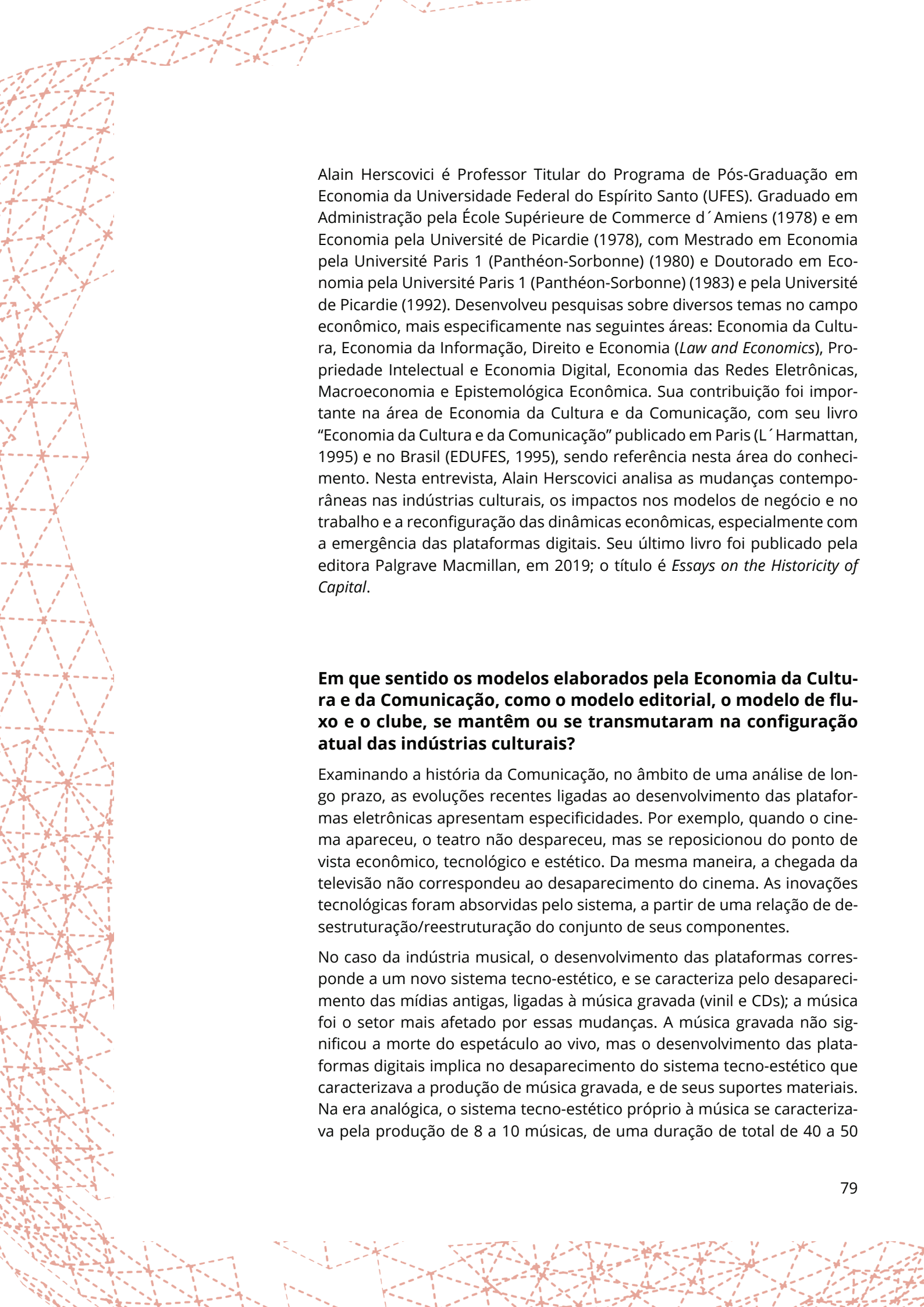


**Entrevista com Alain Herscovici**

**Por Jonas Valente**

Doutor em Sociologia pela Universidade de Brasília.

