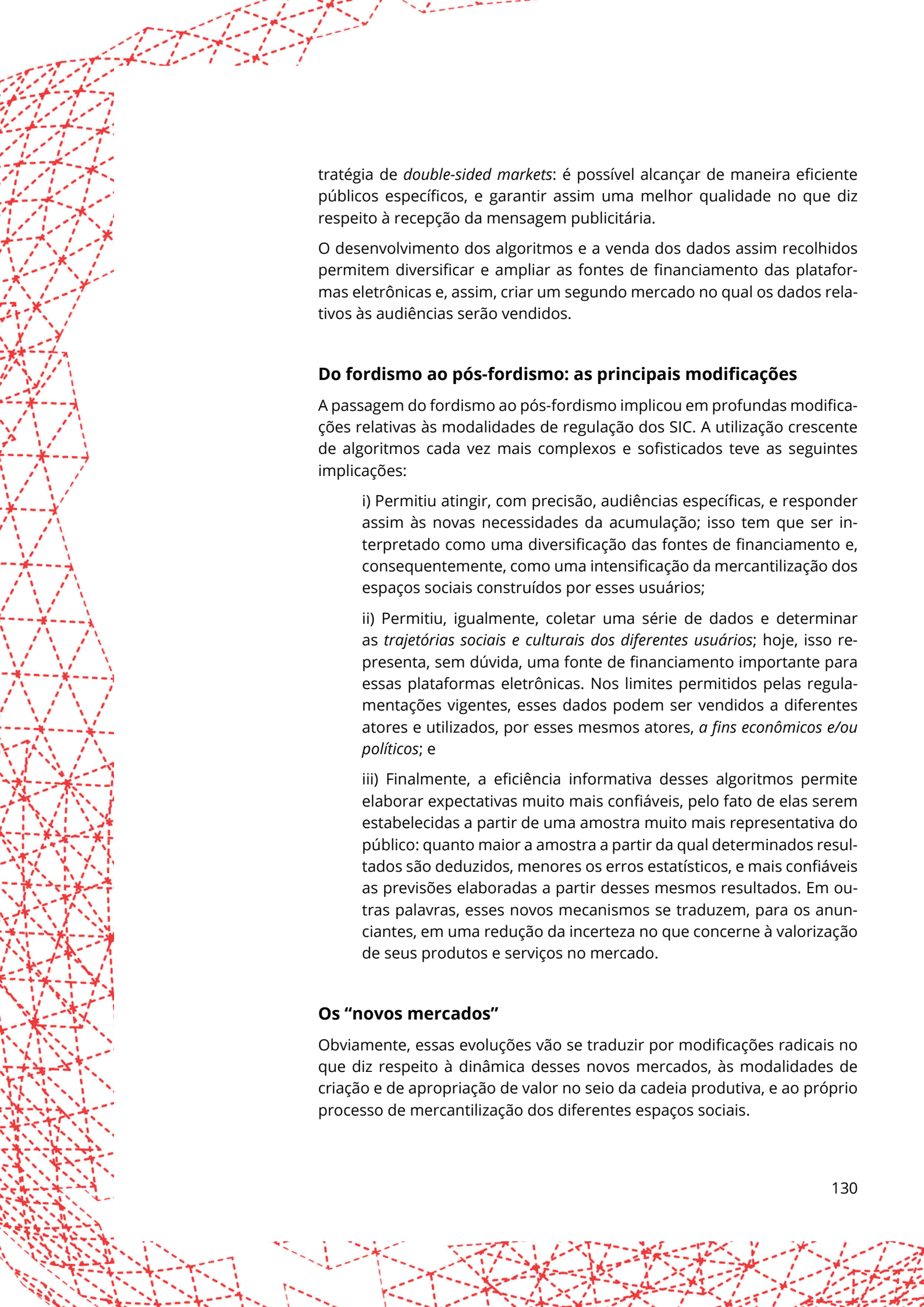
É preciso observar que, durante essa fase, o sistema não consegue se estabilizar, ou seja, achar um *business model* viável. A economia da internet não consegue encontrar um modo de regulação que lhe propicie um mínimo de estabilidade e de coerência interna; ela não consegue firmar um sistema tecnoestético que assegure uma coerência entre as modalidades de produção, de consumo e de financiamento, e uma determinada estética (LEROY, 1980; HERSCOVICI, 1995).

Por outro lado, essas dificuldades são características de todas as atividades que funcionam em redes. Na fase inicial (*startup*), enquanto o número de usuários é insuficiente, ou seja, inferior a determinadas massas críticas, a rede conhece um período de déficit (HERSCOVICI, 2013).

O pós-fordismo II: as redes sociais e os double-sided markets

O pós-fordismo II corresponde à fase de consolidação do sistema ligado às redes sociais e à internet: o sistema superou a fase deficitária e conseguiu alcançar a massa crítica a partir da qual as redes se tornam rentáveis.

O sistema conseguiu construir um modo de regulação setorial economicamente viável, baseado sobre o desenvolvimento dos mercados intermediários, ou seja, sobre a venda de audiência e de dados para os diferentes anunciantes. As diversas plataformas eletrônicas desenvolvem uma es-



tratégia de *double-sided markets*: é possível alcançar de maneira eficiente públicos específicos, e garantir assim uma melhor qualidade no que diz respeito à recepção da mensagem publicitária.

