

Contribuições e limites das análises da escola francesa, à luz do estudo da economia digital. Uma releitura do debate dos anos 80.

Alain Herscovici¹

Resumo

Este artigo propõe-se a estudar a pertinência das análises da escola francesa do GRESEC e do conceito de lógica social por ela empregado. Mostrarei como e porque as hipóteses implícitas estão ligadas ao período fordista, e em que medida elas não permitem mais analisar a economia das redes digitais. Finalmente, fornecerei elementos no que diz respeito às lógicas sociais próprias à economia digital.

Palavras-chaves: lógicas sociais, utilidade social, bem público

Resumen

Este artículo tiene por objeto estudiar la pertinencia de los análisis de la escuela francesa de GRESEC y el concepto social de lógica social empleada. Mostrar cómo y por qué los supuestos implícitos están relacionados con el período fordista, y en qué medida en que no permitirá analizar la economía de las redes digitales. Por último, proporcionar información relativa a las lógicas sociales que caracterizan la economía digital.

Palabras clave: lógica social, utilidad social y bien público

Abstract

This article aims at studying the relevance of the analysis of the French school of GRESEC and the concept of social logic used. I will demonstrate why the implicit hypothesis are linked to the Fordist period, and to what extent this theoretical matrix isn't an adequate referential to analyze the digital economic. Finally, I will provide evidence with regard to the social logical which characterizes this digital economy.

Key-words: social logics, social utility, public goods

Este artigo tem por objetivo analisar, a partir do conceito de lógica social, a economia digital e a natureza das rupturas que ela apresenta em relação aos modelos anteriores. Isto implica em avaliar a pertinência e a atualidade do debate relativo às lógicas sociais, e em estudar em que medida este instrumental permite explicar as dinâmicas próprias à economia digital.

A escola francesa da Economia Política da Cultura e da Comunicação nasce com o trabalho de Huet e ali (1978), e se desenvolve nos anos posteriores com o livro de Flichy “Les industries de l’imaginaire” (1980) e com os diferentes trabalhos do Groupe de Recherche sur les Enjeux de la Communication (GRESEC). Neste artigo, retomarei esta discussão a

¹ Doutor em Economia pelas Universidades de Paris I Panthéon-Sorbonne e de Amiens, Coordenador do Grupo de Estudo em Macroeconomia (GREM) e do Grupo de Estudo em Economia da Cultura, da Comunicação, da Informação e do Conhecimento (GECICC) Programa de Pós-Graduação em Economia (PPGEco) da UFES, Professor e Coordenador do PPGEco, Sócio fundador da Asociación Latina de Economía Política de la Información, Cultura y Comunicación (ULEPICC) e pesquisador do CNPq (e-mail: alhersco.vix@terra.com.br)

partir do texto seminal de Jean-Michel Salaün (1990) e dos diferentes trabalhos de Miège e ali (1986, 1989)

No que diz respeito às indústrias ligadas à Cultura, à Informação e à Comunicação, esta análise permite distinguir diferentes modelos sócio-econômicos, cada um correspondendo a uma *lógica social* específica; são essas lógicas que permitem definir as dinâmicas setoriais, e as compatibilidades com a lógica global de acumulação.

Numa primeira parte, definirei o conceito de lógica social, para poder analisar os diferentes modelos tradicionalmente estudados, no âmbito dos estudos em Economia da Cultura e da Comunicação. Numa segunda parte, mostrarei quais são as lógicas sociais que caracterizam a era digital, e ressaltarei suas principais características, em termos de modalidades de valorização econômica, de apropriação social e de estrutura tecno-estética. Finalmente, a partir das evoluções históricas de longo prazo, ressaltarei as tendências desta economia e estudarei a natureza das rupturas introduzidas pelo desenvolvimento da economia digital.

I) Uma análise em termos de história do pensamento

1) O conceito de lógica social

1.1 Os diferentes níveis analíticos

Uma lógica social se relaciona com dois níveis analíticos distintos mas complementares: o nível meso-econômico, ou seja, setorial, e o nível macroeconômico ligado às modalidades de acumulação do capital. Esta abordagem é parecida com aquela do velho institucionalismo, mais especificamente da Escola Francesa da Regulação, à medida que o mercado é concebido como um arranjo específico, e historicamente determinado, de determinadas formas institucionais e de lógicas econômicas (Coriat, Weinstein, 2005).

1.1.1 O nível setorial se define a partir da compatibilidade existente entre determinadas tecnologias, determinadas normas e modalidades de consumo e um funcionamento econômico específico; este se define a partir das modalidades de valorização econômica dos diferentes produtos e serviços, das formas concorrenciais e das modalidades de financiamento compatíveis com os demais componentes do sistema.

Este conceito de lógica social pode ser assimilado aos conceitos de *estrutura e sistema tecno-estéticos* (Leroy 1980, Herscovici 1995). Um sistema tecno-estético se define pelas compatibilidades existentes entre determinadas modalidades de valorização econômica,

a utilização de uma tecnologia específica e uma determinada estética. A tecnologia é endogeneizada, à medida que ela constitui um dos componentes deste sistema.

i) A “absorção” da inovação tecnológica pelo Sistema de Informação e de Comunicação (SIC) se traduz por *uma dialética das mídias*, ou seja, por um movimento de desestruturação/reestruturação das diferentes mídias, em termos estéticos, econômicos e em termos das práticas de consumo. As evoluções históricas mostram que, em função do progresso técnico, após a introdução da inovação no SIC, cada mídia tem que se reposicionar em função dessas três dimensões. As relações entre a música ao vivo e a música mecânica, o cinema e a televisão, o teatro e o cinema são representativas deste movimento: a mídia que deixa de ser dominante não desaparece, mas redefine sua posição no seio do sistema.

ii) O desenvolvimento tecnológico não é autônomo: a tecnologia se desenvolve a partir do momento que ela é compatível com as lógicas globais do modo de regulação vigente, o que nos leva a analisar os níveis macroeconômicos e sociais. Existe assim uma compatibilidade entre o modo de regulação e o sistema de informação e de comunicação.

Utilizarei o instrumental fornecido pela Escola Francesa da Regulação para definir o conceito de modo de regulação: este se define pela compatibilidade que existe entre determinadas formas institucionais e um regime de acumulação, ou seja, as lógicas sociais e econômicas que permitem assegurar “uma progressão geral e relativamente coerente da acumulação do capital (...)” (Boyer, 1986, p. 46).