Contato: [jonasvalente@gmail.com](mailto:jonasvalente@gmail.com)

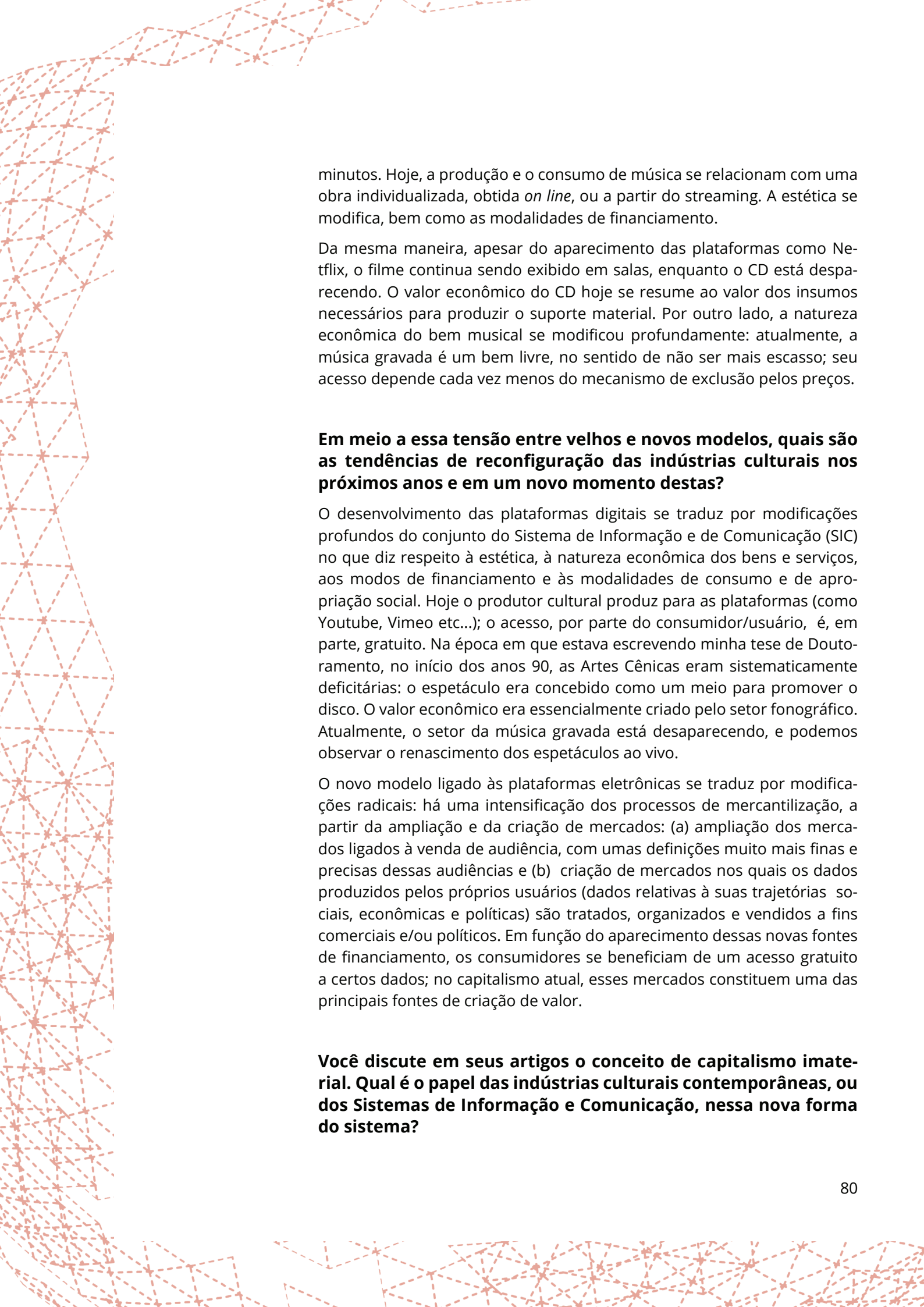


Alain Herscovici é Professor Titular do Programa de Pós-Graduação em Economia da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). Graduado em Administração pela École Supérieure de Commerce d'Amiens (1978) e em Economia pela Université de Picardie (1978), com Mestrado em Economia pela Université Paris 1 (Panthéon-Sorbonne) (1980) e Doutorado em Economia pela Université Paris 1 (Panthéon-Sorbonne) (1983) e pela Université de Picardie (1992). Desenvolveu pesquisas sobre diversos temas no campo econômico, mais especificamente nas seguintes áreas: Economia da Cultura, Economia da Informação, Direito e Economia (*Law and Economics*), Propriedade Intelectual e Economia Digital, Economia das Redes Eletrônicas, Macroeconomia e Epistemológica Econômica. Sua contribuição foi importante na área de Economia da Cultura e da Comunicação, com seu livro "Economia da Cultura e da Comunicação" publicado em Paris (L' Harmattan, 1995) e no Brasil (EDUFES, 1995), sendo referência nesta área do conhecimento. Nesta entrevista, Alain Herscovici analisa as mudanças contemporâneas nas indústrias culturais, os impactos nos modelos de negócio e no trabalho e a reconfiguração das dinâmicas econômicas, especialmente com a emergência das plataformas digitais. Seu último livro foi publicado pela editora Palgrave Macmillan, em 2019; o título é *Essays on the Historicity of Capital*.

**Em que sentido os modelos elaborados pela Economia da Cultura e da Comunicação, como o modelo editorial, o modelo de fluxo e o clube, se mantêm ou se transmutaram na configuração atual das indústrias culturais?**

Examinando a história da Comunicação, no âmbito de uma análise de longo prazo, as evoluções recentes ligadas ao desenvolvimento das plataformas eletrônicas apresentam especificidades. Por exemplo, quando o cinema apareceu, o teatro não desapareceu, mas se reposicionou do ponto de vista econômico, tecnológico e estético. Da mesma maneira, a chegada da televisão não correspondeu ao desaparecimento do cinema. As inovações tecnológicas foram absorvidas pelo sistema, a partir de uma relação de desestruturação/reestruturação do conjunto de seus componentes.

No caso da indústria musical, o desenvolvimento das plataformas corresponde a um novo sistema tecno-estético, e se caracteriza pelo desaparecimento das mídias antigas, ligadas à música gravada (vinil e CDs); a música foi o setor mais afetado por essas mudanças. A música gravada não significou a morte do espetáculo ao vivo, mas o desenvolvimento das plataformas digitais implica no desaparecimento do sistema tecno-estético que caracterizava a produção de música gravada, e de seus suportes materiais. Na era analógica, o sistema tecno-estético próprio à música se caracterizava pela produção de 8 a 10 músicas, de uma duração de total de 40 a 50



