

NICULESCU



IPOCRIZIA

Facebook

Google

Amazon

SUBMINAREA CULTURII  
ȘI DEMOCRAȚIEI

Jonathan Taplin



JONATHAN TAPLIN

# **IPOCRIZIA**

## **Facebook, Google, Amazon**

Subminarea culturii și democrației

Traducere: Anca Mihaela Florea



NICULESCU

Descrierea CIP este disponibilă  
la Biblioteca Națională a României

© 2017 by Jonathan Taplin

Titlu original: *MOVE FAST AND BREAK THINGS. How Facebook, Google, and Amazon  
Cornered Culture and Undermined Democracy*, by Jonathan Taplin

© Editura NICULESCU, 2019

Bd. Regiei 6D, 060204 – București, România  
Telefon: 021 312 97 82; Fax: 021 312 97 83  
E-mail: editura@niculescu.ro  
Internet: www.niculescu.ro

Comenzi online: [www.niculescu.ro](http://www.niculescu.ro)

Comenzi e-mail: [vanzari@niculescu.ro](mailto:vanzari@niculescu.ro)

Comenzi telefonice: 0724 505 385, 021 312 97 82

Redactor: Anca Natalia Florea

Coperta: Carmen Lucaci

Tehnoredactor: Șerban-Alexandru Popină



ISBN 978-606-38-0292-8

Toate drepturile rezervate. Nicio parte a acestei cărți nu poate fi reprodusă sau transmisă sub nicio formă și prin niciun mijloc, electronic sau mecanic, inclusiv prin fotocopiere, înregistrare sau prin orice sistem de stocare și accesare a datelor, fără permisiunea Editurii NICULESCU.

Orice nerespectare a acestor prevederi conduce în mod automat la răspunderea penală față de legile naționale și internaționale privind proprietatea intelectuală.

---

Editura NICULESCU este partener și distribuitor oficial **OXFORD UNIVERSITY PRESS** în România.  
E-mail: [oxford@niculescu.ro](mailto:oxford@niculescu.ro); Internet: [www.oxford-niculescu.ro](http://www.oxford-niculescu.ro)

# Cuprins

Introducere .....	11
<b>Capitolul 1:</b> Marea ruptură .....	27
<b>Capitolul 2:</b> Povestea lui Levon .....	39
<b>Capitolul 3:</b> Rădăcinile contraculturale ale tehnologiei.....	53
<b>Capitolul 4:</b> Contrainsurgența libertariană.....	69
<b>Capitolul 5:</b> Distrucția digitală.....	89
<b>Capitolul 6:</b> Monopolul în era digitală .....	109
<b>Capitolul 7:</b> Captura de reglementare a lui Google .....	125
<b>Capitolul 8:</b> Revoluția rețelelor sociale .....	143
<b>Capitolul 9:</b> Pirații internetului.....	171
<b>Capitolul 10:</b> Libertarienii și cei 1%.....	189
<b>Capitolul 11:</b> Ce înseamnă să fii om.....	209
<b>Capitolul 12:</b> Renașterea digitală.....	241
Concluzii.....	271
Mulțumiri .....	275
Note .....	277

## INTRODUCERE

Am crezut că voi scrie istoria unui război cultural. De o parte se afla câțiva miliardari libertarieni ai internetului – oamenii care v-au adus Google, Amazon și Facebook –, iar de cealaltă, muzicieni, jurnaliști, fotografi, scriitori și realizatori de filme care încercau să găsească un mod de a-și câștiga existența în epoca digitală. O bună parte a vieții mele am dedicat-o producției muzicale și cinematografice pentru artiști precum Bob Dylan și The Band, George Harrison sau Martin Scorsese, dacă ar fi să numesc numai câțiva dintre ei, iar viitorul industriei media în care am activat – ca să nu mai vorbesc despre rolul artistului în societatea noastră – este important pentru mine. Am avut norocul să-mi încep activitatea într-o perioadă în care un artist putea trăi decent de pe urma producției de muzică sau de filme, și, fiind implicat în asemenea acțiuni, am reușit și eu să o scot la capăt. Acele zile însă s-au sfârșit. Din 1995, când am produs ultimul film (*To Die For* – „Pe viață și pe moarte”), distribuția digitală a celor mai populare forme de artă a concentrat popularitatea în jurul unui grup mic, lăsându-i pe ceilalți în umbră. Să fii astăzi un tânăr muzician, realizator de filme sau jurnalist înseamnă să contempli cu seriozitate perspectiva intrării într-un domeniu și având o profesie pe care epoca digitală le-a erodat până când au devenit de nerecunoscut.

Pe măsură ce încerci să aprofundezi motivele pentru care artiștii se află într-o continuă luptă în epoca digitală, vezi că monopolul internetului reprezintă sursa problemei și că această problemă nu este de fapt numai a artiștilor. Internetul a devenit o chestiune serioasă pentru viața noastră de zi cu zi, pentru economia mondială și, cu toate acestea, niciunul dintre noi nu a putut interveni asupra modului în care este conceput. Deciziile sunt luate de inginerii și directorii de la Google, Facebook și Amazon (și încă alte câteva persoane) și impuse publicului fără reglementări. Rezultatul este ceea ce președintele Obama numește o lume construită ca un „Vest sălbatic”, fără spațiu privat sau securitate, care îi face pe cetățeni vulnerabili în fața intruziunilor infracționale, corporatiste sau guvernamentale. După cum scria Barack Obama în *The Economist*, „un capitalism construit de minoritate și care nu este controlat de majoritate reprezintă o amenințare pentru toată lumea”.

Internetul schimbă și structura democrației. Președintele SUA, Donald Trump, a găsit în Twitter vehiculul perfect prin care personalitatea sa narcisistă să se opună adversarilor. Iar Facebook (sursa principală de informare pentru 44% dintre americani) este responsabil pentru victoria în alegeri a lui Trump, potrivit lui Ed Wasserman, decanul Universității Berkley din California, absolvent al Școlii de Jurnalism: „Trump și-a putut transmite mesajele [prin intermediul Facebook-ului] într-o manieră care să influențeze, fără obișnuitele verificări de calitate pe care le asociem în mod obișnuit cu publicul de masă.” Facebook a fost invadat cu știri false, iar *BuzzFeed* a raportat că, „în ultimele trei luni ale campaniei prezidențiale din SUA, știrile electorale false cele mai răspândite pe Facebook au generat un angajament mai mare decât editorialele importante din *The New York Times*, *Washington Post*, *Huffington Post*, *NBC News* și altele”.

Ian Bremmer, președintele Eurasia Group, a declarat pentru *The New York Times*: „Dacă nu ar fi existat *social media*, Trump nu ar fi câștigat alegerile.”

Dar libertarienii ce controlează principalele companii de pe internet nu cred cu adevărat în democrație. Cei care conduc firmele ce dețin monopolul pe piață cred în oligarhie, sistem prin care numai cei mai deștepți și mai bogați ne pot decide viitorul. Peter Thiel, primul investitor extern al Facebook-ului și cofondator al PayPal, consideră că problema majoră a societății americane este „poporul care nu gândește”, acel public democratic care aduce constrângeri capitalismului. Thiel i-a declarat jurnalistului Holman W. Jenkins de la *Wall Street Journal* că numai 2% din populație – oameni de știință, antreprenori și investitorii de capital – înțeleg ce se întâmplă, în timp ce „98% nu știu nimic”.