O desenvolvimento dos algoritmos e a venda dos dados assim recolhidos permitem diversificar e ampliar as fontes de financiamento das plataformas eletrônicas e, assim, criar um segundo mercado no qual os dados relativos às audiências serão vendidos.

Do fordismo ao pós-fordismo: as principais modificações

A passagem do fordismo ao pós-fordismo implicou em profundas modificações relativas às modalidades de regulação dos SIC. A utilização crescente de algoritmos cada vez mais complexos e sofisticados teve as seguintes implicações:

- i) Permitiu atingir, com precisão, audiências específicas, e responder assim às novas necessidades da acumulação; isso tem que ser interpretado como uma diversificação das fontes de financiamento e, conseqüentemente, como uma intensificação da mercantilização dos espaços sociais construídos por esses usuários;
- ii) Permitiu, igualmente, coletar uma série de dados e determinar as *trajetórias sociais e culturais dos diferentes usuários*; hoje, isso representa, sem dúvida, uma fonte de financiamento importante para essas plataformas eletrônicas. Nos limites permitidos pelas regulamentações vigentes, esses dados podem ser vendidos a diferentes atores e utilizados, por esses mesmos atores, *a fins econômicos e/ou políticos*; e
- iii) Finalmente, a eficiência informativa desses algoritmos permite elaborar expectativas muito mais confiáveis, pelo fato de elas serem estabelecidas a partir de uma amostra muito mais representativa do público: quanto maior a amostra a partir da qual determinados resultados são deduzidos, menores os erros estatísticos, e mais confiáveis as previsões elaboradas a partir desses mesmos resultados. Em outras palavras, esses novos mecanismos se traduzem, para os anunciantes, em uma redução da incerteza no que concerne à valorização de seus produtos e serviços no mercado.

Os “novos mercados”

Obviamente, essas evoluções vão se traduzir por modificações radicais no que diz respeito à dinâmica desses novos mercados, às modalidades de criação e de apropriação de valor no seio da cadeia produtiva, e ao próprio processo de mercantilização dos diferentes espaços sociais.



A natureza econômica da informação

A informação bruta “produzida” pelos usuários das redes é um bem abundante e, conseqüentemente, não econômico; é uma das razões pelas quais ela aparece como sendo gratuita.

De um ponto de vista econômico, a informação pode ser comparada com os recursos naturais: na sua forma bruta, ela é disponível gratuitamente. Ela é produzida a partir dos conhecimentos tácitos dos usuários e, conseqüentemente, a partir de trabalho concreto, no sentido definido por Marx. Por natureza, ela se caracteriza pela sua *heterogeneidade*.

Ela é “gratuita” à medida em que releva de uma lógica de acumulação simbólica à la Bourdieu (1977) (a denegação das práticas econômicas usuais), dos processos de legitimação no seio deste novo espaço público (HERSCOVICI; BOLAÑO, 2005), ou da economia da dívida (MAUSS, 1923-1924).

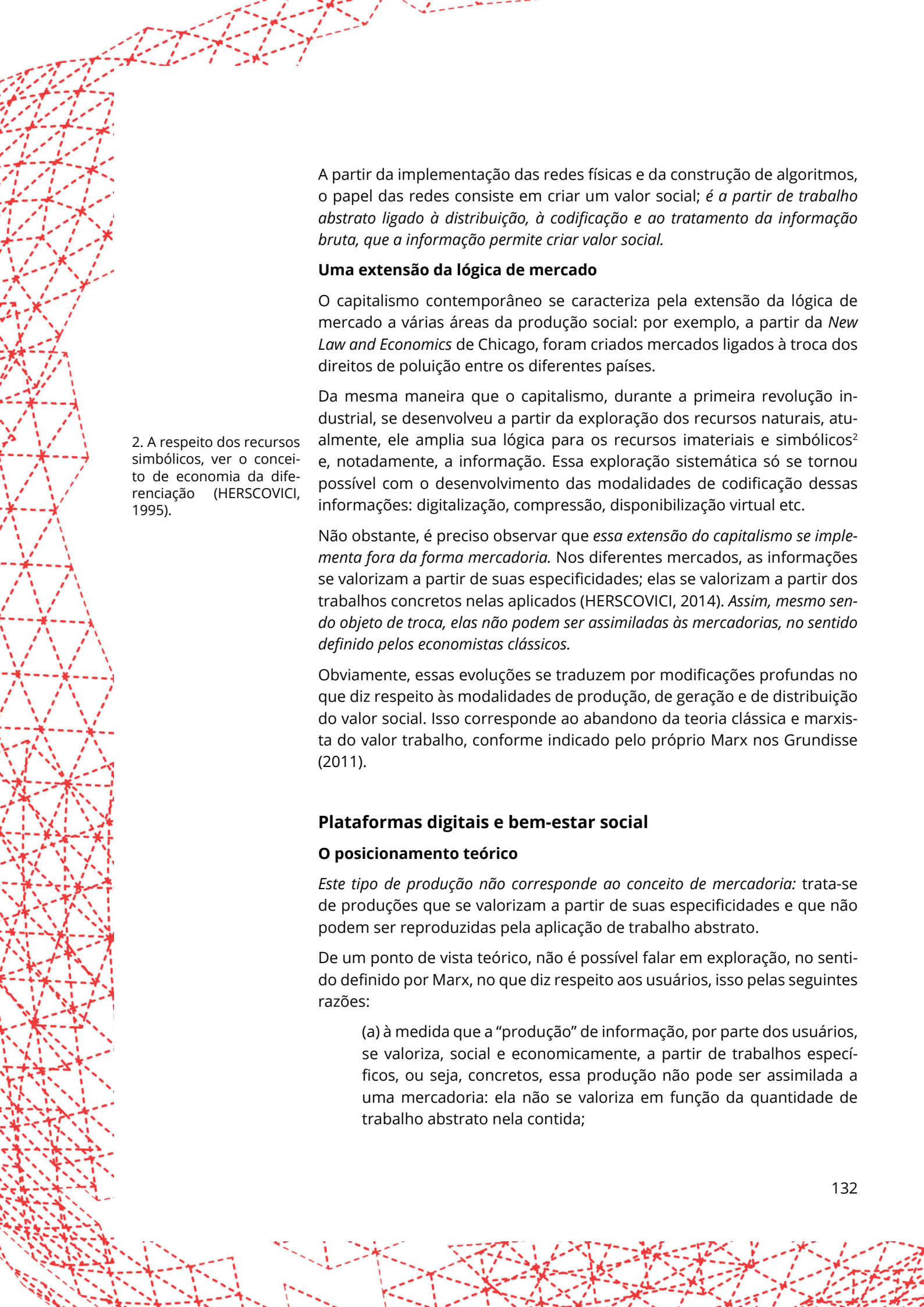
Como dado bruto, a informação não produz valor, da mesma maneira que as árvores da floresta também não produzem valor econômico; enquanto ela não se torna um insumo em determinado processo de produção, ela é a condição necessária, mas não suficiente, para gerar valor social. No âmbito da abordagem utilitarista, podemos afirmar que, no seu estado bruto, ela não tem utilidade; no âmbito de uma perspectiva clássica, enquanto ela não é objeto de transformação a partir da aplicação de trabalho, ela não cria valor, em si.

