



Revista Base (Administração e Contabilidade)
da UNISINOS

E-ISSN: 1984-8196

cd@unisinos.br

Universidade do Vale do Rio dos Sinos
Brasil

DOS SANTOS, ERNANI MARQUES

ECONOMIA DA INFORMAÇÃO: A VELHA NOVA ECONOMIA

Revista Base (Administração e Contabilidade) da UNISINOS, vol. 7, núm. 1, enero-marzo, 2010, pp.
78-79

Universidade do Vale do Rio dos Sinos
São Leopoldo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=337228641007>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

COMENTÁRIO

ECONOMIA DA INFORMAÇÃO: A VELHA NOVA ECONOMIA

INFORMATION ECONOMY: THE OLD NEW ECONOMY

ERNANI M. DOS SANTOS
ernanims@gmail.com

Em 1999, Carl Shapiro¹ e Hal R. Varian² lançaram o livro *Information Rules: A strategic guide to the network economy*, publicado no Brasil, no mesmo ano, com o título "A Economia da Informação: como os princípios econômicos se aplicam à era da Internet" (1999b). Nesse livro, os autores defendem a ideia de que não é preciso uma nova teoria econômica para se entender o que se passa na nova economia – muitas das características da economia das redes já existiam na velha economia industrial. Apoiam essa argumentação com exemplos da história das ferrovias, dos sistemas de eletricidade, das redes telefônicas e da adoção da TV em cores nos Estados Unidos. Isso significa dizer que os velhos princípios da ciência econômica estão vivos e que é recomendável atentar para eles, também, na chamada nova economia da informação.

As ideias apresentadas em *Information Rules* tornaram-se referência ao longo desses últimos 10 anos até o ponto de, em março de 2005, a Revista *Fortune* incluí-lo em sua lista *The smartest books we know: 75 books that teach you everything you really need to know about business*³, nominando-o como um dos cinco melhores livros da área de estratégia, ao lado de clássicos como "A Arte da Guerra", de Sun Tzu. Além disso, embora apareça como segundo autor do livro, Varian se destacou e foi considerado o número 9 na lista *Top 50 Business Intellectuals – Ranking of Top Thinkers and Writers on Management Topics*⁴, publicado em 2002, pela Accenture, ficando à frente de nomes como Mintzberg e Michael Hammer.

Em *Information Rules*, Shapiro e Varian (1999a) alertam para o perigo de muitos produtores de informação cometerem o erro de julgar que os seus produtos e serviços estariam fora das leis econômicas que governam há mais de um século a outra indústria dos bens tangíveis. Os autores argumentam que é preciso atenção às mudanças contextuais ocorridas, pois muitas das leis, hoje mais visíveis, são, por vezes, uma versão extrema do que se observava na economia industrial. Certos aspectos da segmentação, da diferenciação e

¹ Professor de estratégia na *Haas School of Business* da Universidade da Califórnia em Berkeley e diretor do *Institute of Business and Economic Research*.

² Professor da *School of Information Management and Systems* da Universidade da Califórnia em Berkeley e professor de Economia da *Haas School of Business* da mesma universidade.

³ Lista completa em http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune_archive/2005/03/21/8254826/index.htm.

⁴ Lista completa em http://newsroom.accenture.com/article_display.cfm?article_id=3898.

do posicionamento estratégico, que eram pouco frequentes na economia industrial, estão na ordem do dia nessa nova visão. Uma característica que os autores sustentam possível considerar como um dos grandes benefícios da nova economia é que os produtos e serviços com base na informação são economicamente atrativos, em virtude do seu baixo custo de reprodução e de distribuição. Por outro lado, isso também os torna economicamente perigosos, pois os consumidores tendem a questionar-se por que razão eles deveriam pagar os enormes custos iniciais de criação que os fornecedores tiveram e que estão incorporados nos preços exigidos.

Esse paradoxo dos custos de produção na nova economia traduz-se da seguinte forma: os custos fixos são bastante altos, mas os variáveis são muito baixos; o investimento inicial é grande, mas o que vem a seguir funciona em termos de uma economia de escala sem precedentes, totalmente diferente do que acontecia na economia industrial. Produzir a primeira cópia de um produto ou criar a estrutura e o processo para oferecer um serviço apresenta, normalmente, um custo altíssimo, exigindo grandes investimentos iniciais, irrecuperáveis no caso de uma falha de mercado. Entretanto, produzir as cópias seguintes e distribuí-las indefinida e massivamente, ou prestar o mesmo serviço inúmeras vezes, é muito barato. Na indústria, as economias de escala funcionavam até certo limite, a partir do qual o custo voltava a crescer. Na economia da informação, as economias de escala geram um custo marginal de produção tendencialmente para zero.