Ceea ce am considerat a fi un război cultural este de fapt un război economic, care reprezintă probabil avanpremiera capitalismului american în epoca digitală. *The Economist*, într-un articol special dedicat monopolului capitalist american intitulat „Winners Take All” („Câștigătorii iau totul”), menționa că „firmele abuzează de poziția de monopol sau folosesc lobby-ul pentru a-și depăși competitorii. Este posibil ca jocurile să fie aranjate.” Ei au continuat prin a semna că era necesară o reformă majoră care „să implice mai multe acțiuni energice, chiar mai dure, împotriva sistemului. Se impune o discuție serioasă prin care să se stabilească dacă este necesar ca cele mai multe date ale țării să se afle în mâinile câtorva companii mari. Trebuie discutată problema lobby-ului corporatist, care a devenit un mecanism-cheie prin care companiile care au deja o poziție importantă pe piață se protejează.” Monopolul, controlul asupra datelor noastre și lobby-ul corporatist sunt esența istoriei bătăliei dintre artiștii creatori și giganții internetului, dar trebuie să înțelegem că fiecare

dintre noi se va afla în scurt timp în situația artiștilor. Muzicienii și scriitorii au fost primii pe baricade, fiindcă industriile în care activează au fost primele digitalizate. Dar, după cum a prognozat investitorul Marc Andreessen, „software-ul va înghiți întreaga lume” – și, în scurt timp, tehnologia va duce la dispariția slujbei fiecăruia dintre voi, la fel cum va obține din ce în ce mai multe dintre datele voastre personale.

Ascensiunea acestor giganți digitali este direct corelată cu prăbușirea industriilor creative din țara noastră. Consider că ade-vărata ascensiune a monopolurilor digitale a avut loc în august 2004, când Google a strâns 1,67 miliarde de dolari în prima licitație publică. În decembrie 2004, Google avea o cotă de piață de 35%, Yahoo de 32% și MSN de 16%. Astăzi, Google are o cotă de piață de 88% în SUA și mult mai mare în restul lumii. În 2004, Amazon avea un profit net din vânzări de 6,9 miliarde de dolari. În 2015, profitul net era de 107 miliarde de dolari și aceștia controlau 65% din noile puncte online de vânzare de carte, în variantă digitală și tipărită. În cei peste 10 ani, a avut loc o relocare masivă a profitului, de probabil 50 de miliarde anual, valoarea economică mutându-se de la creatorii de conținut la cei care aveau monopol asupra platformelor.

Din anul 2000, profitul rezultat în SUA din înregistrări muzicale a scăzut de la 19,8 miliarde la 7,2 miliarde de dolari anual. Profitul din producția de divertisment video pentru consumatorii casnici s-a diminuat de la 21,6 miliarde de dolari în 2006 la 18 miliarde de dolari în 2014. Profitul din publicitatea în presă a scăzut în SUA de la 65,8 miliarde de dolari în 2000 la 23,6 miliarde de dolari în 2014. The Pointer Institute estimează că „Facebook a absorbit foarte bine un miliard de dolari din bugetul de publicitate pentru ziarele din SUA” în 2016. Veniturile din editarea de carte au rămas constante datorită creșterii vânzării



de literatură pentru copii, care au compensat scăderea cu 30% a comercializării titlurilor pentru adulți. În aceeași perioadă (2003-2015), profitul obținut de Google a crescut de la 1,5 miliarde la 74,5 miliarde de dolari. Potrivit *Adweek*, în 2016 Google era cea mai mare companie de media din lume, „cu un venit de 60 de miliarde de dolari proveniți din publicitate în SUA – cifră cu 166 de procente mai mare decât compania aflată pe locul al doilea, The Walt Disney Company.” Dominația lui Google în domeniul publicității online presupune că profitul acestei companii face să scadă veniturile din *advertising* ale unui gigant TV cum este Walt Disney, care controlează ABC, ESPN și Disney Channel. Întrucât deține o cotă de piață atât de mare din veniturile online, companiile internaționale plătesc un bonus către Google (și Facebook), care va fi suportat de consumatori sub forma unor prețuri mai mari.

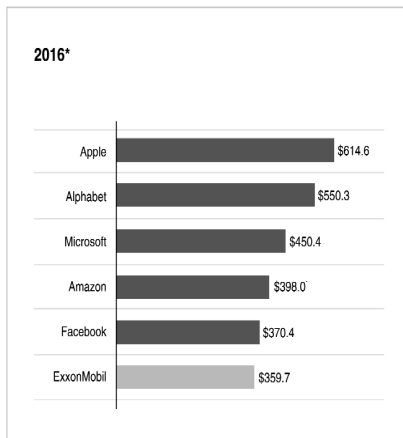
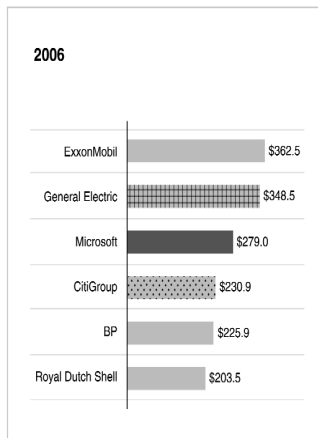
Declinul uimitor și precipitat al veniturilor plătite creatorilor de conținut nu are nicio legătură cu ideea că oamenii ascultă mai puțină muzică, citesc mai puține cărți sau urmăresc mai puține filme și emisiuni TV. De fapt, toate studiile recente demonstrează opusul – subiectele cele mai căutate pe Google sunt legate de divertisment. Nu este o coincidență faptul că ascensiunea monopolurilor digitale a condus la scăderea veniturilor obținute din conținut. Cele două sunt indisolubil legate între ele.

Cele mai mari cinci firme din lume (în termeni de capitalizare a pieței) sunt Apple, Google (acum ne vom referi la ea ca fiind Alphabet), Microsoft, Amazon și Facebook. Este greu să stabilim importanța rolului pe care cele cinci companii importante îl joacă în economia noastră, dar haideți să ne uităm la comparația dintre cele mai mari firme în 2006 și ceea ce se întâmplă astăzi.

## Epoca Tehnologiei

Capitalizarea pieței în cele mai importante companii publice din lume  
(în miliarde)

■ Tehnologie      ■ Servicii financiare  
■ Petrol/Energie      ■ Conglomerat



\* Din 7 octombrie 2016

Surse: Yahoo! Finance, Forbes

Dar schimbarea este mai profundă decât capitalizarea pieței. De la începutul secolului XX, când Theodore Roosevelt a preluat monopolurile deținute de John D. Rockefeller și J.P. Morgan, țara noastră nu a mai cunoscut o asemenea concentrare de putere și de bunăstare. Peter Orszag și Jason Furman, consilieri economici ai președintelui Obama, au declarat că averile create prin revoluția digitală au contribuit, mai mult decât orice alt factor, la creșterea inegalității economice. Contrar afirmațiilor lui Marc Andreessen și Peter Thiel, potrivit cărora câștigurile uriașe ale miliardarilor din domeniul tehnologiei sunt rezultatul unei culturi antreprenoriale geniale, inegalitatea la acest nivel este o opțiune – rezultatul legilor (și al taxelor) pe care noi ca societate alegem să le punem în practică. Contrar a ceea ce tehnodeterminiștii vor ca noi să credem, inegalitatea nu este produsul secundar inevitabil al tehnologiei sau globalizării – nici măcar al

distribuției inegale a geniului. Este rezultatul direct al faptului că, de la apariția internetului, politicienii au acționat ca și cum regulile care se aplică economiei nu sunt valabile și în cazul monopolurilor de pe internet. Taxele, legislația antitrust, legea dreptului de autor sunt ignorate atunci când industriile ce țin de internet sunt reglementate. Monopolurile digitale au solicitat libertate deplină pentru a deveni eficiente. Dar, după cum au comentat Barry Lynn și Phillip Longman: „Acum există dovada de netăgăduit că adoptarea acestei filosofii a «eficienței» a declanșat procesul de concentrare prin care aproape întreaga economie a SUA a fost refăcută în timpul ultimei generații și acum ne distruge democrația.” În mod evident, creșterea nivelului de concentrare a corporațiilor americane depășește sectorul tehnologiei, după cum a subliniat senatoarea Elizabeth Warren într-un discurs din iunie 2016:

În ultimul deceniu, numărul companiilor aeriene americane importante a scăzut de la nouă la patru. Cele patru care au rămas pe piață – American, Delta, United și Southwest – controlează peste 80% din zborurile interne din țară... Câțiva giganți ai pieței de asigurări de sănătate națională – printre care Anthem, Blue Cross Blue Shield, United Healthcare, Aetna și Cigna – controlează peste 83% din piața asigurărilor de sănătate... Trei lanțuri de drogherii – CVS, Walgreens și Rite Aid – controlează 99% din magazinele de medicamente din țară. Patru companii dețin aproape 85% din piața americană a cărnii de vită și trei firme produc aproape jumătate din producția de pui.

Pe măsură ce recunoaștem problema creșterii concentrării în cadrul industriilor americane, mă voi axa pe domeniul în care mi-am petrecut întreaga viață – media și comunicare. În această lume, neobosita căutare a eficienței îi face pe Google,

Amazon și Facebook să trateze toate sistemele media ca pe un produs, a cărui adevărată valoare o reprezintă acei gigabytes de date personale pe care îi extrag din profilul dumneavoastră în timp ce urmăriți ultimul material video, citiți un articol etc. Dar oamenii care se ocupă de domeniul internetului sunt foarte importanți pentru a putea înțelege cine suntem noi ca civilizație.

De-a lungul istoriei, artistul a arătat nedreptățile societății și, cum a spus filosoful Herbert Marcuse: „În refuzul de a uita ceea ce poate fi constă funcția critică a artistului.” Istoria artei este istoria subversiunii, a unui artist cum a fost Galileo, care a spus că tot ceea ce știm este greșit. Transcendentalismul lui Emerson și Thoreau în anii 1830 a fost primul „mare refuz” – refuzul de a accepta sclavia și imperialismul american –, care, 30 de ani mai târziu, a produs *Proclamația de emancipare* a lui Lincoln. Acest șablon al artistului care se află în avangarda progresului s-a repetat de multe ori în istoria noastră (și a multor națiuni) și, dacă artistul rebel a fost nevoit să se confrunte cu „oamenii de afaceri” ce controlau canalele de distribuție, apariția monopolurilor deținute de internet ne-a plasat pe toți în poziția vulnerabilă ocupată în trecut numai de artiști. Concentrarea profitului în producția de artă și știri i-a făcut vulnerabili nu numai pe artiști și jurnaliști, ci și pe cei care încearcă să obțină profit de pe urma schimbului cultural și de idei, în fața puterii unui grup mic de patroni influenți. Chiar și președintele Google, Eric Schmidt, a recunoscut acest aspect atunci când a scris următoarele: „Considerăm că platformele de tehnologie modernă, precum Google, Facebook, Amazon sau Apple, sunt mai puternice decât cred cei mai mulți oameni, iar lumea în care vom trăi în viitor va fi profund schimbată de caracteristicile și succesul acestora în toate societățile.”

Martin Luther King Jr. a ținut o predică la Catedrala Națională din Washington cu mai puțin de o săptămână înainte de

asasinarea sa din anul 1968. Acesta a declarat că, deși ne înrolăm într-o revoluție tehnologică, mulți dintre noi nu cunosc schimbările ce urmează să aibă loc, iar în absența unui cadru de moralitate, vom avea parte de „proiectile ghidate și oameni îndrumați greșit.” El a spus:

Una dintre marile probleme ale vieții este aceea că mulți oameni parcurg o etapă cu multe schimbări sociale, dar cu toate acestea nu reușesc să dezvolte atitudini noi, răspunsuri mentale noi, cerute de situația actuală. Ei sfârșesc prin a dormi în timpul unei revoluții.

Gândiți-vă că Dr. King, cu toate confruntările și provocările din acele vremuri – drepturile civile, Războiul din Vietnam, sărăcia –, a considerat necesar să ne atragă atenția asupra rolului pe care îl poate juca tehnologia în viitorul nostru. King nu putea să prevadă nivelul de dependență promovat de internet, care avea să ne determine să ne împărtășim cele mai intime secrete în fața unei corporații fără chip, al cărei model de business presupune pătrunderea în mintea noastră și încercarea de a ne capta atenția. Și, cum oricine are în apropiere un adolescent care doarme cu smartphone-ul în mână, poate depune mărturie în acest sens: nu trebuie să fim complet conștienți ca să folosim Google sau Facebook. Renunțăm în continuare la viața personală și credem în mitul utilității pe care ni-l transmit corporațiile benigne. Kevin Kelly, redactor fondator al revistei *Wired*, remarca recent: „Totul va fi urmărit, monitorizat, detectat prin senzori și imagini, iar oamenii vor accepta toate acestea pentru că «vanitatea învinge intimitatea», cum deja a dovedit Facebook-ul. Banii vin acolo unde este îndreptată atenția.” Dar Kelly, unul dintre tehno-determiniștii originali, poate greși. La conferința *Black Hat USA Cybersecurity* din 2015, Dan Kaminsky, un adevărat guru al securității tehnologice, a spus: „Jumătate dintre americani se feresc de

internet din cauza temerilor legate de securitate și de confidențialitate. Trebuie să mergem mai departe și să rezolvăm problemele internetului sau riscăm să pierdem acest motor al frumuseții.”

Persoane ca Larry Page, CEO-ul Google, Mark Zuckerberg, directorul Facebook, Peter Thiel, fondatorul PayPal, sau Sean Parker de la Napster sunt printre cei mai bogați oameni din lume în acest moment, cu ambiții atât de mari, încât devin personaje de ficțiune pentru romane ca *Cercul* al lui Dave Eggers sau *Zero K* al lui Don DeLillo, lucrări populate cu miliardari din lumea high-tech, care inventează tehnologia pentru a trăi veșnic. Dar aceasta nu este o ficțiune. Peter Thiel, Larry Page, Mark Zuckerberg și alții investesc sute de milioane de dolari în cercetare pentru „a opri îmbătrânirea omului” și pentru a integra conștiința umană în rețelele lor atotputernice. George Packer scria în revista *The New Yorker*: „În tehnoutopia lui Thiel, câteva mii de americani pot avea mașini care se conduc singure și trăiesc până la 150 de ani, în timp ce milioane de oameni își pierd slujbele din cauza computerelor care sunt mult mai inteligente decât ei, după care mor la șizeci de ani.” În mod surprinzător, am trecut nu foarte demult printr-o campanie electorală în care aceste probleme ale viitorului nu au fost ridicate.