minutos. Hoje, a produção e o consumo de música se relacionam com uma obra individualizada, obtida *on line*, ou a partir do streaming. A estética se modifica, bem como as modalidades de financiamento.


Da mesma maneira, apesar do aparecimento das plataformas como Netflix, o filme continua sendo exibido em salas, enquanto o CD está desaparecendo. O valor econômico do CD hoje se resume ao valor dos insumos necessários para produzir o suporte material. Por outro lado, a natureza econômica do bem musical se modificou profundamente: atualmente, a música gravada é um bem livre, no sentido de não ser mais escasso; seu acesso depende cada vez menos do mecanismo de exclusão pelos preços.

### **Em meio a essa tensão entre velhos e novos modelos, quais são as tendências de reconfiguração das indústrias culturais nos próximos anos e em um novo momento destas?**

O desenvolvimento das plataformas digitais se traduz por modificações profundos do conjunto do Sistema de Informação e de Comunicação (SIC) no que diz respeito à estética, à natureza econômica dos bens e serviços, aos modos de financiamento e às modalidades de consumo e de apropriação social. Hoje o produtor cultural produz para as plataformas (como Youtube, Vimeo etc...); o acesso, por parte do consumidor/usuário, é, em parte, gratuito. Na época em que estava escrevendo minha tese de Doutorado, no início dos anos 90, as Artes Cênicas eram sistematicamente deficitárias: o espetáculo era concebido como um meio para promover o disco. O valor econômico era essencialmente criado pelo setor fonográfico. Atualmente, o setor da música gravada está desaparecendo, e podemos observar o renascimento dos espetáculos ao vivo.

O novo modelo ligado às plataformas eletrônicas se traduz por modificações radicais: há uma intensificação dos processos de mercantilização, a partir da ampliação e da criação de mercados: (a) ampliação dos mercados ligados à venda de audiência, com umas definições muito mais finas e precisas dessas audiências e (b) criação de mercados nos quais os dados produzidos pelos próprios usuários (dados relativos à suas trajetórias sociais, econômicas e políticas) são tratados, organizados e vendidos a fins comerciais e/ou políticos. Em função do aparecimento dessas novas fontes de financiamento, os consumidores se beneficiam de um acesso gratuito a certos dados; no capitalismo atual, esses mercados constituem uma das principais fontes de criação de valor.