Quadro I Sistema de Cultura e de Informação e modo de regulação

Ordem econômica	Ordem simbólica SIC	Ordem política
<p>FORDISMO</p> <ul style="list-style-type: none"> * Oferta homogênea * Concorrência preços * Consumo de Massa 	<ul style="list-style-type: none"> * Mídias de Massa * Indústria Cultural * Serviço público * Cultura de massa 	<ul style="list-style-type: none"> * Espaço público ampliado * Publicização da Informação * Voto universal * Integração social e nacional * Socialização ampliada
<p>⇒ Uma Primazia da oferta</p>		

<p>PÓS-FORDISMO</p> <ul style="list-style-type: none"> * Oferta heterogênea * Concorrência qualitativa: redes e utilidade social * Segmentação da demanda * Utilidade social 	<ul style="list-style-type: none"> * Mídias segmentadas * Cultura segmentada <p>Internet I</p> <p>Internet II</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Espaço público restrito * Privatização da Informação * Integração social parcial * Socialização restrita * Publicização da Informação * Outras modalidades de Socialização: as comunidades on line
<p>⇒ Uma Primazia da Demanda</p>		

A periodização que utilizarei neste trabalho é a seguinte: ela se relaciona com dois modos de regulação distintos, o modo de regulação fordista e o pós-fordista. Em função das especificidades institucionais e econômicas, o modo de regulação fordista é essencialmente incluyente. O SIC que lhe corresponde é igualmente incluyente, e privilegia as lógicas de redistribuição, de integração social e nacional: o setor das Telecomunicações, por exemplo, é governado por uma lógica de serviço público e universal. Os subsídios cruzados permitem realizar esta integração espacial e social. O desenvolvimento das indústrias culturais está diretamente ligado a este movimento: ampliação e diversificação social do espaço público, e gratuidade de determinados serviço para o consumidor/usuário.

Conforme mostrarei mais adiante, as lógicas sociais que prevalecem no caso da internet são diferentes e se relacionam com um modo de regulação diferente também: neste, os objetivos de redistribuição e de integração social são progressivamente abandonados, há segmentação da oferta em função dos diferentes grupos sociais; neste sentido, mesmo se o sistema oferece possibilidades de reapropriação social de certos bens e serviços, este modo de regulação é muito mais excluyente que o anterior; conforme indicam os principais indicadores

macroeconômicos, a parte relativa das mais-valias financeiras e dos lucros no PIB aumentou consideravelmente no conjunto dos países.

Existe assim uma interdependência entre as lógicas setoriais próprias às diferentes mídias, e a lógica global de acumulação. Os SIC que correspondem ao modo de regulação atual são intrinsecamente diferentes daqueles que se desenvolveram no seio do modo de regulação fordista (cf. quadro I).

1.2 *Lógica social e modalidades de industrialização da Cultura*

Nesta perspectiva, as primeiras análises ligadas à Economia da Cultura ² tratam das modalidades de industrialização da Cultura, no âmbito de um modo de produção fordista. *A problemática que norteia este tipo de estudo se relaciona diretamente com uma lógica macro-social e econômica ligada à industrialização e ao fordismo*: essas análises, assim como os modelos que elas permitem construir, são historicamente determinados, nas suas hipóteses e características; como tais, eles não correspondem às lógicas da economia digital que caracteriza o pós-fordismo ³. Ao contrário, *o estudo dos modelos e das lógicas sociais que caracterizam o pós-fordismo tem que ser implementado a partir de hipóteses diferentes*: (a) a lógica global de acumulação é totalmente diferente: ela está ligada ao capital intangível e se relaciona com mecanismos totalmente diferentes, no que diz respeito à natureza do capital, às suas modalidades de valorização, à dinâmica dos mercados e ao sistema dos Direitos de Propriedade (Herscovici, 2007(a)) (b) as lógicas sociais setoriais são igualmente profundamente diferentes, em relação à natureza econômica dos produtos e dos serviços, às modalidades de apropriação social desses serviços e às modalidades de criação do valor, em nível setorial.

De um ponto de vista histórico, esta fase de industrialização da Cultura, com a chamada cultura de massa, representa uma primeira etapa de mercantilização deste tipo de atividades; os bens e serviços culturais são objetos de troca no mercado, e os métodos industriais são aplicados nos processos de produção dos bens e serviços ligados à cultura e à informação. No entanto, essas modalidades de industrialização e de mercantilização se aplicam com certas restrições, em função das especificidades das atividades culturais:

² Além dos trabalhos do GRESEC, é preciso mencionar Baumol (1967), Leroy (1980), Herscovici (1995) e Bolaño (2000)

³ Este tipo de observações se aplica igualmente aos diferentes modelos de desenvolvimento macroeconômicos construídos por Baumol (1967).

- i) A valorização econômica dos bens culturais é intrinsecamente aleatória, mesmo quando eles são objeto de uma reprodução industrial (Miège et ali, 1986, Herscovici, 1995); esta valorização aleatória se explica a partir das modalidades de formação do valor de uso dos bens e serviços culturais, no âmbito de determinado campo de produção (Bourdieu 1977).
- ii) Existe uma inserção parcial da força de trabalho intelectual/artística nos processos de produção capitalista: por um lado, esta força de trabalho não é assalariada, mas associada ao risco inerente à valorização econômica, a partir de sistemas de direitos autorais e/ou anexos que indexam esta remuneração sobre as receitas. Por outro lado, a reprodução da força de trabalho não é assegurada pela empresa, mas a partir da existência de “viveiros” que permitem minimizar os custos relativos à reprodução da força de trabalho.
- iii) Nos setores mais industrializados, como o audiovisual, o cinema e a indústria fonográfica, aparece uma divisão técnica do trabalho.

Em resumo, nesta fase, a industrialização da Cultura e da Informação se traduz por *uma penetração diferenciada e limitada do capital nessa área*: em função das especificidades sociológicas relativas às modalidades de apropriação simbólica, esta industrialização é parcial, e parte da produção é realizada de um modo artesanal. A lógica de diferenciação própria ao campo artístico é tal que os bens e serviços se valorizam a partir das especificidades do trabalho aplicado nos processos de produção. Assim, mesmo quando esses bens são reproduzidos industrialmente, eles se valorizam sob a forma de produtos únicos (Huet et ali, 1977, p. 99).

2) Os modelos vigentes na Economia da Cultura e da Informação

2.1 A tipologia tradicional

A tipologia tradicional considera os seguintes modelos: o modelo editorial, a imprensa e a cultura de onda representada pelo rádio e pela televisão aberta.

No modelo editorial, o papel do produtor consiste em levar até o mercado um determinado bem cultural, este bem podendo eventualmente ser reproduzido industrialmente (livro, indústria fonográfica e cinematográfica, artes cênicas, por exemplo). Trata-se de realizar, num primeiro tempo, a acumulação simbólica necessária à acumulação econômica

posterior; conforme ressaltam os diferentes dados estatísticos, uma percentagem fraca dos produtos editados consegue se rentabilizar nos mercados.