Modernitatea a fost construită pe ideea că indivizii sunt cei care decid ce se va întâmpla cu noi ca votanți și consumatori. Nu este ceea ce prevede viitorul tehnodeterminist. Fostul specialist în tehnica designului de la Google, Tristan Harris, scria: „Atunci când controlezi meniul, controlezi opțiunile.” Noi renunțăm la libertate atunci când alegem să dăm unor rețele ca Google și Facebook posibilitatea de a controla meniul. Nimeni din afara acestor companii nu va ști cum este stabilit meniul de niște algoritmi generați de misterioasele cutii negre ale lui Google, Facebook sau Amazon. Alan Rusbridger, fost editor al ziarului

britanic *The Guardian*, a declarat, într-o conferință organizată de cotidianul *Financial Times*, în septembrie 2016, că Facebook „a absorbit 27 de milioane de dolari din veniturile publicitare digitale proiectate pentru lucrările tipărite în ultimul an.” Ei (cei de la Facebook), a continuat el, iau toți banii, fiindcă „dețin algoritmi pe care noi nu-i înțelegem și care sunt un filtru între ceea ce facem și modul în care oamenii percep aceste lucruri.” Pe măsură ce viețile noastre se digitalizează din ce în ce mai mult, acești noi zei algoritmici vor avea mai multă putere asupra vieților noastre.

Aceasta nu este prima criză morală generată de perspectiva tehnodeterministă. La sfârșitul celui de-al Doilea Război Mondial, în umbra norului proiectat de ciuperca aflată deasupra orașelor Hiroshima și Nagasaki, intelectualii creștini, precum Reinhold Niebuhr, și-au manifestat teama că „vom câștiga războiul, dar vom pierde pacea”. Aceștia erau convingși că, dacă tehnocrații erau considerați responsabili de câștigarea războiului, atunci aceștia urmau să administreze lumea postbelică. Niebuhr era precaut în privința acestui subiect, iar președintele Obama a recunoscut această dihotomie în discursul său din 2016, de la Hiroshima Peace Memorial: „Progresul tehnologic fără un progres echivalent al instituțiilor umane ne poate aduce sfârșitul. Revoluția științifică prin care s-a ajuns la divizarea atomului necesită și o revoluție morală.” Oricine va călători prin orașele americane care fac parte din așa-numita regiune Rust Belt („Centura Ruginită”), unde forțele tehnologiei au distrus economia, au dus la dispariția locurilor de muncă și la scădere demografică, poate vedea semnele unei suferințe reale – o rată mai mare a dependenților și a sinucigașilor și o medie a speranței de viață diminuată. Nu știu ce poate face tehnologia pentru a vindeca asemenea forme de cancer ale spiritului. Sau împotriva anonimilor

care au reacții pline de ură pe Twitter. Care este soluția tehnologiei pentru această problemă?

Dincolo de ultrajul generat de cazul Edward Snowden legat de spionajul efectuat de Agenția Națională de Securitate a SUA, cetățeanul de condiție medie (inconștient) a pus voluntar la dispoziția celor de la Google și Facebook mai multe informații personale decât va obține vreodată guvernul american despre cetățenii săi. Chiar dacă suntem conștienți că domeniul principal de activitate al Google și Facebook îl reprezintă „supravegherea pieței” – prin vânzarea datelor noastre personale către firme de publicitate pentru miliarde de dolari –, avem totuși încredere că nu vor exploata aceste informații într-o manieră care să ne aducă prejudicii. „Politica celor de la Google este aceea de a ajunge până la limita terorii, pe care însă nu au depășit-o niciodată”, a declarat la un moment dat, pentru *The Atlantic*, Eric Schmidt, președintele Google. Așa cum a dezvăluit Snowden, Google, Facebook și Amazon erau dispuse să ofere datele clienților site-urilor lor Agenției Naționale de Securitate. Chiar dacă acest aspect este discutabil, imaginați-vă cum ar fi dacă Google ar fi condus de o persoană cu faima unui delincvent, cum este Jeffrey Skilling de la Enron.

Să luăm, de exemplu, capacitatea companiilor Google sau Facebook de a influența știrile pe care le putem vedea prin modificarea algoritmilor. Un studiu din 2014, coordonat de Robert Epstein, psiholog la Institutul American pentru Cercetare Comportamentală și Tehnologie, despre modul în care ordinea de căutare pe Google a articolelor despre un candidat politic poate influența votanții, constata următoarele: „Estimăm, pe baza statisticilor companiilor electorale mondiale, că Google poate determina rezultatele cu până la 25 de procente la nivelul alegerilor naționale.”



Google, Amazon și Facebook sunt organizații tipice care obțin venituri prin manipularea pieței. Adam Davidson, editorialist la *The New York Times*, a explicat conceptul:

În economie, „renta” reprezintă banii obținuți prin controlul unor chestiuni rare și dezirabile, indiferent că vorbim despre un câmp petrolifer sau despre o poziție monopolistă pe piață... Stânga, dreapta și centrul breslei economiștilor sunt de acord că îmbunătățirea nivelului de dezvoltare și reducerea comportamentului manipulator al pieței sunt esențiale dacă vrem să „facem America mare din nou”.

Google și Facebook au mai mult de un miliard de clienți fiecare, în timp ce Amazon are 350 de milioane. Ei sunt primii care manipulează piața, prin plata directă sau veniturile din publicitate. Ascensiunea noilor monopoluri s-a petrecut relativ repede, așa că economiștii și politicienii nu înțeleg cât de diferit este monopolul capitalist de capitalismul idealizat al lui Adam Smith, care se predă încă la școlile de economie. Firmele care dețin monopolul sunt cele care fac prețul, nu cele care îl acceptă. Economistul Paul Krugman a scris: „Nu-mi spuneți că Amazon oferă consumatorilor ce-și doresc sau că și-a câștigat poziția. Ceea ce contează este dacă are prea multă putere și abuzează de ea. Ei bine, are și o face.”

Dar adevăratul efect al faptului că afacerile americane se îndreaptă spre o mai mare concentrare în toate sectoarele este acela că profitul corporațiilor a crescut, în timp ce salariile au tot scăzut din 1970 încoace. Un grafic al profitului și salariilor ca procent din Produsul Național Brut arată o scădere dramatică a salariilor și o creștere a profitului. Într-un mediu de afaceri în care concentrarea este mai mare în toate sectoarele, salariile în scădere ale lucrătorilor medii americani evidențiază situația neplăcută în care se află muzicienii, realizatorii de film sau jurnaliștii din prezent:

cum să te aliniezi la una dintre ultimele instituții care au supraviețuit, de pe urma căreia îți poți câștiga existența.

Dar aceste companii nu au ajuns la poziția lor dominantă numai datorită inteligenței fondatorilor, chiar dacă presa ar dori să vă facă să credeți această explicație. Monopolurile lor sunt exemplul efectului unei teorii politice numite libertarianism, bazat pe opera economistului Milton Friedman și a filosofului Ayn Rand, care considerau că de obicei guvernele greșesc, în timp ce piața are întotdeauna dreptate. În mod surprinzător, internetul a fost creat cu fonduri guvernamentale și construit pe principiile descentralizării – principii pe care trebuie să le regăsim ca să depășim puterea monopolurilor corporatiste din epoca digitală.

