

MERCADO DE INFORMAÇÃO: FALSAS ESPECIFICIDADES

Joana MOSTAFA*

Ao ser convidada para comentar o artigo do professor Aldo de Albuquerque Barreto, "O Mercado de Informação no Brasil", publicado nesta mesma revista, logo me preocupei, como economista, em problematizar o que o autor caracterizou como específico da oferta e demanda de longo prazo do mercado de informação em contraposição às determinações que comandam a oferta e a demanda dos mercados tradicionais. Pergunto-me se as teorias econômicas que o autor recuperou, implicitamente, para explicar a dinâmica dos mercados "tradicionais" não teria resultado na conformação de falsas especificidades, quanto ao sentido da determinação entre oferta e demanda e quanto à racionalidade do homem informacional *vis à vis* à racionalidade do homem econômico.

O modo de produção capitalista, assim como o definiu Karl Marx - modo de reprodução material humana onde o produto do trabalho humano e sua força de trabalho tomam a forma de mercadoria - promove, de tempos em tempos, um reordenamento de agentes e fatores econômicos, sociais e políticos. Esse reordenamento perpetua o conteúdo mais essencial deste modo de produção: a valorização, acumulação e concentração de capital. Este movimento foi melhor analisado pelo célebre economista Schumpeter que definiu a **inova-**

(*) Aluna de Graduação da Faculdade de Economia da Universidade Estadual de Campinas.

ção como categoria básica para a dinâmica do modo de produção capitalista.

A busca pela **inovação** tecnológico-produtiva ou organizacional fundamenta-se na necessidade, por parte dos agentes que compõe a oferta de mercadorias, de se criarem vantagens competitivas que se perpetuem no longo prazo. O entendimento da concorrência capitalista, como *locus* de luta intercapitalista para assegurar a acumulação intertemporal de capital implica em abandonar as hipóteses tradicionais, elaboradas pelos economistas neoclássicos, de que os agentes da oferta pretendem apenas maximizar as taxas de lucro de curto prazo, ajustando a oferta a uma demanda imutável. A escolha da oferta ótima, tendo em vista as várias bases tecnológicas igualmente disponíveis para os concorrentes de um dado mercado estaria, neste caso, delimitada pelas condições da demanda que, por sua vez, se apresentam igualmente distribuídas entre os concorrentes, tornando-os *price-takers* e não *price-makers*. No exemplo citado pelo professor Aldo sobre o mercado de geladeiras, o ajuste é invariavelmente neoclássico, onde, dada a demanda de curto prazo, a oferta se acomoda: "se ocorre um aumento de demanda pelo produto, a oferta tenderá a se ajustar a esta demanda oferecendo um volume maior do produto. Inversamente, se a demanda por geladeiras diminuir, a oferta irá se ajustar com uma menor produção."

No entanto, não necessariamente esta é a lógica do ajuste. O que seria do capitalismo se não houvesse a possibilidade de longo prazo, de criar demanda por geladeiras rosas, amarelas, depois com *freezer*, auto-limpantes e assim por diante? Ao dinamizar a demanda, o capitalismo cria novos espaços de valorização do capital. Disso se constitui a concorrência capitalista. Quem não lança geladeiras rosas dura pouco tempo neste mercado. As condições de concorrência num dado mercado estão sempre em mutação.

As teorias que concebem a concorrência capitalista como busca por assimetrias intertemporais nas condições da oferta para dinamizar e reconfigurar a demanda, apontam para uma dupla determinação entre demanda e oferta. Por um lado, os agentes que compõe

a oferta e suas representações políticas, em vários níveis, estão numa constante luta para criar e se apoderar de novos espaços de valorização do capital. Por outro, os agentes da demanda e suas determinações múltiplas, no limite, validam ou não as inovações propostas pela oferta.

Quando se incorpora, à teoria econômica, o conceito de incerteza não redutível a risco (não passível de atribuição probabilística), a racionalidade econômica deixa de ser aquela descrita acima: maximizadora de curto prazo, onde a demanda é conhecida e a reação dos concorrentes também. Os teóricos elaboram o conceito de racionalidade limitada, rotineira ou operacional. Os agentes estão sob um regime de incerteza radical e se protegem adotando condutas que se mostraram satisfatórias no passado, condutas de praxe, cristalizadas em rotinas como levantar de manhã cedo e, intuitivamente escovar os dentes. Mas, além disso, estas rotinas incorporam a própria necessidade de mudarem-se as rotinas, adequando-se à demanda por geladeiras rosas, ou mesmo para produzir um novo produto ou adotar um novo processo de produção. No caso de uma empresa, o departamento de P&D é o exemplo típico de uma rotina de alto nível, ou seja, de uma rotina que visa criar e adequar as rotinas operacionais a mudanças nas condições de concorrência. Nesse sentido, o homem econômico é, não só um homem estratégico, mas também dinâmico. Estratégico no sentido de estar buscando fontes de assimetria e dinâmico porque busca a manutenção destas intertemporalmente. Acredito que o homem informacional também é estratégico e dinâmico.