O consumo é individual, a difusão é descontínua e irregular, e o financiamento é assegurado pelo preço pago pelo consumidor final. O editor cumpre o papel central; ele escolhe a linha artística, e concorre à acumulação do capital simbólico. Essas modalidades de acumulação do capital simbólico consistem em atuar de tal maneira que o bem produzido pelo artista aparece como sendo único⁴; numa perspectiva econômica, *o valor econômico depende desta escassez socialmente criada*, e não mantém nenhuma relação com os custos necessários à produção dos bens e dos serviços. Assim, conforme afirmava David Ricardo, a teoria do valor trabalho não se aplica a este tipo de bens (1821, p.43 e 44). A concorrência se explica a partir das modalidades de acumulação simbólica, no sentido empregado por Bourdieu (1977), e não mantém nenhuma relação com os custos e com os preços.

A *imprensa* constitui o segundo modelo: o consumo é semi-individual, a difusão é descontínua mas regular, e está tendo uma diversificação das modalidades de financiamento: parte provém do preço pago pelo consumidor final, outra parte dos anunciantes, a partir do desenvolvimento dos *mercados intermediários*. Esses se situam entre o produtor e o consumidor final, e constituem uma nova forma mercantil ligada à venda de audiência para os anunciantes. A função central é assumida pelo redator que coordena as diferentes atividades jornalísticas, define o “tom” do jornal e permite assim fidelizar uma certa audiência.

É importante observar que, no que diz respeito a esses dois primeiros modelos, o consumo é ligado à produção de um objeto material (exceto a produção de espetáculo): isto se traduz por custos de estocagem e de distribuição importantes. Os custos de reprodução da matriz original são igualmente elevados. Por outro lado, em função da materialidade do bem, e de suas modalidades de distribuição, é possível praticar uma exclusão pelos preços; a materialidade da produção permite manter a escassez do bem. Finalmente, *esses bens e serviços são bens privados*, à medida que existe exclusão e rivalidade.

A *cultura de onda*, ou seja o rádio e a televisão aberta, representa o terceiro modelo: o consumo é semi-individual e instantâneo, a difusão é contínua, o financiamento pode ser assegurado por subsídios, por taxas e/ou pela venda de espaços publicitários. As atividades de programação constituem a função central: elas definem um conjunto de programas e o público que lhes corresponde. A difusão hertziana é tal que os custos ligados à difusão e ao estocagem

⁴ A este respeito, Bourdieu fala em banqueiro simbólico e em criador do criador. Sem sua intervenção, o gesto artístico não será sacralizado.

são mínimos. *A natureza econômica do serviço se modificou*: trata-se de um bem público⁵, o qual se caracteriza pela não rivalidade e pela não exclusão. A valorização econômica apresenta as especificidades das redes: aquém da massa crítica, em termos de audiência, os custos aumentam mais que as receitas, e a firma tem que enfrentar uma zona de déficit (Herscovici, 1995); além desta massa crítica, a atividade se torna rentável. Por outro lado, estamos na presença de um monopólio natural: os custos fixos são elevados, e os custos marginais são negligenciáveis.

2.2 *A natureza das rupturas entre os diferentes modelos.*

Qual é a natureza da ruptura que caracteriza a passagem de um modelo, para outro? Tal é a questão colocada pelos autores que, no final dos anos 80 e no início dos anos 90, estudavam a economia política da comunicação (Salaün, 1990).

2.2.1 No âmbito deste debate, os elementos de resposta são os seguintes:

A primeira ruptura, que explica a *passagem do modelo editorial para o modelo da imprensa, seria uma ruptura de mercado* (Idem, p. 40): houve uma modificação da natureza do mercado, e das modalidades de financiamento dos bens culturais. O desenvolvimento da venda de audiência para os anunciantes representa uma nova forma mercantil e uma nova fonte de financiamento para essas empresas.

A segunda ruptura, que caracteriza a *passagem da imprensa para a cultura de onda* é uma *ruptura de rede*: essa ruptura é, simultaneamente, uma *ruptura técnica e econômica*. Técnica, pelo fato da difusão ser assegurada por um sistema hertziano, sem a materialidade que caracterizava os dois modelos precedentes; econômica, porque esta modificação se traduz por uma redução drástica dos custos de reprodução e de difusão.

i) Há interdependência entre os diferentes modelos: a televisão aberta e o rádio utilizam a produção editorial para compor seus programas; a produção editorial precisa da imprensa para promover seus produtos. Existe uma “porosidade” entre os diferentes modelos, e convergências entre as lógicas de cada um desses modelos: a serialização de determinados produtos editoriais pode instaurar uma certa continuidade na produção e no consumo. Da mesma maneira, a programação televisiva perde progressivamente seu caráter instantâneo, a partir da redifusão de determinados

⁵ Ver, a este respeito, o artigo de Samuelson (1954)

programas. Não obstante, cada modelo mantém características próprias, em termos de modalidades de consumo, de estrutura de custos e de modalidades de financiamento.

ii) A constituição de redes, com o desenvolvimento da cultura de onda e com as convergência entre o audiovisual, as telecomunicações e a informática, abrem novas perspectivas econômicas: o desenvolvimento dos sistemas codificados, em termos de televisão paga, permite segmentar a audiência e reintroduzir mecanismo de exclusão pelos preços. É possível desenvolver sistemas de *pay per view* e intensificar assim os mecanismos de exclusão pelos preços. Essas tendências ligadas às convergências foram analisadas como a implementação de uma “economia dos contadores”: essas convergências permitiriam a introdução de sistemas técnicos capazes de restaurar a relação entre o volume do consumo e o preço a pagar pelo consumidor (Salaün, 1990, p. 41). *A privatização do sistema se desenvolveria a partir da reintrodução dos mecanismos de exclusão pelos preços.*

Uma reflexão relativa às modificações da natureza econômica dos bens e dos serviços, e às especificidades econômicas da constituição de redes, está praticamente ausente deste debate. No entanto, tal reflexão é necessária: ela permite (a) definir melhor a natureza da ruptura que corresponde à passagem de um modelo para outro e (b) ressaltar o fato que o desenvolvimento das redes não é compatível com a natureza privada dos bens e dos serviços distribuídos.

II) A economia digital: a inversão da perspectiva tradicional

1) As duas gerações da internet: bens privados ou utilidade social?