Din 2010 am coordonat Annenberg Innovation Lab de la Universitatea din California de Sud, unde am avut norocul să colaborez cu mulți dintre fondatorii internetului, cum ar fi Tim Berners-Lee, Vint Cerf și John Seely Brown. Am fondat prima companie de transmisii video la cerere, Intertainer, care a lansat pe internet materiale video de calitate cu zece ani înainte ca YouTube să apară online. Cred cu multă convingere în puterea tehnologiei. Am folosit instrumente sau mijloace care au la bază internetul, cum ar fi blogul meu, *Medium*, pentru expunerea unor idei similare cu cele din această carte. Cu toate acestea, nu sunt sigur că tehnologia poate rezolva ceea ce este în esență „o problemă a valorilor”. Cum pot obține artiștii o valoare financiară din opera lor și cum putem noi ca societate să valorificăm arta în era digitală? Cum putem crea o cultură sustenabilă, care să ne înobileze viața, spiritul, sufletul – cum au făcut Louis Armstrong și Walt Whitman sau Bob Dylan și Stanley Kubrick? Vă voi face părtași la convingerea mea că rock-and-rollul, scrierile valoroase și filmele de succes ne pot schimba viața. Chiar dacă zugrăvesc un tablou macabru al culturii digitale contemporane,

sper să vă arăt cum artiștii și cetățenii în general pot surprinde viziunea pionierilor internetului în ceea ce eu numesc Renașterea Digitală. Asemenea primei Renașteri, și aceasta va începe prin a opune rezistență monopolurilor digitale. O asemenea mișcare a început deja cu o revoltă împotriva YouTube a muzicienilor care au resimțit primii efectul digitalizării. Acum starea s-a extins și în rândul jurnaliștilor, realizatorilor de film sau politicienilor, precum senatoarea Elizabeth Warren. Producătorul TV Kurt Sutter (realizatorul seriei TV *Sons of Anarchy* – „Fiii anarhiei”) a vorbit în numele multor creatori atunci când a spus: „Google cheltuiește milioane de dolari în fiecare an pentru susținerea unei campanii care va distruge drepturile creatorilor.” În ultimele capitole ale volumului de față, voi vorbi despre această formă de rezistență și vă voi împărtăși câteva dintre ideile mele legate de rezolvarea acestei probleme.

Dar, înainte de toate, trebuie să înțelegem cum am ajuns aici.

## CAPITOLUL 6

# Monopolul în era digitală

*„Competiția este pentru învinși.”*

– Peter Thiel

### 1.

Robert Bork a făcut mai mult decât orice persoană din secolul XX pentru a integra principiile pieței libere libertariene ale lui Ayn Rand și Milton Friedman în inima sistemului economic și juridic american. Sala de la Facultatea de Drept din Yale, unde avea loc cursul profesorului Bork despre Legea antitrust, era de obicei plină de studenți. În ultimul an, din audiența acestuia au făcut parte Bill Clinton și soția sa, Hillary, Robert Reich, Clarence Thomas și Richard Blumenthal. Bork era un bărbat înalt, cu părul șaten și foarte creț, cu ochelari mari cu rame din baga și o barbă care îl făcea să arate ca o combinație între un fermier amish și un rabin. Purta costume închise la culoare, cămăși cu butoni Brooks Brothers, iar singura concesie pe care o făcea modei erau cravatele din lână.

Teoria antitrust (pe care glumeții au numit-o un curs al Legii pro-trust) și pe care Bork a predat-o a ieșit din concepția sa inițială privind natura reglementării afacerilor. Reich își amintește

clasa ca fiind destul de controversată: „Nu știam cât de multă influență va avea politica sa antitrust în anii următori. În acele momente, ideile sale mi se păreau absurde, pentru că aveau în vedere o singură dimensiune a politicii publice – bunăstarea consumatorilor – și ignorau toate efectele dinamice ale concentrării, cum ar fi puterea politică sau invazia.” În martie 1973, Bork și-a pus conceptele folosite la cursuri în slujba Statelor Unite, angajându-se ca avocat în timpul administrației lui Richard Nixon și, mai târziu, a lui Gerald Ford. O măsură care arată cât de puțin s-a gândit Bork la Actul Sherman (principalul nostru statut antitrust) este faptul că dosarele Sherman au scăzut substanțial în perioada lui Bork. Când Bork a părăsit Departamentul de Justiție al SUA, a publicat *The Antitrust Paradox: A Policy at War with Itself* („Paradoxul antitrust: o politică a războiului cu sine”), care a modelat legislația antitrust de atunci, concentrându-se asupra eficienței și pronunțându-se clar în favoarea „bunăstării consumatorilor”.

Cu alte cuvinte, Bork a susținut că singura problemă care ar fi trebuit să privească autoritatea de reglementare este dacă prețurile pentru consumatori erau în scădere. Din punctul de vedere al lui Bork, dacă Walmart ar fi devenit singurul retailer din țară, atâta timp cât prețurile continuau să scadă, ar fi fost un avantaj pentru „bunăstarea consumatorilor”. În 1984, pe când Bork era judecător la Curtea de Apel a Statelor Unite pentru Circuitul Districtului Columbia, eu eram vicepreședinte pentru fuziuni și achiziții la divizia de banking a celor de la Merrill Lynch. Noi am contribuit la fuziunea dintre Gulf Oil și Standard Oil of California, din care a rezultat compania Chevron, și astfel s-a redus numărul marilor companii petroliere de la șapte la șase. Pe parcursul întregului proces nu a fost pusă niciodată în discuție problema legislației antitrust.

Bork și-a concentrat interpretarea asupra legilor antitrust în teoria economică libertariană a Școlii din Chicago a lui Milton Friedman. Bork a ajuns la Universitatea din Chicago în anii 1940. Acesta credea cu adevărat în politica New Deal a lui Roosevelt și a început să iasă cu o studentă care avea aceleași convingeri liberale, Claire Davidson. Dar, pe măsură ce era din ce în ce mai atras de amestecul dintre economie și drept, politica ce domina Universitatea din Chicago, una conservatoare, nu a susținut ideea că guvernul ar putea juca un rol în reglementarea afacerilor. Piața liberă trebuia să funcționeze, fără să se lovească de piedicile reprezentate de reglementările guvernamentale. Fie că a fost dorința de a avansa în mediul academic sau o convingere adevărată, atât Bork, cât și Davidson (cu care s-a căsătorit în 1952) au intrat sub influența școlii din Chicago și au preluat teoriile acesteia. Din acel moment, el a luptat pentru tot restul vieții împotriva reglementărilor guvernamentale. Așa cum a observat *The New York Times* în necrologul său, această atitudine l-a costat un loc la Curtea Supremă: „El a scris, de asemenea, un articol cu efecte nefaste în *The New Republic*, în 1963 – care a jucat un rol-cheie în înfrângerea sa categorică din 1987 –, condamnând secțiunile legate de cazarea publică din proiectul Legii Drepturilor Civile din 1964 prin care se urmărea includerea aici a restaurantelor, a hotelurilor și a altor afaceri. Domnul Bork a declarat că nu are nicio obiecție față de integrarea rasială, dar se teme că prin constrângerea guvernamentală în ceea ce privește comportamentul particular libertatea va fi amenințată.”