### **Você discute em seus artigos o conceito de capitalismo imaterial. Qual é o papel das indústrias culturais contemporâneas, ou dos Sistemas de Informação e Comunicação, nessa nova forma do sistema?**



Este papel é muito mais importante, hoje. Gosto de raciocinar a partir das categorias construídas pelo historiador francês, Fernand Braudel, no âmbito de uma perspectiva de longo prazo. Até o final dos anos 70, o conjunto das indústrias culturais não assumia nenhum papel nas lógicas de acumulação do capital. Certas atividades deficitárias eram financiadas porque mereciam existir, por si mesmas: a teoria da arte pela arte. Houve uma ruptura a partir desta época: as atividades ligadas às indústrias culturais começaram a assumir um papel na lógica de acumulação do capital. Isso foi iniciado com a imprensa, a televisão e o rádio, continuou com a Economia da Diferenciação, e se intensificou com a “Economia de Google” e com as estratégias atuais desenvolvidas pelas diferentes plataformas eletrônicas.

Essas novas estratégias implicam uma modificação do espaço público, da maneira como ele foi definido por Habermas; além de sua mercantilização crescente, ele se torna diretamente político, a partir da venda dos dados relativos às audiências: por exemplo, em 2016, a eleição de Donald Trump nos Estados Unidos se deve, em parte, às estratégias desenvolvidas pela firma Cambridge Analytical - Jair Bolsonaro no Brasil utilizou os serviços deste tipo de firmas para definir seu eleitorado, para alcançá-lo e divulgar uma série de *fake news*, para criar *buzzle* a partir dos *bots* (robôs) - Na França, os movimentos de extrema-direita desenvolvem igualmente este tipo de estratégias. Contrariamente à visão de Habermas, o espaço público promovido pelas plataformas eletrônicas deixa de ser governado pelo uso público da Razão: ele está cada vez mais subordinado à interesses econômicos e políticos de curtíssimo prazo. Este espaço está perdendo progressivamente sua autonomia.

De um ponto de vista geral, o capitalismo imaterial se caracteriza pela intensificação dos processos de mercantilização das diferentes esferas de produção social. A partir de uma perspectiva braudeliana, posso afirmar que o capitalismo “imaterial” ligado às redes eletrônicas se desenvolve a partir de uma extensão social e geográfica das lógicas de mercado. Não obstante, existe uma superação da teoria do valor trabalho, conforme observado pelo próprio Marx, nos Grundrisse: o valor econômico dos bens e dos ativos intangíveis não é mais determinado a partir da quantidade de trabalho abstrato incorporado no processo de produção. O valor é, essencialmente, o produto de determinadas relações sociais, as quais mudam nos diferentes períodos históricos.

O *paradoxo de Van Gogh*, conceito que eu defini em um artigo de 2014, ilustra perfeitamente este fenômeno: este pintor não vendeu nenhum quadro enquanto era vivo. Hoje, esses quadros valem milhões de dólares, e são objeto de especulação. Assim, o valor não constitui a substância “intrínseca” dos bens, mas ele é o produto de determinadas relações sociais, as quais se modificam no decorrer do tempo. Este tipo de mecanismo se estende, hoje, para a maior parte dos bens e capitais imateriais; a ausência de um preço regulador permite explicar a instabilidade desta economia.