1.1 A economia dos contadores

Esta fase corresponde à primeira geração de redes ligadas à internet; trata-se do que Gaëtan Tremblay chama de lógica do clube (1997). Um clube pode se definir da seguinte maneira: os indivíduos que pagam um direito são conectados a este clube. Como tais, eles se beneficiam de uma *oferta integrada e virtual* de serviços ligados à informação e à cultura (Idem, p. 15): integrada pelo fato deles poderem ter acesso à uma série de produtos e serviços, parte proveniente do modelo editorial, da imprensa e do modelo de onda. Duas formas mercantis coexistem neste modelo: a *mercantilização direta* a partir da venda de produtos e serviços on-line, e a *mercantilização indireta* diretamente ligada à venda de audiência. O primeiro caso pode ser ilustrado pelo *pay per view*, no que concerne às obras cinematográficas, ou pela venda de música on line.

Os autores que trabalharam nesta perspectiva (Tremblay 1997, Miège, 1986) avançaram a hipótese segundo a qual instaure-se uma “economia dos contadores. Nesta lógica de clube, as atividades que permitem a conexão e a disponibilização dos diferentes dados presentes na rede tornam-se fundamentais. Os portais e os servidores tornam-se as atividades chaves; por outro lado, em função da quantidade extremamente importante de dados aos quais o consumidor pode ter acesso, o consumidor/usuário constrói sua própria programação. É importante ressaltar o desenvolvimento das possibilidades ofertadas ao usuário.

Finalmente, à medida que o sistema não se estabilizou, que uma lógica social própria não se firmou durante esta fase, é possível conceber duas modalidades de financiamento: o financiamento direto ligado aos pagamentos efetuados pelos usuários, os quais correspondem a uma lógica clássica de mercado, e os financiamento indiretos ligados à venda de audiência.

Certos elementos permitem sustentar a tese da reintrodução dos mecanismos de exclusão pelos preços. A primeira geração da internet (Intrnet I) se caracterizava pelo acesso via linha telefônica; isto significa que está tendo uma proporcionalidade entre os gastos e o volume do consumo. Como as modalidades de apropriação e de uso social não se estabilizaram, naquela época, era possível prever um desenvolvimento das redes a partir da venda de bens privados: pay per view, músicas on line, etc; *nesta ótica, a mercantilização dessas atividades se implementaria a partir de uma lógica social ligada à produção de bens e de serviços privados, integrando e reproduzindo assim as lógicas próprias aos modelos anteriores.* A passagem das televisões abertas para as televisões segmentadas e gratuitas corresponde a este tipo de movimento.

Os desenvolvimentos posteriores das redes eletrônicas mostraram que a lógica social, que as modalidades concretas de valorização econômica e de concorrência são totalmente diferentes daquelas que correspondem a esta lógica de clube: a estabilização relativa à segunda geração da internet (Internet II), com a banda larga, entre outras coisas, ressalta o fato que o desenvolvimento desta economia não está baseado na produção e na distribuição de bens econômicos privados, mas sim de bens públicos, no sentido precedentemente definido. Os limites dessas análises provêm do fato que elas raciocinam no âmbito de um processo de industrialização da Cultura e da Informação.

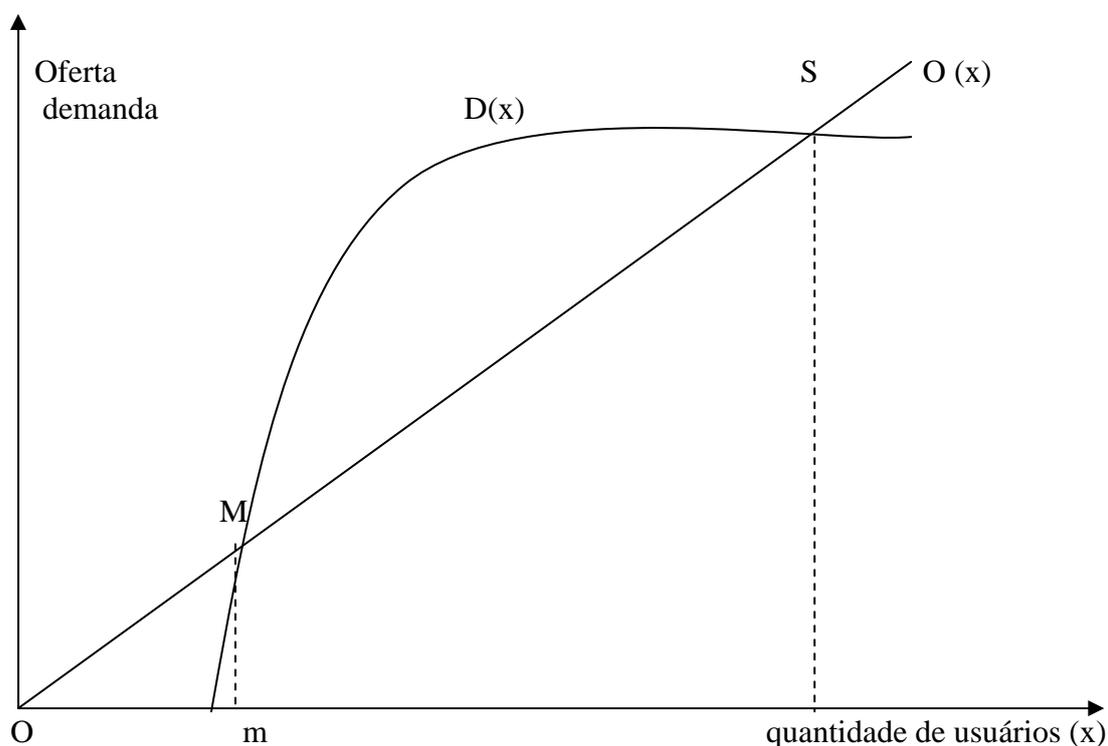
Assim, a afirmação de Wolton, afirmação segundo a qual a internet não é uma mídia, à medida que trata-se de uma rede que não corresponde a nenhum público predefinido (2000, p. 103), que não se inscreve em um projeto social e cultural próprio, se relaciona com a primeira fase da internet, fase durante a qual as redes eletrônicas não criaram usos sociais

nem modalidades de valorização econômica específicas. Não obstante, esta análise não permite explicar a realidade atual da internet: contrariamente ao que afirma Wolton, a individualidade (em oposição à cultura de massa) não caracteriza a internet (Idem, p. 201), mas sim a criação de utilidade social, conforme ilustra o desenvolvimento das diferentes comunidades on line, e do papel fundamental que elas assumem na nova lógica social. Em outras palavras, *as redes eletrônicas criam outras formas de socialização*, obviamente diferentes daquelas geradas pela cultura de massa.

1.2 Desenvolvimento do gratuito, DPI e utilidade social: a internalização das externalidades de redes

Hoje, com o desenvolvimento da internet com banda larga e de uma série de serviços gratuitos disponíveis para o consumidor/usuário, é possível já distinguir uma lógica própria a este modelo.