Google, Amazon și Facebook sunt monopoluri care ar avea probleme în justiție conform statutului antitrust dacă nu ar fi fost pentru Robert Bork. Din perioada în care a lucrat pentru administrația Ford până în momentul venirii la Casa Albă în timpul lui Obama, principiile lui Bork, exprimate în *Paradoxul antitrust*,

care au încurajat fuziunile și au făcut presiuni pentru reducerea reglementărilor, au controlat divizia antitrust a Departamentului de Justiție al SUA. La câțiva ani după ce Bork și-a publicat cartea, șeful diviziei antitrust, William Baxter, numit de Reagan, a declarat pentru *The New York Times* că „va urma o politică antitrust bazată exclusiv pe considerente de eficiență”. După cum arată Barry Lynn în cartea sa despre capitalismul monopolist, *Cornered*, opoziția față de politica lui Baxter a venit de la senatorii din ambele părți, care au susținut că Actul Sherman, în care cuvântul „consumator” nu apare niciodată, a fost folosit „nu pentru scăderea prețurilor, ci pentru a proteja antreprenorul independent și pentru a-i împiedica pe unii dintre noi să folosească instituțiile noastre politice și economice pentru a concentra puterea în propriile mâini”.

## 2.

De ce contează legile antitrust, în afară de situațiile excepționale în care îi ajută pe cei mici să reziste în lupta cu acele corporații gigant? Pentru a răspunde la această întrebare, trebuie să știm că frica de monopol datează de pe vremea fondatorilor Republicii Americane și a luptei epice dintre Alexander Hamilton și Thomas Jefferson. Fără îndoială că Hamilton a reprezentat puterea comercială a New York-ului și a finanțatorilor care dețineau legăturile necesare pentru a susține revoluția. Jefferson, omul poporului, a fost trimis în Franța în 1784 ca ministru al țării care a sprijinit finanțarea Revoluției Americane. În acest timp, la Philadelphia aveau loc întâlniri unde se puneau la cale elaborarea Constituției, iar James Madison a fost desemnat să reprezinte punctul de vedere al lui Jefferson în conceperea documentului.

Obiecția majoră a lui Jefferson a fost că în actul original nu existau prevederi referitoare la Legea drepturilor omului. După ce a parcurs primul proiect al Constituției, el i-a scris lui Madison din Paris.

Voi spune acum ce nu-mi place. În primul rând, omisiunea legii privind drepturile omului, care să stipuleze în mod clar și fără ajutorul sofismului libertatea religioasă, libertatea presei, protecția împotriva armatelor permanente, **restricțiile impuse monopolurilor** [accentuare adăugată], forța eternă și neîncetată a legilor *habeas corpus* și procesele în orice domeniu judecate de tribunale care să se supună legilor locale, și nu legilor națiunilor.

În cele din urmă, cu ajutorul lui Madison, el a adunat reprezentanții care au redactat Legea drepturilor omului, dar singura clauză împotriva căreia au luptat cu îndârjire federaliștii lui Hamilton a fost legată de „restricțiile aplicate monopolurilor”. Grație poziției sale privilegiate în Europa, Jefferson a primit informații directe despre puterea coruptă a monopolurilor, cum ar fi cazul Companiei Indiilor de Est. Aceasta, care avea monopol absolut asupra comerțului cu India și China, a devenit atât de bogată și de puternică, încât în 1708 a împrumutat Trezoreriei britanice, aproape falimentare, 3 milioane de lire sterline în schimbul extinderii monopolului pentru o perioadă mult mai lungă. Jefferson a observat, de asemenea, că monopolul asupra rentelor, de care se bucurau ofițerii companiei, le-a permis să se întoarcă acasă în Anglia și să construiască proprietăți întinse, să dezvolte afaceri prospere și să obțină putere politică. Compania Indiilor de Est a făcut un lobby atât de puternic în Parlamentul englez, încât au putut să scrie o lege care să garanteze militarilor britanici protecția rutelor comerciale private. Iar Jefferson a fost nevoit să citească despre Marea Foamete Bengaleză din 1770, care a dus la moartea a 10 milioane de persoane și a fost cauzată



de cultivarea forțată, pe scară largă, a opiului (urmare a presiunii exercitate asupra fermierilor locali de către Compania Indiilor de Est, ca parte a strategiei sale de export în China), în locul culturilor locale, ceea ce a condus la o penurie de cereale pentru locuitorii din Bengal. Jefferson a intuit pagubele pe care monopolul lipsit de restricții l-ar putea provoca.

Hamilton a vrut să urmeze ambele căi, convins că poate exista o influență a capitalului asupra politicii, fără însă ca politica să influențeze capitalul. El pusese deja bazele Băncii New York în 1784 și era hotărât să înființeze o Bancă Națională, în care guvernul SUA să dețină 20% din acțiuni, iar restul să aparțină prietenilor săi. Ar fi fost un monopol. În februarie 1791, în ciuda obiecțiilor lui Jefferson, a lui Madison și a aliaților acestora, Hamilton a reușit să ducă proiectul de lege în Congres. Jefferson, care acum era secretar de stat, a făcut apel la George Washington să respingă proiectul de lege, însă președintele a cedat în fața lui Hamilton, secretarul său de trezorerie. În felul acesta, s-a stabilit ca afacerile americane să fie conduse de marile corporații.

Până la sfârșitul secolului al XIX-lea, bărbați ca John D. Rockefeller și J.P. Morgan conduceau combinații de companii numite „trusturi”. Confruntat cu amenințarea reală a monopolurilor, Congresul a adoptat Actul Sherman din 1890, care prevedea amenzi și pedeapsa cu închisoarea pentru oricine „va pune monopol sau va încerca să monopolizeze, să constituie un cartel ori să conspire cu orice altă persoană sau alte persoane, să monopolizeze orice parte a comerțului sau comerțul între diferitele state sau cu națiuni străine”. Președintele american Theodore Roosevelt a folosit această lege pentru a dezmembra compania Standard Oil a lui Rockefeller și Northern Securities a lui Morgan. Iată patru dintre afirmațiile lui Roosevelt despre pericolele monopolului:

Marile corporații pe care le-am dezvoltat și pe care cu multă îngăduință le putem numi trusturi sau carteluri sunt creații ale Statului, iar Statul are nu numai dreptul de a le controla, ci chiar este obligat să o facă ori de câte ori este nevoie de un astfel de control.

Rezolvarea nu constă în încercarea de a preveni asemenea combinații, ci în controlul integral, în folosul bunăstării publice.

Cheltuielile corporațiilor în scopuri politice au furnizat una dintre principalele surse de corupție din afacerile noastre politice.

Absența unor constrângeri oficiale și mai ales naționale în privința banilor obținuți prin mijloace inechitabile a dat naștere unei clase restrânse de oameni extrem de bogați și puternici din punct de vedere economic, al căror obiectiv principal este să-și mențină și să-și sporească puterea. Prima necesitate este aceea de a schimba condițiile care le permit acestor indivizi să acumuleze și mai multă putere, ce nu va determina bunăstarea generală pe care ar trebui să o susțină ori să o genereze.

### 3.

Chiar dacă Ronald Reagan a fost cel care a generat ruptura de politica istorică antitrust, vina nu poate fi pusă numai pe seama administrației republicane. După cum subliniază Barry Lynn, „atitudinea lui Bill Clinton față de monopolizare a fost chiar mai favorabilă decât cea a lui Reagan sau a lui George H.W. Bush.” Chiar dacă Gore și Clinton au fost opozanți ai monopolizării mass-media, spune Lynn, „au decis să permită consolidarea companiilor media americane care au început sub Reagan, iar continuarea procesului a făcut ca numărul firmelor mari să scadă de la peste cincizeci la șase.” Și bineînțeles, după administrația Clinton, teoriile libertariene ale lui Robert Bork au continuat să guverneze în administrațiile George W. Bush și Obama și s-au

reflectat într-un caz-cheie din 2004 al Curții Supreme de Justiție, Antonin Scalia: „Simpla deținere a puterii de monopol și impunerea concomitentă a prețurilor de monopol nu doar că nu reprezintă ceva ilegal, ci înseamnă un element important al sistemului de piață liberă.” Dar Scalia nu este singurul caz. Un studiu realizat de Lee Epstein de la Universitatea din California de Sud, de William M. Landes de la Facultatea de Drept a Universității din Chicago și de judecătorul Richard A. Posner de la Tribunalul Federal din Chicago a constatat că șase dintre cei zece judecători foarte apropiați de lumea afacerilor din 1946 încoace erau angajați ai Curții Supreme la ultimul termen al lui Scalia.