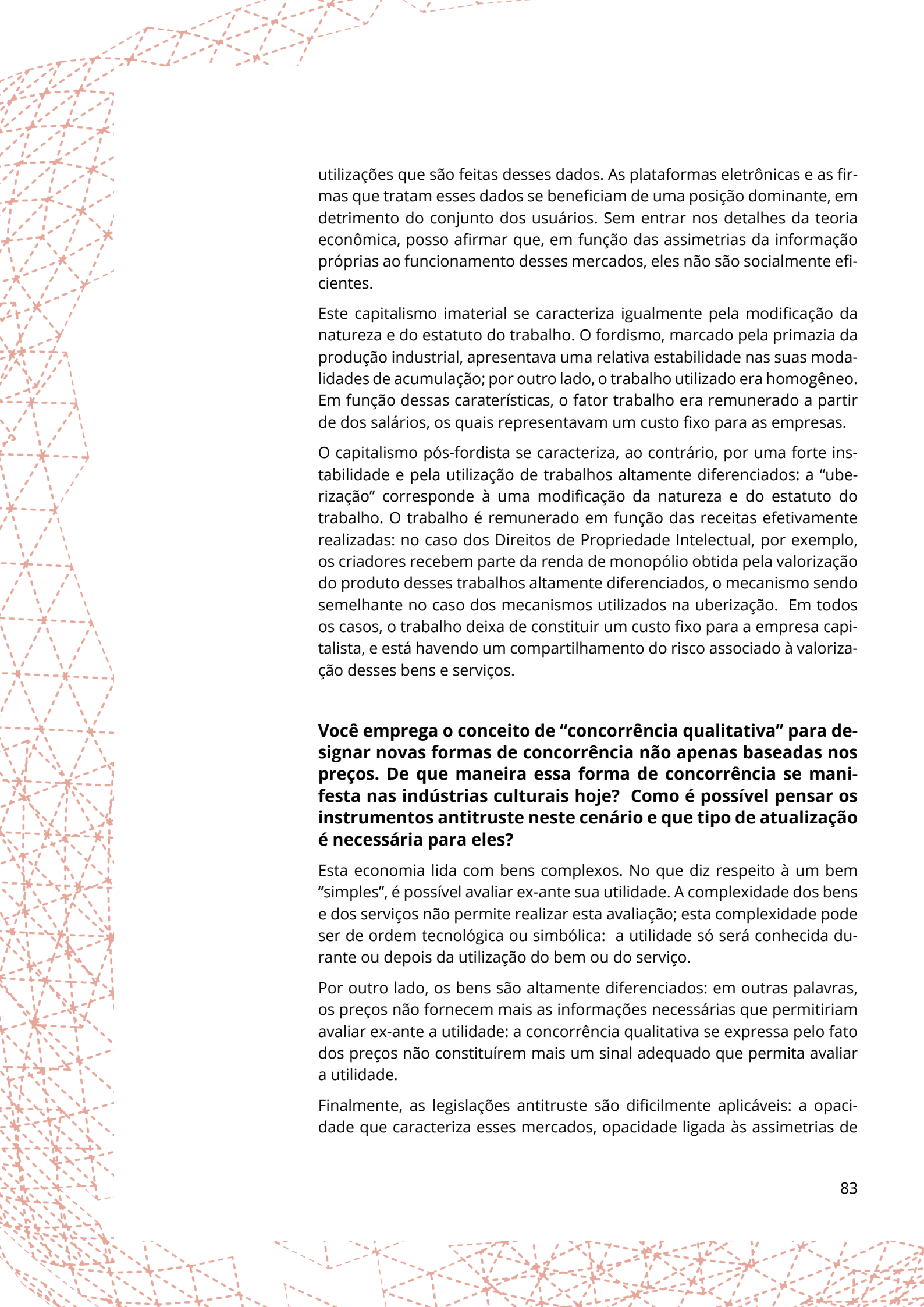
**Você discute os impactos das plataformas digitais em diversas esferas da vida. Uma das discussões entre os pesquisadores do tema tem sido acerca das consequências sobre as relações de trabalho. Como você avalia as mudanças provocadas por esses agentes? Há uma reformulação das formas de trabalho ou criação de novas?**

Vou utilizar a parábola da floresta: nesta, tem árvores, a partir dos quais se produz madeira, instrumentos musicais, etc. A árvore, em si, não cria valor. O valor está sendo criado a partir do momento que um trabalho é aplicado: extração e tratamento da madeira, produção de bens a partir desta madeira tratada, etc. A análise das plataformas eletrônicas pode ser analisada a partir deste esquema. As informações produzidas pelos usuários que acessam esta plataforma não podem ser concebidas como um trabalho produtivo. Ao contrário, o trabalho abstrato que consiste em organizar, tratar e coletar essas informações é produtivo. É só após ter aplicado este trabalho à informação “bruta” que essas informações se tornam objetos de troca nos mercados: venda de audiência, determinação das trajetórias sócio-culturais dos usuários, etc.