O papel das redes sociais e das plataformas digitais

De um ponto de vista mais geral, o papel das redes sociais consiste em *tratar, processar e divulgar*, a partir de algoritmos cada vez mais potentes e sofisticados, essa informação bruta. Esse processo só ocorre a partir do momento em que essas informações forem *codificadas*.

Essas redes desenvolvem estratégias econômicas em dois níveis: nos *mercados primários*, em que oferecem um serviço eventualmente gratuito ao usuário, ou seja, ao consumidor final; nos *mercados secundários*, em que vendem dois tipos de serviços: o acesso a audiências altamente segmentadas e as informações relativas às trajetórias econômicas, sociais e políticas dos diferentes usuários dessas plataformas.

Nessa economia digital, o consumidor/usuário produz a “matéria prima” que será vendida nos mercados secundários; em função do próprio funcionamento do sistema, sua presença nas redes é a condição necessária para gerar um valor econômico. Por essa razão, esse consumidor se beneficia de um acesso gratuito, ou semigratuito, ao estoque de informação codificada e disponível. Há, por parte dos usuários, uma reapropriação coletiva parcial ou total do valor assim criado: parcial no caso da economia de Google, total no caso da economia cooperativa/solidária, com os programas livres, por exemplo.



2. A respeito dos recursos simbólicos, ver o conceito de economia da diferenciação (HERSCOVICI, 1995).

A partir da implementação das redes físicas e da construção de algoritmos, o papel das redes consiste em criar um valor social; *é a partir de trabalho abstrato ligado à distribuição, à codificação e ao tratamento da informação bruta, que a informação permite criar valor social.*

Uma extensão da lógica de mercado

O capitalismo contemporâneo se caracteriza pela extensão da lógica de mercado a várias áreas da produção social: por exemplo, a partir da *New Law and Economics* de Chicago, foram criados mercados ligados à troca dos direitos de poluição entre os diferentes países.

Da mesma maneira que o capitalismo, durante a primeira revolução industrial, se desenvolveu a partir da exploração dos recursos naturais, atualmente, ele amplia sua lógica para os recursos imateriais e simbólicos² e, notadamente, a informação. Essa exploração sistemática só se tornou possível com o desenvolvimento das modalidades de codificação dessas informações: digitalização, compressão, disponibilização virtual etc.

Não obstante, é preciso observar que *essa extensão do capitalismo se implementa fora da forma mercadoria*. Nos diferentes mercados, as informações se valorizam a partir de suas especificidades; elas se valorizam a partir dos trabalhos concretos nelas aplicados (HERSCOVICI, 2014). *Assim, mesmo sendo objeto de troca, elas não podem ser assimiladas às mercadorias, no sentido definido pelos economistas clássicos.*

Obviamente, essas evoluções se traduzem por modificações profundas no que diz respeito às modalidades de produção, de geração e de distribuição do valor social. Isso corresponde ao abandono da teoria clássica e marxista do valor trabalho, conforme indicado pelo próprio Marx nos *Grundrisse* (2011).

Plataformas digitais e bem-estar social

O posicionamento teórico

Este tipo de produção não corresponde ao conceito de mercadoria: trata-se de produções que se valorizam a partir de suas especificidades e que não podem ser reproduzidas pela aplicação de trabalho abstrato.

De um ponto de vista teórico, não é possível falar em exploração, no sentido definido por Marx, no que diz respeito aos usuários, isso pelas seguintes razões:

(a) à medida que a “produção” de informação, por parte dos usuários, se valoriza, social e economicamente, a partir de trabalhos específicos, ou seja, concretos, essa produção não pode ser assimilada a uma mercadoria: ela não se valoriza em função da quantidade de trabalho abstrato nela contida;

3. Neste sentido, opõe-me à tese marxista da exploração do trabalho dos usuários da maneira como esta tese é defendida por Raulino (2018).