Dar cum s-a putut ca o schimbare atât de profundă a politicii să nu fie observată de majoritatea americanilor? Poate că, dacă ai avea un bar și un singur furnizor de bere (în cazul în care s-ar aproba fuziunea dintre cei doi giganți din domeniul berii, AB InBev și SABMiller), atunci eventualele consecințe ale monopolului ar ajunge în viața dumneavoastră, dar cei mai mulți dintre noi nu le-am observa, chiar dacă efectele lor asupra bunăstării noastre sunt profunde. După cum subliniază economistul Yelena Larkin și colegii săi, consolidarea tot mai mare a redus cu mai mult de 50% numărul de firme tranzacționate public în SUA: „Acest declin a fost atât de dramatic, încât numărul firmelor din prezent este mai mic decât a fost la începutul anilor 1970, când produsul intern brut real din SUA era o treime din cel actual.”

Ultimii doi președinți ai Consiliului Consultanților Economici ai Președintelui, Peter Orszag și Jason Furman, au publicat recent o lucrare intitulată „*A Firm-Level Perspective on the Role of Rents in the Rise in Inequality*” („O perspectivă la nivelul firmelor despre rolul rentelor în creșterea inegalității”), care susține că mărirea „rentabilității care depășește ceea ce este normal” în cazul firmelor cu o concurență limitată conduce la creșterea

inegalității economice. Autorii descriu aceste firme ca fiind „manipulatoare”.

Renta economică reprezintă revenirea la un factor de producție în exces care depășește necesarul pieței... De exemplu, capitalul poate obține rentă prin angajarea în comportamente anticoncurențiale pentru a obține venituri care depășesc cu mult costurile de oportunitate. În plus, structura pieței forței de muncă poate duce la apariția unor elemente de monopson în anumite industrii, înclinând divizarea acestui contract de muncă închiriat către firmă.

Exemplul clasic de manipulare pe care îl cunoaștem cu toții îl reprezintă serviciile de cablu, care costă mai mult, dar oferă mai puține servicii, atâta timp cât monopolul local permite companiei să facă „afaceri” mai bune în interes propriu. Sunteți îndreptățiți să întrebați dacă Google, Facebook sau Amazon sunt firme manipulative, care caută avantaje personale – din cauza practicii economice a monopolizării accesului la orice resursă. Faptul că Amazon are dreptul să refuze accesul unui editor la baza sa complexă de clienți îi poate permite să obțină venituri suplimentare de la acesta față de situația în care ar exista mai mulți vânzători mari pe piața cărților electronice? Da. Pot Facebook și Google să extragă rentele de monopol care depășesc prețurile normale de pe piață de la agenții de publicitate, în schimbul accesului vizat la miliardele lor de utilizatori? Fostul procuror general adjunct al DOJ, Thomas Barnett, a răspuns la această întrebare în mărturia sa din septembrie 2011, în fața subcomisiei Senatului Antitrust: „În primul rând, amintiți-vă că ei (Google) sunt o companie de publicitate. Au câștigat anul trecut 30 de miliarde de dolari (60 de miliarde de dolari în 2015) numai din publicitate. Și, având în vedere că domină piața de publicitate, o mare parte din aceasta este deja reprezentată de rentele de monopol.”

Peter Orszag este și el de acord cu aceasta, declarând, în fața unui public din Sydney, Australia, că Facebook și Google sunt „monopoluri care folosesc informațiile noastre personale fără să ne plătească în schimb și obțin o rentă de monopol prin vânzarea de anunțuri publicitare bazate pe aceste informații personale.” Astfel, pentru Orszag și Furman, inegalitatea dintre firme a crescut, nu în interiorul acestora. Și da, directorul continuă să facă mai mult decât angajații, dar lucrătorii de la Google, Amazon și Facebook, cu opțiunile lor extraordinare pentru acțiuni, o duc mai bine decât colegii lor din alte industrii. Giganții tehnologici precum Google și Facebook pot avea mai mult de suferit de pe urma inegalităților economice decât ne dăm noi seama. „Poate că am caracterizat greșit o bună parte dintre factorii care duc la creșterea inegalității în SUA”, a declarat Orszag la conferința de la Sydney.

#### 4.

Monopolizarea strânsă a industriei din SUA transformă America într-o oligarhie, cu ramificații profunde pentru sistemul nostru politic. După examinarea divergențelor de opinie publică ale unor grupuri diferite de venituri pe o gamă largă de probleme, analiștii politici Martin Gilens, de la Universitatea Princeton, și Benjamin Page, de la Universitatea Northwestern, au constatat că preferințele unui număr mic de corporații și ale celor foarte bogate au avut un impact enorm asupra deciziilor politice, în timp ce opiniile americanilor cu venituri medii și mici nu au contat. Gilens și Page au scris: „Analizele noastre sugerează că cea mai mare parte a publicului american are de fapt prea puțină influență asupra politicilor pe care le adoptă guvernul nostru”.

Sociologul C. Wright Mills a prevăzut acest lucru la începutul anilor 1950 în lucrarea sa *The Power Elite* („Puterea elitei”). El a scris următoarele: „Tendința de lungă durată ca între lumea afacerilor și guvern să se dezvolte o relație mai profundă a devenit acum una mai clară. Cele două nu pot fi văzute ca două lumi distincte.” Mills și-ar fi imaginat cu greu ce tip de putere exercită afacerile atunci când intră în slujba unor campanii politice de miliarde de dolari pentru asociația Citizens United.

Dar în media digitală trendul monopolului este cel mai pronunțat. Scriitorul Om Malik, specialistul în tehnologie de la *The New Yorker*, a spus: „Majoritatea competitorilor din Silicon Valley se așteaptă la un câștigător monopolist.” Un rezultat este efectul de rețea pe care Peter Thiel îl considera foarte important, iar un altul îl reprezintă natura unică a arhitecturii internetului. După cum subliniază Barry Lynn, „lucrul complet nou este că monopolul din lumea digitală se bucură de o putere pe care monopolul din lumea fizică nu o deține. Aceasta este capacitatea de a izola și a discrimina atât producătorii, cât și consumatorii.” În legea antitrust, un „index HHI” înseamnă Indexul Herfindahl-Hirschman, o măsură general acceptată de concentrare a pieței. HHI se calculează prin împărțirea cotei de piață a fiecărei firme care concurează, urmând apoi însumarea cifrelor rezultate. Agențiile antitrust consideră, în general, că piețele în care HHI este cuprins între 1.500 și 2.500 de puncte sunt concentrate moderat, iar piețele în care HHI depășește 2.500 de puncte sunt foarte concentrate. HHI pe piața de căutare pe internet este 7.402, în afara graficelor.