Ao desenvolvimento dessas plataformas corresponde a criação de novos mercados, que eu chamo de *mercados intermediários*, ou *secundários*: no *mercado primário*, o consumidor tem acesso gratuito a uma série de serviços e, a partir dos algoritmos utilizados pelas plataformas, ele produz gratuitamente informações que serão vendidas nesses mercados intermediários. Contrariamente ao que certos autores marxistas afirmam, não é possível falar em exploração dos consumidores, e isto pelas seguintes razões: este mercado não corresponde a uma relação mercantil monetizada, pelo fato dos consumidores/usuários não receberem um valor monetário. Trata-se de um mercado que funciona a partir de uma lógica de escambo: o consumidor tem acesso a certos serviços gratuitos, e fornece gratuitamente informações que serão exploradas posteriormente pelas plataformas eletrônicas. Nesses mercados, não são trocadas mercadorias, mas bens altamente diferenciados, ou seja, informações. A partir das categorias marxistas, não se trata de mercadorias; conseqüentemente, não há exploração nem criação de mais-valia.

Nos mercados secundários, os dados tratados e organizados a partir das atividades de rastreamento efetuadas pelas plataformas e pelas firmas especializadas, são vendidos, em função de objetivos comerciais e/ou políticos. Isto corresponde à hipótese braudeliana: *o capitalismo se desenvolve fora a forma mercadoria, a partir da extensão da lógica de mercado*.

A estrutura desses mercados se caracteriza por importantes assimetrias da informação: os consumidores/usuários não têm condições de negociar o valor que corresponde às utilizações das informações que eles produzem, nem de limitar o poder de rastreamento das plataformas eletrônicas e as



utilizações que são feitas desses dados. As plataformas eletrônicas e as firmas que tratam esses dados se beneficiam de uma posição dominante, em detrimento do conjunto dos usuários. Sem entrar nos detalhes da teoria econômica, posso afirmar que, em função das assimetrias da informação próprias ao funcionamento desses mercados, eles não são socialmente eficientes.

Este capitalismo imaterial se caracteriza igualmente pela modificação da natureza e do estatuto do trabalho. O fordismo, marcado pela primazia da produção industrial, apresentava uma relativa estabilidade nas suas modalidades de acumulação; por outro lado, o trabalho utilizado era homogêneo. Em função dessas características, o fator trabalho era remunerado a partir de dos salários, os quais representavam um custo fixo para as empresas.