4. A este respeito, ver os trabalhos pioneiros de Akerlof (1970) e Grossman e Stiglitz (1976, 1980), que tratam das assimetrias da informação e de suas implicações em termos de bem-estar social.

(b) à medida que não se trata de mercadoria, não é mais possível falar em exploração; de fato, a partir da análise de Marx, a mais-valia é um dos componentes do valor da mercadoria, e na ausência de mercadoria, não é possível conceber mais-valia³; e

(c) conforme já mencionado, as redes sociais e as plataformas digitais constituem espaços de legitimação e de acumulação de capital simbólico; essas plataformas têm que ser concebidas como espaços sociais “extraeconômicos” dentro dos quais se cria o valor de uso, ou seja, a utilidade social de determinados bens e serviços.

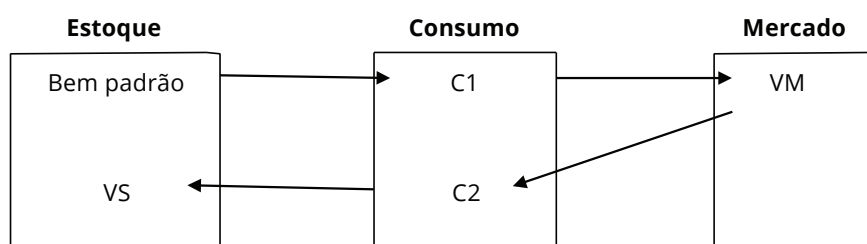
Certos economistas ressaltaram o conceito de *opacidade dos preços de mercado*: este se define pelo fato de os preços não transmitirem as informações necessárias para poder avaliar os diferentes componentes qualitativos dos bens e dos serviços⁴. É preciso desenvolver outros mecanismos para divulgar as informações necessárias à criação dessa utilidade; as redes sociais cumprem este papel.

Nessa economia, o único trabalho produtivo (*stricto-sensu*) é aquele que está diretamente ligado à constituição da infraestrutura que corresponde à implementação dessas redes e à confecção dos diferentes algoritmos que permitem codificar e valorizar, nos mercados secundários, os dados que se relacionam com as diferentes audiências. Em outras palavras, *esses trabalhos são essencialmente trabalhos abstratos, pelo fato de eles não se valorizarem a partir de suas especificidades, mas essencialmente a partir de suas funcionalidades*: são eles que permitem acessar, tratar, codificar e divulgar a informação bruta produzida inicialmente pelos usuários.

Os diferentes tipos de bens e os diferentes modelos econômicos

A economia padrão

Gráfico I



VS: valor social

O estoque corresponde ao conjunto de bens e serviços disponíveis para a comunidade estudada. Podemos diferenciar dois tipos de consumo: C1, o consumo produtivo, o qual depende diretamente do valor de troca, ou valor de mercado (VM), e o consumo doméstico (C2), ou seja, o consumo determinado a partir do valor de uso.

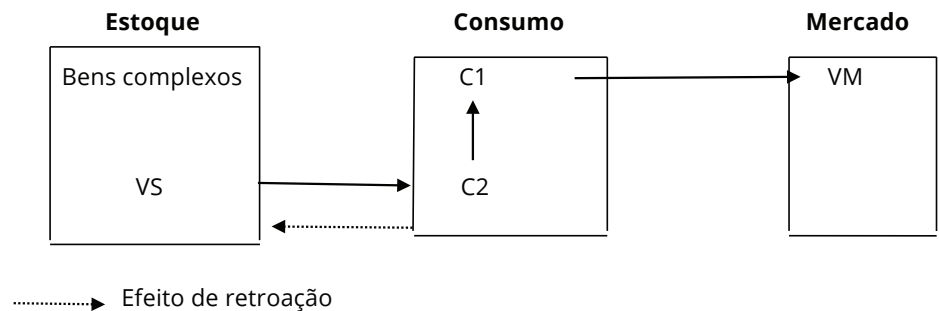
Os bens que constituem o estoque são *bens padrão*: (a) eles são totalmente divisíveis e destruídos no próprio ato de consumo e (b) eles não produzem externalidades, ou seja, há exclusão pelos preços.

Nesse tipo de mecanismo, *o valor social é diretamente determinado pelo valor de troca*. O valor de uso é determinado fora do modelo: para Smith (1980) e Marx (1976), ele constitui uma característica intrínseca das mercadorias; e para os economistas neoclássicos, as preferências dos consumidores são determinadas exogenamente. Trata-se de uma *economia essencialmente centrada sobre a oferta*.

A economia do Google

O estoque é constituído por *bens complexos*: esses bens são indivisíveis, ou seja, não são destruídos no ato do consumo. As *externalidades de demanda* caracterizam a economia das redes: a utilidade de cada usuário depende da quantidade total de usuários (KATZ; SHAPIRO, 1985; HERSCOVICI, 2013). Assim, qualquer mecanismo de exclusão, em termos de acesso, se traduz obrigatoriamente pela diminuição da utilidade de cada usuário.