Esse contexto, no entanto, apresenta riscos: fica de fora quem não tiver capacidade financeira para bancar os custos fixos iniciais, que não são só os de criação e produção original, mas também os de marketing e promoção, cada vez mais pesados. Além disso, é necessário estar preparado para enfrentar a guerra de preços, principalmente dos fornecedores que oferecem serviços e produtos similares produzidos com custos mais baixos, por conta de não terem investido em pesquisas, desenvolvimento, marketing etc. e, às vezes, ofertam cópias criadas a partir de processos de engenharia reversa e clonagem.

Outro aspecto relevante sobre a economia da informação evidenciado por Shapiro e Varian (1999a) relaciona-se à alteração da estrutura de mercados. O tradicional mercado na economia industrial é caracterizado por oligopólios estabelecidos por alguns grupos ou empresas no segmento respectivo. Nesse novo contexto, em algumas áreas, passou a existir um mercado com monopolistas temporários, que tendem a reter um grande percentual do seu segmento, deixando apenas pequena parte para a concorrência.

O livro é composto por nove capítulos, além da introdução. O capítulo dois discute a fixação de preços da informação, além de analisar os custos de se produzirem bens da informação, a estrutura de mercado e as estratégias que podem ser adotadas pelas empresas produtoras. O terceiro capítulo contempla a discussão dos modos de criar versões dos bens da informação, direcionadas a diferentes segmentos de mercado, com preços diferenciados para cada versão. O capítulo

quatro trata da questão da gestão da propriedade intelectual e também das particularidades relacionadas à informação, um bem que só ganha valor na medida em que é consumido. Nos capítulos cinco e seis, os autores concentram-se em dois pontos relacionados com a adoção de tecnologias: aprisionamento e custos de troca. São discutidos os diferentes tipos de aprisionamento, assim como estratégias que os fornecedores podem adotar para incorporar características proprietárias em seu produto e produzir aprisionamento decorrente dos altos custos de troca das tecnologias já utilizadas. Por outro lado, apontam formas de como usuários de tecnologias podem evitar o aprisionamento ou, pelo menos, como identificá-lo com antecedência quando se está comprando e minimizá-lo.

No capítulo sete, os autores discutem as implicações das externalidades de redes para a estratégia empresarial, utilizando o conceito de feedback positivo (uma tecnologia obtém mais valor aumenta à medida que o número de seus usuários aumenta). Nos capítulos oito e nove, Varian e Shapiro (1999a) discutem estratégias de estabelecimento de padrões e abordam como as empresas devem agir nesse ambiente rico em sistemas e padrões, caracterizado como uma constante guerra. O capítulo oito, especificamente, examina as estratégias que se baseiam na cooperação entre fornecedores em defesa de um padrão tecnológico compatível e o capítulo nove, particularmente, focaliza as estratégias de controle de um padrão no contexto de concorrência entre tecnologias incompatíveis. No último capítulo, a discussão é sobre como a economia da informação colide com a legislação antitruste americana.

Ao longo do texto deste livro, Shapiro e Varian (1999a) trazem inúmeros exemplos para demonstrar os seus argumentos de que não é necessária uma nova teoria econômica para analisar a economia da informação. Para cada ponto abordado, selecionam da História os antecedentes correlatos ocorridos no contexto da economia industrial. Toda essa argumentação fez com que, mesmo após mais de 10 anos de seu lançamento, *Information Rules* ainda continue sendo uma importante referência para os estudos sobre a economia da informação e as estratégias adotadas na produção de seus bens e serviços.

REFERÊNCIAS

- SHAPIRO, C.; VARIAN, H.R. 1999a. *Information rules: A strategic guide to the network economy*. Boston, Harvard Business School Press, 352 p.
- SHAPIRO, C.; VARIAN, H.R. 1999b. *A Economia da Informação: como os princípios econômicos se aplicam à era da Internet*. Rio de Janeiro, Editora Campus, 400 p.

ERNANI MARQUES DOS SANTOS

Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia
Núcleo de Pós Graduação em Administração
Av. Reitor Miguel Calmon, s/n, 3º. Andar - Vale do Canela
40110-903, Salvador, BA, Brasil