Gráfico 1: As diferentes fases de desenvolvimento da rede



Fontes: Curien (2000)

No âmbito de uma economia de redes, a utilidade do serviço proposto depende diretamente da quantidade de usuários; aquém de determinado nível, a utilidade individual do serviço é inferior à disposição a pagar dos usuários, e a firma tem que enfrentar um déficit

intrínseco de exploração; nesta zona, os custos necessários à implementação da rede crescem mais que as receitas (Curien, 2000). Além desta massa crítica, a utilidade cresce mais que os custos, e a firma pode realizar lucros. Estamos na presença de externalidades quantitativas de redes (Katz and Shapiro, 1985), as quais expressam a criação de *utilidade social*.

Por outro lado, a dinâmica do sistema é baseada sobre a complementaridade dos diferentes segmentos: por exemplo, o desenvolvimento dos sistemas operacionais, ou seja, dos softwares, pressupõe a existência de uma rede de usuários equipados com microcomputadores compatíveis com esses sistemas operacionais; o desenvolvimento da telefonia celular, pressupõe a existência de uma rede de telefonia fixa, conforme ressaltam as transferências de recursos transferidas da telefonia fixa para a telefonia celular (Bomsel, 2007). O desenvolvimento das redes de troca de arquivos precisa da constituição prévia de um público consumidor deste tipo de produtos.

Essas complementaridades se traduzem por estratégias de cooperação ou de conflito: os interesses comuns entre, de um lado os produtores de hard e de software e, de outro lado, os produtores de programas livres e de plataformas permitindo o compartilhamento de arquivos digitais, ilustram o primeiro caso. As relações entre as firmas fonográficas e as redes peer to peer, ou entre a telefonia fixa e a telefonia VOIP são, ao contrário, conflitantes.

A dinâmica desses mercados é baseada na criação de redes e da utilidade social que lhes são próprias; as firmas que constituem essas redes valorizam, sob a forma de venda de modalidades de acesso à rede, sua atividade. A série de serviços disponibilizados assim gratuitamente é a ferramenta necessária à construção dessas redes e de sua valorização econômica ulterior.

Em outras palavras, a valorização econômica dessas atividades depende diretamente das possibilidades que cada agente tem para internalizar as diferentes externalidades de redes que aparecem no sistema. Os atores dominantes são aqueles que conseguem internalizar suas próprias externalidades e aquelas criadas pelos outros agentes; os atores “dominados” são aqueles que não conseguem internalizar essas externalidades (Herscovici, 2008 (a)).

Esses serviços e bens se assemelham a bens públicos; um paradoxo aparente aparece pelo fato deles serem produzidos e distribuídos no âmbito de uma lógica privada de mercado. Por outro lado, o consumo é intrinsecamente coletivo, pela própria existência das externalidades de redes.

Finalmente, a função central se relaciona com as atividades ligadas à busca, ao tratamento e à organização da informação disponível na rede. Essas atividades se traduzem

pela constituição de novas redes e de novos espaços de valorização mercantil, conforme ressalta o exemplo de Google.

2) A economia digital: uma nova lógica social?

2.1 As complementaridades oferta/demanda: a problemática do “demand push” e do gratuito

Para certos autores, a economia digital se caracteriza pela primazia da demanda (Bomsel, 2007, p. 29). Esta afirmação é ambígua, à medida que a dinâmica concorrencial se implementa pelo fato dos diferentes segmentos da oferta internalizarem essas externalidades de demanda (Herscovici, 2008 (a)).

Tendo em vista as características econômicas das redes e a natureza econômica dos serviços circulando nas redes, o gratuito constitui um elemento fundamental das estratégias econômicas desenvolvidas pelos diferentes segmentos da oferta. Certos modelos econômicos mostram que, para os produtores de programas proprietários, determinada taxa de pirataria pode ser desejável (Darmon, Ruffini, Torre, 2007); da mesma maneira, certos produtores de programas proprietários disponibilizam gratuitamente, durante um período limitado, seus programas.

Não é possível afirmar que o conceito de classe social foi substituído pelo conceito de “people” (Bomsel, 2007, p. 258) e que os antagonismos sociais se limitam aos antagonismos entre diferentes grupos de consumidores/usuários (Idem, p. 96): no seio de uma mesma rede, (a) as modalidades de apropriação econômica e simbólica dos serviços não são as mesmas para todos os consumidores (b) existe assim uma segmentação da demanda.

É igualmente importante observar que a constituição de rede corresponde a um mecanismo de “captura” dos usuários; no caso dos programas operacionais, quanto mais desenvolvida a rede e quanto maior o tempo durante o qual o consumidor utiliza aquele programa, maiores os custos de transferência correspondendo à adoção de um outro sistema (Herscovici, 2007(b)). Os primeiros trabalhos ligados à economia da informação já tinham percebido a existência de *moving costs*, e o fato que, nesses mercados, cada firma atua como um monopólio discriminante (Salop, 1976).

É importante entender que a integração dos consumidores/usuários nos processos de produção não corresponde a uma modificação da natureza do sistema econômica, mas simplesmente a uma modificação da natureza econômica dos serviços e da dinâmica dos mercados. *Em função desta dinâmica, a atuação dos diferentes usuários no seio dessas redes participa diretamente à criação do valor econômico; o desenvolvimento da interatividade e*

das diferentes modalidades de intervenção dos usuários na produção têm que ser interpretadas como elementos dessas novas estratégias concorrencias desenvolvidas pelos diferentes produtores. Este mecanismo pode ser interpretado como uma extensão do conceito de viveiro, da maneira como ele foi desenvolvido pela escola francesa, nos anos 80.

2.2 As modificações da natureza econômica dos bens e da dinâmica do SIC

Os serviços produzidos e apropriados na rede são bens públicos: (a) a não exclusão não permite determinar um preço individual (b) a não rivalidade não permite individualizar o consumo (c) o fato dos custos marginais serem praticamente nulos não permite praticar um comportamento maximizador, igualando custo e receita marginais (d) a presença de diferentes externalidades, notadamente as externalidades de redes, faz com que esses mercados não correspondam a um ótimo de Pareto. Assim, esses mercados não são mercados walrasianos ⁶, e não é possível utilizar os mecanismos de maximização próprios à economia neoclássica.

Por outro lado, os mercados ligados à economia digital se caracterizam por importantes assimetrias da informação, entre produtores, entre consumidores e entre produtores, e entre consumidores ⁷. Sem entrar nos detalhes das análises relativas à economia da informação, é possível afirmar que esses bens e serviços são *bens de experiência* (*experience goods*): em função da complexidade e da quantidade de conhecimento codificado embutido neles, em função da dependência generalizada que caracteriza o funcionamento das redes, o consumidor não pode avaliar, ex-ante, sua utilidade (Salop, 1976). Por outro lado, o sistema de preços não fornece informações relevantes no que diz respeito às características qualitativas desses bens. Assim, a utilidade do bem só será conhecida durante o ato do consumo.