Gráfico II

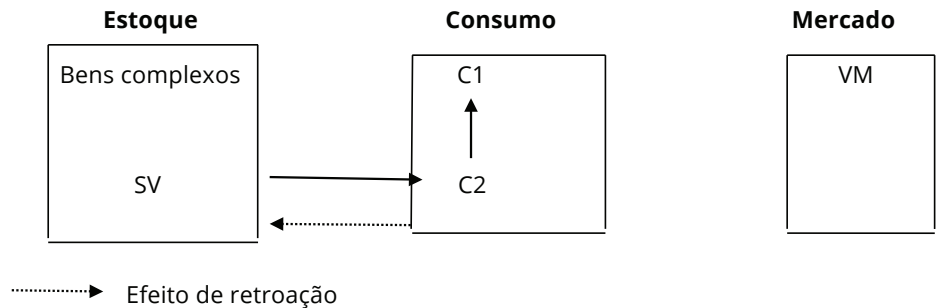


Consequentemente, é possível afirmar que essa economia é uma *economia de demanda*, em oposição a uma economia de oferta; sua dinâmica é baseada sobre a quantidade total de usuários. O conceito de *utilidade social* é um dos elementos chaves da dinâmica desses mercados; *o valor de troca, ou valor de mercado, é determinado a partir dessa utilidade social, ou seja, a partir do valor de uso social*. Isso significa, simplesmente, que a valorização nos diferentes mercados intermediários (o valor de mercado) depende da criação prévia de um determinado valor de uso, este sendo intrinsecamente social.

É importante ressaltar o fato que se, por um lado, o valor é produzido socialmente, parte deste valor será redistribuído para a coletividade considerada, por meio das modalidades de acesso ao estoque. Por outro lado, trata-se de uma extensão da lógica mercantil para esses novos espaços públicos, à medida que as estratégias dos *double sided markets* consistem em valorizar, nos mercados intermediários, os diferentes componentes dessa utilidade social.

A economia “cooperativa”

Gráfico III



A única diferença entre essa economia cooperativa e a economia do Google é o fato que, no que concerne à economia cooperativa, não existe conexão com o mercado: toda a produção realizada no seio da rede é inteiramente redistribuída para o conjunto dos usuários.

Em síntese, posso afirmar que tanto na economia do Google quanto na economia cooperativa, o valor é criado a partir da utilidade social. A principal diferença se explica pela conexão, ou pela ausência de conexão, com o mercado: no primeiro caso, parte do valor criado socialmente é parcialmente redistribuído para a comunidade, enquanto no segundo, a totalidade deste valor volta para aquela comunidade.

5. GAFA é uma sigla utilizada na França para designar Google, Amazon, Facebook e Apple.

Os GAFA⁵: Deus ou o diabo na terra das plataformas digitais?

A função de bem-estar

Qual é o impacto social ligado ao desenvolvimento dos GAFA? Ele é globalmente positivo ou negativo?

O critério de Pareto, utilizado na economia neoclássica, não é satisfatório, e isto pelas seguintes razões⁶:

- no âmbito de uma abordagem que se caracteriza pelo individualismo metodológico, é impossível considerar a utilidade como o produto das relações interindividuais. Por definição, não há interdependência dos agentes; eles tomam suas decisões independentemente, e essas decisões são coordenadas pela atuação do hipotético leiloeiro walrasiano;
- as análises realizadas a partir do critério de Pareto consideram que a distribuição inicial da renda é determinada exogenamente; e
- neste tipo de abordagem, o valor utilidade é concebido a partir de uma concepção ordinal, o que não permite agregar os valores individuais.

6. No que diz respeito aos limites deste critério, ver Arrow (2000), Sen (1982) e Stiglitz (1987).

Para poder responder à questão inicial, proponho construir uma função de bem-estar social que se apresenta da seguinte forma:

$$N = f_1(C1, C2, TC, Ing., EF) \quad (1)$$

N: nível do estoque disponível
C1: consumo produtivo
C2: consumo doméstico
TC: custos de transação
Ing.: ingerência
EF: evasão fiscal

Essa função é caracterizada pelas seguintes relações:

$$df_1/dTC < 0 \quad (2)$$

$$df_1/dIng. < 0 \quad (3)$$

$$df_1/dEF < 0 \quad (4)$$

$$df_1/dC1 < 0 \quad (5)$$

$$\text{ou } df_1/dC1 > 0 \quad (5')$$

$$df_1/dC2 \geq 0 \quad (6)$$

$$\text{ou } df_1/dC2 < 0 \quad (6')$$

Essas relações indicam o impacto negativo ou positivo de cada um desses componentes no que diz respeito ao nível do estoque disponível para a coletividade; o bem-estar social depende diretamente do nível desse estoque.

As implicações em termos de bem-estar social

Externalidades negativas

Os custos de transação representam, na sua definição mais geral, os custos que as firmas têm que assumir para poder atuar no mercado: os custos ligados à concepção, à realização e ao monitoramento dos contratos (WILLIAMSON, 2002), assim como aqueles ligados à implementação de um sistema de propriedade intelectual (BARZEL, 1997). À medida que a totalidade da coletividade tem que assumir esses custos, eles representam uma dedução em termos de bem-estar, ou seja, uma externalidade negativa (relação (2)).

A ingerência está diretamente ligada à definição e aos limites da divulgação dos dados pessoais dos usuários, por parte das plataformas eletrônicas: até onde a legislação vigente permite que esses dados sejam coletados e divulgados pelas firmas que controlam essas redes eletrônicas, e quais são os limites que essas firmas devem respeitar? A esse respeito, na maior parte dos casos, as legislações nacionais não são respeitadas, como mostra o recente escândalo do vazamento de dados com a firma Cambridge Analytica, por exemplo.