Dar Amazon are aceeași tendință de dominare a pieței ca și Google. *The New York Times* a relatat despre dorința companiei Amazon de a-i discrimina pe editorii care nu erau dispuși să se supună regulilor sale:

Una dintre tacticile folosite de Amazon împotriva celor de la Hachette, practică luni de zile la rând, a fost perceperea unui preț mai mare pentru cărțile acestei edituri, sugerând în același timp cititorilor alte cărți, ale unui alt autor. Dacă, dintr-un anumit motiv, clienții insistau să cumpere o lucrare de la Hachette, Amazon le spunea că livrarea acesteia va dura câteva săptămâni. „Tactica pământului pârjolit” a apărut ca urmare a eșecului negocierii contractului dintre cele două entități. Amazon a căutat termeni mai buni, Hachette s-a opus, așa că Amazon a început să reducă oferta. Au fost afectați o serie de scriitori, de la Malcolm Gladwell la J.D. Salinger, deși unii autori ai celor de la Hachette s-au vândut la fel de bine.

Amazon are o poziție aproape monopolistă în distribuția e-book-urilor. Ironia supremă constă în faptul că autoritățile de reglementare guvernamentale erau atât de dezinformate în legătură cu efectele monopolului, încât au deschis un caz antitrust împotriva lui Apple în 2012, când Amazon deținea 60% din piața de cărți electronice, iar Apple era un jucător relativ minor. Dar, exceptând cărțile, Amazon primește 51 de cenți din fiecare dolar pe care americanii îl cheltuiesc în comerțul online.

Nu trebuia să se întâmple așa ceva. Barierele presupus limitate pentru accesul la internet ar putea permite crearea unui peisaj foarte competitiv, ceea ce însă nu s-a întâmplat niciodată. Google deține monopolul în ceea ce privește căutarea pe internet. În cazul sistemelor de operare de pe smartphone-uri, avem un duopol alcătuit din Apple și Google. Și în curând am putea avea un duopol acasă, pentru transmisiile de mare viteză, între Comcast și Time Warner (acum numiți Spectrum). Cu siguranță, AT&T și Verizon constituie un duopol în domeniul serviciilor de telefonie mobilă. Se pare că internetul este foarte bun în construirea scenariilor „câștigătorul ia totul”.

Creșterea monopolului creează un sistem care nu funcționează după modelul clasic, în care economiștii consideră că ar trebui ca economiile de piață să evolueze. Pe măsură ce economia digitală devine o componentă importantă a PIB-ului nostru și companii precum Google, Apple, Amazon, Comcast, Verizon și AT&T domină topul *Fortune 100*, este necesară o reexaminare a unora dintre vechile dereglementări ale erei Reagan. După cum explică Peter Thiel în cartea *Zero to One* („Zero la unu”), marjele de profit ale monopolurilor adevărate sunt extraordinare: „Google a câștigat 50 de miliarde de dolari în 2012 (față de 160 de miliarde de dolari din întreaga industrie a companiilor aeriene), dar a păstrat 21% din acele venituri ca profit – de peste 100 de ori marja de profit a industriei aeriene din acel an. Google câștigă atât de mulți bani, încât acum valorează de trei ori mai mult decât orice companie aeriană din SUA.” Problema este că productivitatea enormă a acestor companii, împreună cu prețurile lor oligopoliste, generează un excedent uriaș și în continuă creștere, depășind capacitatea de absorbție a economiei prin canalele normale de consum și investiții. Acesta este motivul pentru care Apple are 150 de miliarde de dolari cash în bilanț, iar Google, 75 de miliarde de dolari. Aceste companii nu pot găsi suficiente oportunități pentru a-și reinvesti fluxul de numerar, deoarece există deja o supracapacitate de producție în multe domenii și, acestea fiind atât de productive, nu creează noi locuri de muncă și nici noi consumatori care ar putea cumpăra produsele lor. Fostul secretar al Trezoreriei, Lawrence Summers, declara: „Lipsa cererii creează lipsa ofertei.” În loc să facă investiții care ar putea crea noi locuri de muncă, firmele își folosesc acum banii pentru a-și cumpăra propriile stocuri, ceea ce sporește inegalitatea economică.



## 5.

Gurul de la Harvard Business School, Clayton Christensen, în *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail* („Dilema inovatorului: când noile tehnologii cauzează falimentul marilor companii”), susține că „piețele financiare și companiile însele utilizează metrici de evaluare care fac inovațiile ce elimină locurile de muncă mai atractive decât cele ce creează locuri de muncă”. În timp ce randamentul „inovațiilor de eficiență” este relativ rapid, „inovațiile care creează o piață”, mult mai importante, și care generează cu adevărat industrii noi, generatoare de locuri de muncă, au un termen lung pentru eficiența investiției. Chiar și eroii din Silicon Valley ca Elon Musk și mașina lui Tesla produc doar ceea ce Christensen numește „inovații care îmbunătățesc performanțele și care înlocuiesc produsele vechi cu modele noi și mai performante. În general, ele creează puține locuri de muncă, deoarece sunt substitutive: clienții care cumpără un produs nou nu vor mai cumpăra și produsul vechi.”

Chiar și economiștii cu afinități politice diferite, cum ar fi Paul Krugman, Larry Summers sau Tyler Cowen, care au scris pe larg despre cauza creșterii șomajului și despre „stagnarea seculară” din economia Statelor Unite, ce începe încă din anii 2000, nu au examinat niciodată rolul pe care capitalismul de monopol l-a jucat în această criză. Dacă evoluția monopolului poate fi văzută ca o cauză a stagnării economice, de ce a continuat? Pentru că, așa cum subliniază Peter Thiel în cartea sa, „atâta timp cât o firmă competitivă trebuie să vândă la un preț de piață, un monopol deține propria piață, astfel încât își poate stabili propriile prețuri. Neavând concurență, produce în cantitățile și combinațiile de prețuri care îi vor maximiza profiturile.” Regula Bork, care a luat în considerare numai prețurile de consum, a permis

acestor monopoluri digitale să prospere și, numai datorită unei asemenea reguli, o companie ca Google, cu 85% cotă de piață în activitatea principală de publicitate în căutarea pe internet, nu a fost supusă urmării penale. Numai în conformitate cu regula Bork, Amazon, care deține 70% din afacerea cu cărți electronice, poate scăpa de urmărirea penală. Și, desigur, regula Bork nu ia în considerare monopsonii de tipul Amazon, o formă de piață în care un singur cumpărător interacționează cu mulți vânzători potențiali ai unui anumit produs. Efectul monopsonului Amazon în vânzarea de carte este acela de a obliga în mod constant autorii și editorii să lucreze pentru bani mai puțini. În opinia lui Bork, atâta timp cât un client obține prețuri mai mici, societatea nu ar trebui să fie îngrijorată că scriitorii nu-și mai pot câștiga existența, că librăriile independente vor ieși de pe piață, iar editurile vor muri.

Este posibil ca viziunea lui Alexander Hamilton despre guvernarea americană, controlată de elitele financiare, să fie norma – cu excepția celor două mandate prezidențiale ale lui Roosevelt. FDR a înțeles cât de departe de sistem se situa, atunci când i-a scris lui Edward M. House, consilier apropiat al președintelui Wilson: „Adevărul pe care îl cunoaștem amândoi este că guvernul a deținut un element financiar în centrele mai importante încă din timpul lui Andrew Jackson”. Un asemenea model are nevoie de Google pentru a-l aduce la perfecțiune.