As implicações são as seguintes: os limites relativos à informação fornecida pelo sistema de preços têm que ser compensadas por outros mecanismos, os quais visam a diminuir a incerteza a respeito da avaliação dos componentes qualitativos: o desenvolvimento das diferentes *comunidades on-line* é justamente um desses mecanismos. A função econômica dessas comunidades é cada vez mais importante: elas compensam as falhas do sistema de preço, diminuem a incerteza relativa à qualidade dos produtos consumidos e, finalmente, permitem diferenciar os produtos a partir de uma lógica de marca. Estabelecendo um paralelo com a análise de Bourdieu (1977), é possível afirmar que essas comunidades on line cumprem

⁶ É possível mostrar, igualmente, que esses mercados não são contestáveis, no sentido definido por Baumol (1982).

⁷ Para uma análise detalhada deste ponto, ver Herscovici 2007 (b).

o mesmo papel que os críticos no campo de produção artística: *elas permitem criar o capital simbólico, ou seja, a utilidade social prévia necessária à valorização econômica dos produtos e serviços*. Esta valorização econômica se operacionaliza a partir de duas dimensões: a primeira está ligada à venda de programas proprietários ou de hardware (Microsoft e HP criaram comunidades deste tipo). A segunda dimensão se relaciona diretamente com a criação de utilidade social, ou seja, de redes.

2.3 Convergência, integração e efeito de propagação

As convergências entre o audiovisual, as telecomunicações e a informática, criaram um sistema integrado no qual há uma interdependência generalizada entre os diferentes segmentos da info e da infra-estrutura. A este respeito, Gaëtan Tremblay fala em oferta integrada e em auto-estrada da informação (op. cit.). A estruturação em redes se traduz por uma intensificação da integração dos produtos e serviços ligados à Cultura e à Informação na rede, a partir de um *efeito de propagação* que esta exerce sobre os modelos tradicionais: as especificidades dos certos modelos vigentes até hoje estão progressiva e parcialmente desaparecendo no seio da rede.

- i) Em função das características técnicas e simbólicas, determinados produtos e serviços ligados ao primeiro modelo (a edição) estão mantendo suas especificidades: o livro, a imprensa escrita e as Artes Cênicas.
- ii) Ao contrário, outros produtos e serviços estão se integrando totalmente na lógica da rede: os arquivos audiovisuais e, mais especificamente, os arquivos musicais. Neste último caso, a indústria fonográfica na sua forma atual está progressivamente desaparecendo (Herscovici, 2009): ou ela se reconverte a partir da distribuição on-line, ou ela desaparece, pelo fato de não poder controlar as apropriações ilegais realizadas nos diferentes sistemas de peer to peer (Herscovici, 2007 (b)).

Este efeito de propagação é mais intenso que no passado (a) pelo fato dos produtos distribuídos na rede entrarem diretamente em concorrência com os produtos ligados à era analógica, principalmente os DVD e os CDs (b) pela interdependência entre os diferentes atores presentes no sistema: por exemplo, os fabricantes de software e de hardware têm interesse em desenvolver as redes de troca de arquivos: isto incita os consumidores a comprar sistemas operacionais e hardware com uma capacidade de estocagem e de tratamento da informação cada vez maior. Por trás do debate atual a respeito dos diferentes sistemas de DPI a serem implementados, há um jogo de interesses econômicos importantes.

A *dialética das mídias* se traduzia, até hoje, pelo reposicionamento das diferentes mídias no seio do sistema: o cinema não provocou a extinção do teatro, a imprensa televisiva não acabou com a imprensa escrita, e assim por diante, no que diz respeito às mídias concorrentes. O efeito de propagação era limitado; a concorrência exacerbada que atua no seio da economia digital intensificou este efeito, de tal maneira que certas mídias estão desaparecendo hoje. As lógicas sociais dos modelos herdados do passado estão desaparecendo para integrar a lógica do modelo dominante, ou seja, da economia digital. O exemplo da música é significativo, e mostra claramente que a música gravada num suporte material é um produto que está em fase final de seu ciclo de vida.

3) Algumas digressões a respeito das diferentes fases de mercantilização da Cultura e da Informação

3.1 Industrialização versus desindustrialização da Cultura?

3.1.1 Os diferentes estudos do GRESEC forneceram contribuições importantes para analisar, do ponto de vista econômico, as atividades ligadas à Cultura e à Informação; no entanto, *eles são intrinsecamente ligados ao momento histórico que corresponde ao fordismo e à industrialização.*

Os principais mecanismos macroeconômicos que caracterizam este modo de regulação são os seguintes:

- i) A maior parte das atividades econômicas são o objeto de processos intensos de substituição capital trabalho. Isto se traduz por uma diminuição dos custos e dos preços unitários dos bens e serviços.
- ii) A lógica industrial consiste, no âmbito da divisão técnica do trabalho, em homogeneizar os diferentes tipos de trabalho aplicados nos processos de produção. Por esta razão, as diferentes escolas de pensamento constroem funções de produção, o que pressupõe que seja possível avaliar uma quantidade agregada de trabalho.
- iii) À esta tendência, corresponde uma homogeneização da produção e uma ampliação do acesso aos bens de consumo pela maior parte da população; este último ponto permite ressaltar o caráter incluyente deste modo de regulação.

Este modo de regulação se traduz por *uma extensão da forma mercadoria*, no sentido empregado pelos economistas clássicos, mais especificamente por Marx ⁸; esta tendência se aplica parcialmente nas indústrias culturais e informacionais. À industrialização do conjunto

⁸ No que diz respeito a uma análise teórica, ver Herscovici (2008 (b)).

das atividades econômicas corresponde uma industrialização parcial das atividades que relevam da Cultura e da Informação.

3.1.2 A economia das redes, e o desenvolvimento de todas as formas de todas as formas de capital intangível, tornam caducos esses mecanismos econômicos.

A determinação dos preços não mantém relação com os custos (Bomsel, 2007,. P. 29). Em função da socialização crescente da produção da informação e do conhecimento, não é possível identificar, em nível setorial e agregado, as quantidades dos fatores de produção; conseqüentemente, não é possível remunerar os fatores de produção em função de suas respectivas contribuições (Herscovici, Bolaño, 2005). O atual sistema de DPI consiste em se apropriar, de forma privada, um conhecimento produzido socialmente (Herscovici, 2007 (a)).