A ingerência pode ir além disso e, a partir do desenvolvimento de algoritmos particularmente sofisticados, tornar-se um *panóptico*, no sentido definido por Foucault, um sistema de controle generalizado e exaustivo;



esse controle pode ser tanto externo quanto ligado a um mecanismo de autocensura. A ingerência pode igualmente influenciar as escolhas políticas, como foi no caso da eleição de Trump, nos Estados Unidos. Neste caso, esse mecanismo se traduz por uma limitação da liberdade individual, e constitui uma externalidade negativa (relação (3)).

No âmbito de uma análise em termos de sociologia política, podemos afirmar que essas diferentes modalidades de ingerência constituem restrições em relação ao espaço privado dos usuários da rede. Esta ampliação do espaço público pode ser concebida como uma “invasão” da esfera privada pela esfera pública. Não obstante, a participação dos usuários é voluntária e não é devida a qualquer medida coercitiva. *Em que medida essa “invasão” é desejada, ou não, pelo consumidor/usuário?*

A esse respeito, é interessante observar a maneira como o problema do espaço público se modificou, desde os primeiros trabalhos de Habermas (1978): no século XVIII, o espaço público era concebido como um espaço democrático - espaço de discussão no qual os diferentes membros tinham os mesmos direitos, independentemente de sua condição econômica -, e sua função consistia em proteger o indivíduo⁷ do poder arbitrário do Estado.

Hoje, a natureza e a função do espaço público representado pelas redes sociais se transformaram profundamente. Há uma perda de autonomia em relação ao poder econômico: em função das próprias características da economia digital, o poder simbólico se tornou indispensável para assegurar o poder econômico, a partir da criação da utilidade social.

Em uma certa medida, o desenvolvimento das redes sociais pode ser interpretado como uma autonomização em relação ao poder político. A produção de informação é muito mais diversificada, ela não depende unicamente das mídias tradicionais. Apesar disso, a necessidade de um controle político e “ético” aparece, para evitar a divulgação de *fake news*, de conteúdos sexistas, racistas ou ligados ao terrorismo, como no caso do Estado Islâmico, por exemplo.

As informações divulgadas nas redes sociais influenciam as decisões políticas dos usuários: na eleição de Obama e, depois, na de Trump, nos Estados Unidos, as redes sociais foram amplamente utilizadas para orientar o voto. No que diz respeito à eleição de Trump, o papel da Rússia e sua ingerência estão sendo investigados (Libération, 1er août, 2018). Assim, a autonomização deste novo espaço público, em relação ao político, é relativa e parcial.

Finalmente, é preciso evocar os problemas ligados à evasão fiscal: essas plataformas eletrônicas atuam em mercados que são mundiais⁸. Suas estratégias consistem em implantar suas agências em paraísos fiscais e escapar assim às regras fiscais nacionais, prevalendo-se daquelas vigentes nesses paraísos fiscais. Aqui também se trata de uma externalidade negativa (relação (4)).

7. No sentido definido pelo Iluminismo.

8. Exceção feita de certos regimes ditatoriais, como a China e a Coreia do Norte, que impediram a entrada dessas plataformas nos seus respectivos mercados.

9. A este respeito, ver Herscovici e Vargas (2017).

Externalidades mistas e positivas

O consumo produtivo pode gerar externalidades negativas quando o estoque é composto por bens padrão. A pesca em um lago, ou a terra no caso do pasto do gado, constituem os exemplos escolhidos pelos economistas neoclássicos: neste caso, eles querem provar que a ausência de sistema de propriedade privada leva obrigatoriamente ao esgotamento do estoque disponível. O estoque de peixes disponíveis no lago diminui à medida que o aumento da pesca não é compatível com a reprodução dos peixes. Da mesma maneira, o aumento do gado que vai pastar sobre determinado pasto se traduz por uma deterioração da produtividade daquela terra⁹ (relação (5)). Finalmente, à medida que o consumo é determinado a partir da produção, ao aumento da produção corresponde um aumento do consumo e uma deterioração do estoque disponível (relação (6')).

Não obstante, a relação é totalmente diferente quando os bens que compõem o estoque são indivisíveis e/ou complexos: a presença de externalidades de demanda ligadas à utilidade social é tal que qualquer restrição em termos de acesso à rede se traduz por uma externalidade negativa, ou seja, por uma diminuição da utilidade de cada usuário (relação (6)). Isto se explica pelo fato de o consumo produtivo depender do consumo prévio dos usuários.

Quando estamos na presença de bens complexos, a relação (6) é verificada. O exemplo das redes solidárias como Linux, por exemplo, ilustra perfeitamente esse caso: quando não há contribuição por parte do usuário, temos que $df_1/dC_2 = 0$; no caso de haver contribuição, $df_1/dC_2 > 0$. O mesmo mecanismo prevalece nas redes de compartilhamento de arquivos digitais como YouTube.