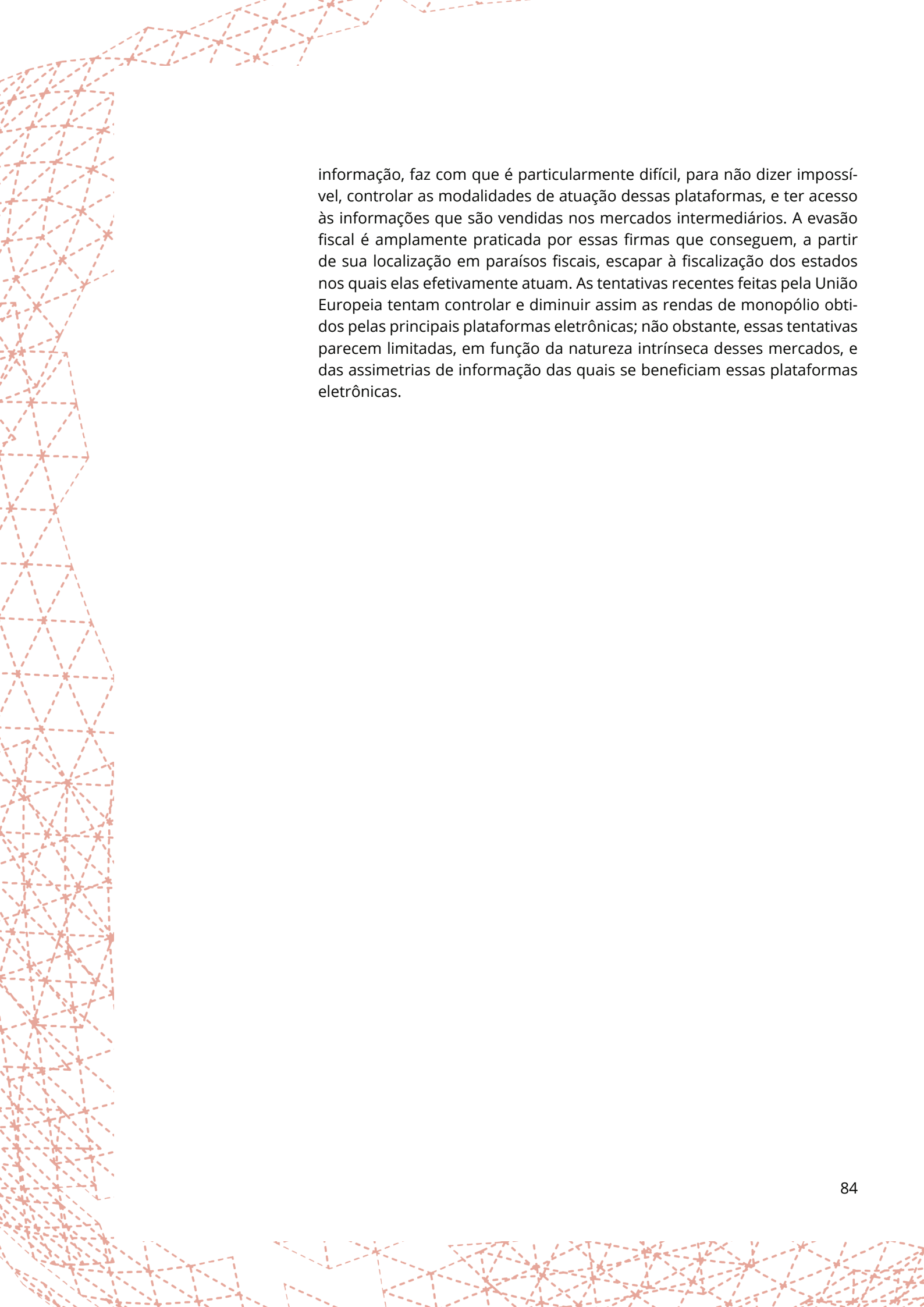
O capitalismo pós-fordista se caracteriza, ao contrário, por uma forte instabilidade e pela utilização de trabalhos altamente diferenciados: a “uberização” corresponde à uma modificação da natureza e do estatuto do trabalho. O trabalho é remunerado em função das receitas efetivamente realizadas: no caso dos Direitos de Propriedade Intelectual, por exemplo, os criadores recebem parte da renda de monopólio obtida pela valorização do produto desses trabalhos altamente diferenciados, o mecanismo sendo semelhante no caso dos mecanismos utilizados na uberização. Em todos os casos, o trabalho deixa de constituir um custo fixo para a empresa capitalista, e está havendo um compartilhamento do risco associado à valorização desses bens e serviços.

**Você emprega o conceito de “concorrência qualitativa” para designar novas formas de concorrência não apenas baseadas nos preços. De que maneira essa forma de concorrência se manifesta nas indústrias culturais hoje? Como é possível pensar os instrumentos antitruste neste cenário e que tipo de atualização é necessária para eles?**

Esta economia lida com bens complexos. No que diz respeito à um bem “simples”, é possível avaliar ex-ante sua utilidade. A complexidade dos bens e dos serviços não permite realizar esta avaliação; esta complexidade pode ser de ordem tecnológica ou simbólica: a utilidade só será conhecida durante ou depois da utilização do bem ou do serviço.

Por outro lado, os bens são altamente diferenciados: em outras palavras, os preços não fornecem mais as informações necessárias que permitiriam avaliar ex-ante a utilidade: a concorrência qualitativa se expressa pelo fato dos preços não constituírem mais um sinal adequado que permita avaliar a utilidade.

Finalmente, as legislações antitruste são dificilmente aplicáveis: a opacidade que caracteriza esses mercados, opacidade ligada às assimetrias de



informação, faz com que é particularmente difícil, para não dizer impossível, controlar as modalidades de atuação dessas plataformas, e ter acesso às informações que são vendidas nos mercados intermediários. A evasão fiscal é amplamente praticada por essas firmas que conseguem, a partir de sua localização em paraísos fiscais, escapar à fiscalização dos estados nos quais elas efetivamente atuam. As tentativas recentes feitas pela União Europeia tentam controlar e diminuir assim as rendas de monopólio obtidos pelas principais plataformas eletrônicas; não obstante, essas tentativas parecem limitadas, em função da natureza intrínseca desses mercados, e das assimetrias de informação das quais se beneficiam essas plataformas eletrônicas.