Na história do capitalismo se sobreporam maneiras de criar e de se apropriar privadamente, dos lucros obtidos com as assimetrias. Em muitos setores de uma economia, por exemplo, ainda vige, como estratégia dominante para se diferenciar, as economias de escala ou os ativos complementares como marca, canais de distribuição, assistência técnica, relações com fornecedores ou usuários etc. No entanto, as estratégias diferenciadoras com maior apropriabilidade hoje, são aquelas baseadas no aprendizado.

Os processos de aprendizado enquanto fatores do conhecimento são tácitos, dificilmente transferíveis ou dificilmente codificáveis além de se conceberem coletivamente. Além disso, o aprendizado é cumulativo, ou seja, o aprendizado passado aumenta a probabilidade do aprendizado presente. Nesse sentido, o aprendizado adquirido através das atividades inovativas quando se adota um novo produto ou processo, interagindo com usuários, com fornecedores etc. tem alta apropriabilidade. É difícil imitar um produto ou processo de produção se estes são fruto de um aprendizado interno à firma.

Portanto, o aprendizado adquirido e o conhecimento produzido não são totalmente transferíveis. Este é o grande problema quando se coloca a questão da eficiência, por exemplo, dos contratos de transferência de tecnologia. Nesse sentido, concordo com a colocação do professor Aldo no texto "A questão da informação", publicado na revista São Paulo em Perspectiva (v. 8 n. 4: 3-4, 1994). A codificação, redução e armazenamento das informações necessárias para o desenvolvimento de uma dada tecnologia de produção "representa uma diminuição semiótica do conteúdo e da competência das estruturas de informação em gerar conhecimento" e responde "a uma decisão política e econômica dos produtores de informação".

Na minha opinião, o debate em torno da questão da informação só se justifica porque ela é uma categoria relevante para o desenvolvimento do modo de produção capitalista e, como tal, a informação representa possíveis fontes de assimetria quando transformada em conhecimento tácito e cumulativo. É esta a lógica empregada no funcionamento da oferta e demanda por informação.

Uma das características do mercado de informação para a qual o professor Aldo chama atenção, é a incontestável cumulatividade dos estoques de informação. Vista de maneira estratégica, esta cumulatividade proporciona uma fonte de assimetria ao controlador dos estoques. Isto porque o fato de ter acumulado e atualizado os estoques de informação no presente, permite um menor custo de atualização no futuro se comparados aos custos daqueles que não se atualizaram no presente ou daqueles que pretendem entrar no merca-

do. Este dinamismo permite o reordenamento das posições competitivas entre os controladores dos estoques. Nesse sentido, mesmo que a demanda total por informações altamente atualizadas não cresça, a demanda de uma firma isolada certamente pode crescer na medida em que ela ultrapasse seus concorrentes neste quesito. No entanto, esta vantagem competitiva não se perpetua automaticamente, é preciso estar sempre a frente. Isto ocorre porque esta estratégia não é específica a uma unidade de informação. A vantagem de deter as informações mais atuais não é específica, não é uma vantagem criada pela empresa, intransferível. Para que a inovação seja passível de apropriação a unidade de informação deve promover particularidades específicas a ela, construídas a partir do aprendizado. Uma outra alternativa seria apelar para regimes institucionais como contratos de exclusividade com fornecedores ou usuários, patentes, etc.

Rotinas de aprendizado podem resultar em estratégias de grande sucesso. O aprendizado advindo da comunicação com os usuários sobre a adequação do produto pode ser incorporado às rotinas de *design* dos produtos, identificando vários segmentos de mercado e possibilidades de diversificação do produto mais geral. É claro que o produto pode ser imitado, mas a capacidade para avaliar as diferentes preferências, sempre em mudança, e incorporar este aprendizado no processo de produção e organização de um pacote informacional é específico. Também, investimentos em desenvolvimento de novos produtos ou processos de redução, codificação e armazenamento de informações são vantagens específicas porque geram aprendizado, abrindo o leque de oportunidades para inovações futuras.

Acredito que o homem que administra uma unidade produtora de mercadorias, sejam elas informacionais ou tradicionais, é um homem capitalista por excelência. Portanto suas estratégias visam o crescimento da massa de lucro no longo prazo através da dinamização da demanda, transformando-a e, ao mesmo tempo, sendo transformado pela mesma. O mercado de informação tem especificidades quanto às estratégias adotadas pelos controladores de estoques dadas pelas especificidades da própria mercadoria e dos agentes

envolvidos neste mercado. No entanto, a informação, enquanto mercadoria, tem uma lógica de produção, distribuição e consumo predominantemente permeada pela ética capitalista. Em determinados momentos históricos, como o nosso, esta ética aparece com as máximas de democratização das maravilhas produzidas por este modo de produção.

Esperamos ter conseguido concluir o nosso mote inicial. Existem, na teoria econômica, diferentes contribuições sobre o comportamento do homem econômico capitalista e diferentes idéias sobre a direção da determinação entre demanda e oferta. A busca pelas especificidades do mercado de informação é imprescindível para entender a coerência nas decisões dos agentes ofertantes, mas, esta coerência também responde a uma lógica mais geral que têm afinidades com a lógica que comanda os mercados tradicionais. Algumas das características mais essenciais desta coerência estão brilhantemente colocadas pelo professor Aldo em trabalhos anteriores e naquele publicado nesta revista. Me sinto sinceramente lisonjeada de estar podendo debater este tema com o professor Aldo, um *expert* no assunto. Esta é a minha humilde contribuição.