A apropriação privada do produto deste trabalho social consiste em se apropriar das rendas que esses direitos permitem eventualmente gerar. O sistema de direitos de propriedade é concebido de tal maneira que um agente privado pode patentear um processo ligado às biotecnologias, ou a um algoritmo informático sem remunerar os diferentes trabalhos que permitiram a produção deste conhecimento⁹. Este fenômeno pode ser interpretado como *os limites dos processos de substituição capital trabalho*: a não remuneração dos diferentes trabalhos necessários à produção de informação e de conhecimento se traduz pela quase ausência de custos para o detentor dos direitos de propriedade. Assim, esta economia das redes deixa de ser regulada a partir de uma lógica de custos, e as receitas se determinam independentemente desses custos.

Este movimento que corresponde ao desenvolvimento das diferentes formas de capital intangível mostra explicitamente que as modalidades de medida e de criação do valor econômico se modificaram substancialmente, assim como os principais mecanismos concretos que permitem explicar a dinâmica desta economia: as forma da concorrência, as modalidades de redistribuição da renda e a determinação dos preços.

O paradoxo aparente desta chamada nova economia pode ser expresso da seguinte maneira: *há uma extensão da lógica de mercado, mas esta extensão se implementa fora da forma mercadoria*. Sem querer aprofundar este debate teórico¹⁰, concordo com Gaëtan Tremblay quando este autor afirma que “A mercantilização é um processo mais amplo que a industrialização à medida que ela não implica na utilização das técnicas industriais de produção” (1997,. p. 13). *Esta análise permite explicar a desindustrialização da maior parte*

⁹ O exemplo das biotecnologias e dos DPI aplicáveis é significativo.

¹⁰ Herscovici, 2008 (b).

das economias capitalistas e, simultaneamente a extensão da lógica de mercado a atividades sociais que eram reguladas fora da esfera mercantil.

A diferença qualitativa entre o período atual e aquele ligado à industrialização da Cultura é a seguinte: a imersão dessas atividades na (nova) lógica do capital intangível é tal que as lógicas sociais dos modelos oriundos da fase industrial desaparecem parcial e progressivamente para se fundir na lógica global das redes., fato que não ocorreu durante a fase fordista. É possível falar, hoje, em *desindustrialização da Cultura*.

3.2 Contribuição e limites das análises da escola francesa

3.2.1 Essas evoluções históricas de longo prazo ressaltam o seguinte movimento: durante o período fordista, as atividades ligadas à Cultura e à Informação mantêm especificidades econômicas próprias e diferentes daquelas que caracterizam os outros setores da economia. Ao contrário, na fase que corresponde ao “pós-fordismo”, ou seja, ao desenvolvimento da economia digital e de todas as formas de capital intangível, as especificidades que eram próprias à Economia da Cultura e da Informação se propagam para os outros setores da economia: ausência de relação entre os custos e os preços, valorização intrinsecamente aleatória e economia rentista.

De fato, *as atividades culturais e informacionais estão progressivamente cumprindo um papel econômico cada vez mais importante no regime de acumulação atual*, e sua análise não pode mais ser limitada às funções ideológicas. Já observei as premissas deste movimento, no final dos anos 80, a respeito da Economia da diferenciação (Herscovici, 1995); hoje, este movimento está se ampliando de maneira considerável, conforme mostrei neste trabalho.

A título de exemplo, no que diz respeito ao domínio musical, é interessante observar que as operadoras de telefonia celulares financiam produções musicais, seja shows ao vivo, seja música gravada: essas estratégias têm por objetivo aumentar os usuários da rede e, conseqüentemente, seu valor econômico em termos de preço de acesso praticado para as outras operadoras.

3.2.2 Enfim, a natureza econômica de certos bens e serviços culturais informacionais está igualmente se modificando. Ao analisar o desenvolvimento das redes, a escola francesa não considerou que a natureza econômica dos bens se transformou radicalmente: enquanto nos modelos tradicionais, os bens culturais são, exceto a televisão aberta, bens privados com exclusão e rivalidade parciais, no âmbito da economia digital, eles se tornam bens públicos e

apresentam as características contrárias. Esta modificação é fundamental à medida que, conforme mostra o exemplo da música gravada, as gravadoras não têm condições de enfrentar a concorrência das redes peer to peer (Herscovici, 2007 (b)). Contrariamente ao que afirmava a escola francesa, em função da modificação da natureza econômica dos bens distribuídos nas redes, a dinâmica da economia digital não pode ser assimilada a uma economia dos contadores.

Essas modificações são acompanhadas obrigatoriamente de uma modificação das fontes de criação do valor, na sua dimensão econômica. Na teoria econômica clássica e neoclássica, a escassez constitui o fundamento do valor. No que diz respeito às teorias ligadas ao valor trabalho, a criação de valor se explica pelo fato de aplicar trabalho produtivo no processo de produção de bens que são, por natureza, escassos; no caso da teoria neoclássica padrão, a teoria do valor utilidade subjetivo mostra claramente que o valor dos bens depende da utilidade subjetiva de cada consumidor. *A desmaterialização progressiva dos suportes sobre os quais são distribuídos os produtos culturais e informacionais, em função do desenvolvimentos da digitalização, destrói progressivamente a escassez que fundamentava o valor desses bens, e modificam assim sua natureza econômica.* A realidade das redes eletrônicas se afasta daquela descrita pela economia dos contadores: enquanto esta análise é centrada sobre o caráter privado dos bens e serviços, a economia da internet, hoje, se caracteriza, ao contrário, pela sua “publicização”.

O bem privado, representado pelo modelo editorial, é exclusivo e não rival: por outro lado, os mecanismos ligados à valorização simbólica intensificam este caráter aleatório, no âmbito de uma economia rentista. As modificações da natureza econômica dos bens no sentido deles se tornarem bens públicos são acompanhadas obrigatoriamente de uma destruição parcial da escassez: (a) o caráter indivisível desses bens corresponde à negação desta mesma escassez (b) as externalidades geradas por esse bens não permitem praticar uma exclusão pelos preços.

Neste sentido, a ruptura fundamental é representada pela cultura de onda: ela se caracteriza por uma modificação da natureza econômica dos bens e dos serviços e, conseqüentemente, por uma modificação das modalidades de determinação do valor econômico. Se é verdade que a ruptura de mercado já foi iniciada com a imprensa, com a venda de espaço publicitário e o desenvolvimento dos mercados intermediários, esta potencialidade econômica se amplia com a cultura de onda e, mais tarde, com as redes eletrônicas ligadas à internet (cf. quadro em anexo).

É preciso observar que, a essas modificações, correspondem modificações importantes relativas ao sistema de Direitos de Propriedade Intelectual (Herscovici, 2008 (a)).