10. Cf. o conceito de economia da demanda

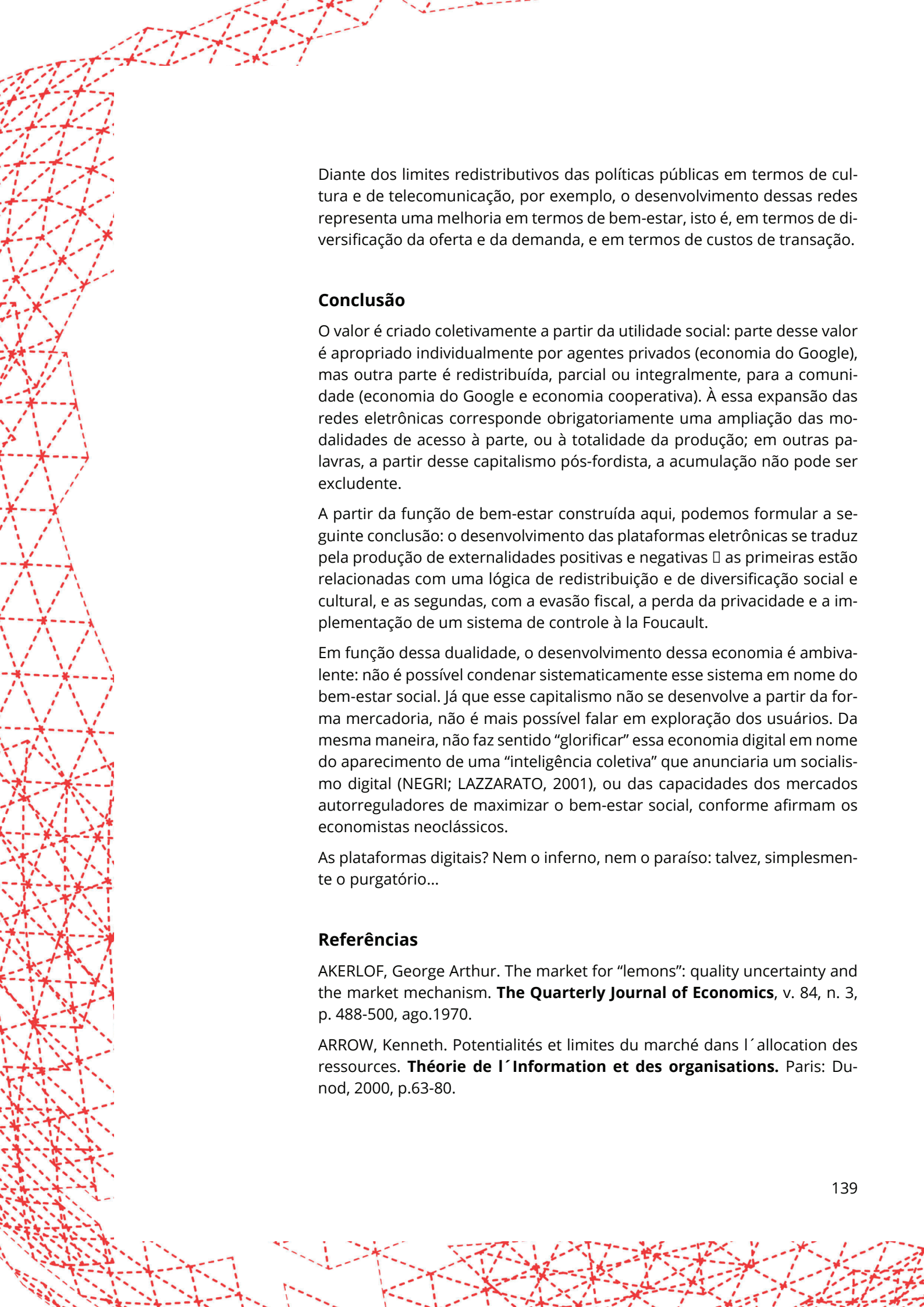
À medida que o consumo produtivo depende diretamente do consumo doméstico¹⁰, a relação (5') é obrigatoriamente verificada.

Plataformas eletrônicas e bem-estar social

Qual é a resultante do desenvolvimento das redes eletrônicas no que diz respeito ao bem-estar coletivo? Se, por um lado, essas redes eletrônicas geram externalidades negativas, por outro, elas produzem igualmente externalidades positivas.

De um modo mais geral, a economia da internet apresenta as seguintes especificidades: agentes privados produzem e distribuem, no âmbito de lógicas de mercado, bens públicos, indivisíveis e não excludentes. As modalidades de criação e de apropriação do valor se modificaram de tal maneira que, nos mercados primários, ou o acesso é gratuito, ou há uma diminuição substancial dos preços para o conjunto dos consumidores/usuários.

As implicações são as seguintes: (a) uma ampliação e uma diversificação social dos públicos, (b) uma diminuição importante dos preços de acesso e (c) um aumento da diversidade proposta para os usuários: a teoria da *long tail*.



Diante dos limites redistributivos das políticas públicas em termos de cultura e de telecomunicação, por exemplo, o desenvolvimento dessas redes representa uma melhoria em termos de bem-estar, isto é, em termos de diversificação da oferta e da demanda, e em termos de custos de transação.

Conclusão

O valor é criado coletivamente a partir da utilidade social: parte desse valor é apropriado individualmente por agentes privados (economia do Google), mas outra parte é redistribuída, parcial ou integralmente, para a comunidade (economia do Google e economia cooperativa). À essa expansão das redes eletrônicas corresponde obrigatoriamente uma ampliação das modalidades de acesso à parte, ou à totalidade da produção; em outras palavras, a partir desse capitalismo pós-fordista, a acumulação não pode ser excludente.