Observações finais

A contribuição da Escola Francesa foi um momento importante no que diz concerne à Economia da Cultura: conjuntamente com outros autores (Baumol, Leroy, Herscovici, Bolaño), ela permitiu ressaltar a importância da dimensão econômica da Cultura e da Informação, abrindo um novo campo de pesquisa, diferente das análises filosóficas, estéticas e sociológicas que estudavam essas atividades.

Por outro lado, em função das hipóteses implícitas ou explícitas utilizadas, hoje, ela não tem mais condições de explicar o desenvolvimento do capital intangível e das redes eletrônicas, ou seja, a chamada “nova economia”; essas hipóteses são historicamente determinadas, à medida que elas se relacionam direta e intrinsecamente com uma lógica fordista e industrial.

Assim, acredito que seja necessário rever parte dessas hipóteses, de tal maneira que essas sejam compatíveis com os principais mecanismos que caracterizam a fase atual do capitalismo, principalmente a desindustrialização do conjunto da produção social e a modificação da natureza dos bens e serviços. Esta revisão constitui, a meu ver, a condição necessária e suficiente para poder continuar o programa de pesquisa iniciado no final dos anos 70.

Bibliografia

Baumol W.J., Bowen W.G., 1966, *Performing Arts The Economic Dilemma*, MIT Press, Cambridge.

Baumol W. 1967, "Macro-economics of unbalanced growth: the anatomy of urban crisis" , *American Economic Review*, 6/1967.

Baumol, W. , Contestable Markets: Na Uprising in the Theory of Industry Structure, *American Economic Review*, vol 72, n.1, 1982

Bourdieu Pierre, 1977, *L'économie de la production des biens culturels, théâtre, peinture, littérature, Actes de la Recherche en Sciences Sociales n. 13*, Éditions de Minuit, Paris.

Bolaño, César, *Indústria Cultural, Informação e capitalismo*, Hucitec/Polis, São Paulo, 2000.

Bomsel Olivier (2007), *Gratuit! Du déploiement de l'économie numérique*, Folio Actuel, Paris.

- Boyer, Robert, *La théorie de la régulation: une analyse critique*, La Découverte, Paris, 1987.
- Coriat B., Weinstein O., (2005), La construction sociale des marchés, *La lettre de la regulation n. 53*, Septembre 2005, Paris.
- Curien, Nicolas, *Economie des réseaux*, La Découverte, Paris, 2000.
- Flichy, Patrice, *Les industries de l'imaginaire. Pour une analyse économique des médias*, PUG, Grenoble 1980.
- Herscovici, Alain, 1995, *Economia da Cultura e da Comunicação*, Fundação Ceciliano Abel de Almeida/UFES, Vitória.
- , 2007 (a), Capital intangible e direitos de propriedade, *Revista de Economia Política*, Volume 27, n.3, julho-setembro/2007.
- , 2007 (b), Information, qualité et prix : une analyse économique de l'internet et des réseaux d'échange d'archives. Congrès International *Online services ADIS/Université de Paris Sud*, Paris, décembre 2007.
- , 2008(a), *Direitos de Propriedade intelectual, novas formas concorrenciais e externalidades de redes. Uma análise a partir da contribuição de Williamson*, Seminário de Pesquisa, IE/UFRJ, Rio de Janeiro.
- , 2008(b), Production immatérielle, travail et valeur. Éléments pour une analyse de l'économie de la connaissance, in George Eric, Granjon Fabien (dir.), *Critiques de la "société de l'information"*, PUL, Québec.
- , 2009, no prelo, Droits de Propriété Intellectuelle et échange d'archives musicales: vers l'émergence de nouvelles régulations?, in *Terminal*, Paris.
- Herscovici A., Bolaño C. (2005), *A Crítica da Economia Política da Informação e do Conhecimento*, intervention au X Encontro Nacional da Sociedade Brasileira de Economia Política, Campinas.
- Huet A., Ion J., Lefèbvre A., Miège B., Peron R., 1978, *Capitalisme et industries culturelles*, Presses Universitaires de Grenoble, Grenoble.
- Katz M.L. and Shapiro C., 1985, "Network Externalities, Competition and Compatibility", in *American Economic Review*, Vol.75 n°3.
- Leroy Dominique, 1980, *Économie des Arts du Spectacle Vivant*, Economica, Paris.
- , 1983, Sur les possibilités d'organisation alternative du théâtre dans les économies industrialisées de la fin du XXème siècle, in *Théâtre Public n. 54*, Paris.
- , 1990, *Histoire des Arts du Spectacle Vivant en France*, L'Harmattan, Paris.
- Miège Bernard, 1989, *La société conquise par la communication*, PUG, Grenoble.
- Miège B., Pajon P, Salaün J.M., 1986, *L'industrialisation de l'audiovisuel*, PUG, Grenoble.
- Ricardo, David, 1821, *Princípios de Economia Política e Tributação*, Abril Cultural, São Paulo, 1982.
- Samuelson P.A., 1954. The pure theory of public expenditures, *Review of Eco and Stat.* Nov. 1954.

Salaün, Jean-Michel, "L'aménagement de la Culture" in *Médias et Communication eu Europe*, sous la direction de Bernard Miège, PUG, Grenoble, 1990.

Tremblay, Gaëtan , " La théorie des industries culturelles face aux progrès de la numérisation et de la convergence", *Les autoroutes de l'information. Un produit de la convergence*, Presses de l'Université du Québec, J.G. Lacroix et G. Tremblay org., 1995.

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

Anexo. Lógicas sociais e modelos: do modelo editorial à utilidade social

Função Central	Consumo Apropriação	Difusão	Rede de Distribuição	Financiamento	Formas Concorrenciais	Natureza eco. Bens/serviços	Criação de Valor	Função Central
Modelo editorial	Individual	Descontínua e irregular	Material Unilateral	Preço pago pelo consumidor final	Acumulação simbólica	Privadas	Escassez	Produtor Editor
A imprensa	Semi-individual (produto)	Descontínua mas regular	Material Unilateral	Consumidor final e mercado	CPM* Simbólico	Semi-privado	Venda aud.	Redação
A Cultura de onda	Semi-individual (serviços)	Contínua e Instantânea	Hertziana Unilateral	Taxa, subv. e mercado Intermed.	CPM*	Público	Venda aud.	Programação
O clube (Internet I)	Individual e Semi-individual	Contínuo e Descontínuo Virtual	Eletrônica Multilateral Interativa	Consumidor, Mercados Intermediários	Preços, venda de audiência	Privado	Indefinida	Portais provedores, outros
Redes e Gratuidade (Internet II)	Coletivo	Contínuo e Virtual	Eletrônica Multilateral Interativa	Venda	Diferentes modalidades de internalização das extern. de redes	Público	Utilidade social abundância	Busca, organização tratamento da info. (Ex: Google)

* Custo por mil