A partir da função de bem-estar construída aqui, podemos formular a seguinte conclusão: o desenvolvimento das plataformas eletrônicas se traduz pela produção de externalidades positivas e negativas □ as primeiras estão relacionadas com uma lógica de redistribuição e de diversificação social e cultural, e as segundas, com a evasão fiscal, a perda da privacidade e a implementação de um sistema de controle à la Foucault.

Em função dessa dualidade, o desenvolvimento dessa economia é ambivalente: não é possível condenar sistematicamente esse sistema em nome do bem-estar social. Já que esse capitalismo não se desenvolve a partir da forma mercadoria, não é mais possível falar em exploração dos usuários. Da mesma maneira, não faz sentido “glorificar” essa economia digital em nome do aparecimento de uma “inteligência coletiva” que anunciaria um socialismo digital (NEGRI; LAZZARATO, 2001), ou das capacidades dos mercados autorreguladores de maximizar o bem-estar social, conforme afirmam os economistas neoclássicos.

As plataformas digitais? Nem o inferno, nem o paraíso: talvez, simplesmente o purgatório...

Referências

AKERLOF, George Arthur. The market for “lemons”: quality uncertainty and the market mechanism. **The Quarterly Journal of Economics**, v. 84, n. 3, p. 488-500, ago.1970.

ARROW, Kenneth. Potentialités et limites du marché dans l’allocation des ressources. **Théorie de l’Information et des organisations**. Paris: Dunod, 2000, p.63-80.



BARZEL, Yoram. **Economic analysis of property rights**. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

BOURDIEU, Pierre. La production de la croyance: contribution à une économie des biens symboliques, **Actes de la Recherche en Sciences Sociales**, n. 13, fév. 1977, p.4-44

BRAUDEL, Fernand. **La dynamique du capitalisme**. Paris: Champs Flammarion, 1985.

GROSSMAN, Sanford Jay; STIGLITZ, Joseph. Information and competitive price system. **American Economic Review**, v. 66, n. 2, p. 246-253, maio 1976.

_____. On the impossibility of informationally efficient markets. **The American Economic Review**, v. 70, n. 3, p. 393-408, jun. 1980.

HABERMAS, Jürgen. **Raison et légitimité**: problèmes de légitimation dans le capitalisme avancé. Paris: Payot, 1978.

HERSCOVICI, Alain. A dicotomia público/privado na economia da cultura e da comunicação. In **anais do CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO (INTERCOM)**, 15, 1992, São Bernardo do Campo.

_____. As metamorfoses do valor: capital intangível e hipótese substancial. Reflexões a respeito da historicidade do valor. **L. Liinc em Revista**, v. 10, n. 2, 2014. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/liinc/article/view/3588>>. Acesso em: 4 set. 2018.

_____. **Economia da cultura e da comunicação**. Vitória: Fundação Cecília-no Abel de Almeida/UFES, 1995.

_____. Economia de redes, externalidades e estruturas de mercado: o conceito de concorrência qualitativa. **Revista Brasileira de Inovação**, v. 12, n. 1, 2013. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rbi/article/view/8649054>>. Acesso em: 4 set. 2018.


_____. Nature and implications of financialization: from quasi-equilibrium to speculative dynamic. **International Conference on Applied Economics, ICOAE 2018**: Warsaw, Poland, p. 5-7, jul. 18.

HERSCOVICI, A.; BOLAÑO, C. A crítica da economia política da informação e do conhecimento. In: **ENCONTRO NACIONAL DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA POLÍTICA**, 10, 2005, Campinas.

HERSCOVICI, Alain; VARGAS, Juliano. A tragédia dos commons revisitada: uma análise crítica. **Análise Econômica (UFRGS)**, v. 35, n. 67, 2017.

KATZ M. L.; SHAPIRO, C. Network externalities, competition and compatibility. **American Economic Review**, v. 75, n. 3, p. 424-440, 1985.

LIBÉRATION, 1er aout 2018, Facebook identifie une nouvelle campagne de manipulation politique.



LEROY, Dominique. **Économie des arts du spectacle vivant**: essai sur la relation entre l'économique et l'esthétique Paris: Economica, 1980.

MARX, Karl. **Le Capital**, Critique de l'économie politique. Paris: Editions Sociales, 1976. (Originalmente publicado em 1875.)

_____. **Grundrisse**. São Paulo : Boitempo, 2011.

MAUSS, Marcel. Essai sur le don. **L'Année Sociologique**, seconde série, 1923-1924.

MIÈGE, Bernard; PAJON, Patrick; SALAÜN, Jean Michel. **L'industrialisation de l'audiovisuel**. Paris: Aubier, 1986.

NEGRI, Antonio; LAZZARATO, Maurizio. **Trabalho imaterial**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

RAULINO, Gabriela Dalila Bezerra. **Do lúdico ao lucro**: o trabalho da audiência de YouTube e Facebook na acumulação do capital. 2018. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura-ECO, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

SEN, Amartya. **Choice, welfare and measurement**. Oxford: Blackwell, 1982.

SMITH, Adam. **Riqueza das nações**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1980. (Originalmente publicado em 1776.)

STIGLITZ, Joseph. The causes and consequences of the dependence of quality on price. **Journal of Economic Literature**, v. XXV, p. 1-48, 1987.

WILLIAMSON O. The Theory of the firm as governance structure: from choice to contract. **Journal of Economic Prospective**, v. 16, n. 3, Summer, 2002.

WOLTON, Dominique. **Internet et après?** Une théorie critique des nouveaux médias. Paris: Champs Flammarion, 2000.