

GT-5 –Política e Economia da Informação

ISSN 2177-3688

A MEDIAÇÃO DA ALPHABET-GOOGLE CONTRA O PL DAS FAKE NEWS: UM OLHAR PARA O COLONIALISMO DE DADOS E SUAS IMPLICAÇÕES

ALPHABET-GOOGLE MEDIATION AGAINST THE BILL ON FAKE NEWS: A LOOK AT DATA COLONIALISM AND ITS IMPLICATIONS

Débora Ferreira de Oliveira - Universidade Federal de Minas Gerias (UFMG)

Rodrigo Moreno Marques - Universidade Federal de Minas Gerias (UFMG)

Modalidade: Resumo Expandido¹

Resumo: Este resumo expandido apresenta uma análise do comunicado da Alphabet (controladora da empresa Google) contra o Projeto de Lei das Fake News (Projeto de Lei 2630/2020), por meio das lentes do colonialismo digital. O objetivo é analisar como essa lógica opera para a manutenção dos interesses econômicos aí envolvidos. A análise do comunicado revela que a empresa Alphabet tem um posicionamento contrário a regulamentação, visando não prejudicar seu atual modelo de negócios, que tem no Brasil um território estratégico para extração de dados.

Palavras-chave: PL das Fake News; Alphabet; Google; plataforma digital; colonialismo de dados.

Abstract: The text presents an analysis of the statement by Alphabet (parent company of Google) against the bill on Fake News (Bill 2630/2020), through the lens of digital colonialism. The aim is to analyze how this logic operates to maintain the economic interests involved in this context. The analysis of the statement reveals that Alphabet is contrary to regulation, in order avoid harming its current business model, which has Brazil a strategic territory for the extraction of data.

Keywords: Bill on Fake News; Alphabet; Google; digital platform; data colonialism.

1 INTRODUÇÃO

As discussões em torno da regulamentação de plataformas digitais no Brasil apresentaram um alcance inédito no primeiro semestre de 2023, mais precisamente entre os meses de abril e maio. No centro desse debate, está o Projeto de Lei 2630/2020², também chamado de PL das Fake News ou Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, que, até o momento da escrita deste resumo expandido, aguarda votação pela Câmara dos Deputados.

¹ O presente trabalho foi realizado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES.

² Texto do PL 2630/2020. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/propostas-legislativas/2256735>. Acesso em: 16 jun. 2023.

De um lado, está a proposta de lei brasileira, que propõe atingir provedores que têm em média, por mês, mais de 10 milhões de usuários. O texto do PL também prevê que passa a ser crime promover ou financiar a divulgação em massa de mensagens falsas que sejam capazes de comprometer o processo eleitoral ou que possam causar dano a integridade física. O PL das Fakes News ainda determina, dentre vários pontos, que as empresas detentoras das plataformas digitais mantenham regras transparentes de moderação e da operação dos seus algoritmos; que elas atuem e promovam ações contra práticas ilícitas; que os provedores de conteúdos e aplicações serão responsabilizados, de forma solidária, pelos conteúdos que são patrocinados; a obrigação da identificação de quem paga por anúncios.

Do lado oposto a proposta, estão as plataformas digitais que operam no país. Dentre elas, Meta, Telegram e Alphabet³ (controladora da empresa Google) que se manifestaram contrárias ao projeto, utilizando mensagens persuasivas e direcionadas aos seus usuários. Por conta dessa prática, o Ministério Público Federal⁴ instaurou inquérito para investigar a conduta dessas plataformas, por ameaçar a Democracia e o Estado Democrático de Direito, crime contra a economia e as relações de consumo.

Diante desse cenário, esse trabalho se concentra em analisar o conteúdo do comunicado⁵ da Alphabet (controladora da empresa Google), intitulado “O PL das Fake News pode aumentar a confusão sobre o que é verdade ou mentira”, adicionado ao *blog* da empresa em 27 de abril de 2023. A intenção é observar como o colonialismo digital se manifesta neste contexto, para a manutenção do modelo de negócios aí vigente, além de propor reflexões sobre a atuação da referida plataforma no Brasil. A análise do comunicado revela que a empresa se manifesta e trabalha contra a regulamentação, pois defende a manutenção de seu modelo de negócios, que tem no Brasil um território estratégico para extração e uso de dados.

Este resumo expandido está estruturado da seguinte forma. No primeiro momento, discute-se conceitos como colonialismo digital, as infraestruturas das plataformas digitais, o capitalismo de vigilância e o fetiche da tecnologia. Em seguida, na análise do comunicado,

³ Alphabet Inc é uma holding e conglomerado que possui diretamente várias empresas que foram pertencentes ou vinculadas ao Google, incluindo o próprio Google.

⁴ Texto da instauração de inquérito contra a conduta das plataformas acerca do PL 2630/2020. Disponível em: <https://images.jota.info/wp-content/uploads/2023/05/pet-representacca7acc83o-instauracca7acc83o-de-inquerito-google-e-telegram.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2023.

⁵ Integra do comunicado do Google analisado. Disponível em: <https://blog.google/intl/pt-br/novidades/iniciativas/pl2630-2/>. Acesso em: 18 jun. 2023.

propõe-se uma interlocução entre os conceitos acionados e o texto que foi objeto da análise realizada. Por fim, nas considerações finais, realiza-se uma reflexão acerca do tema.

2 UM OLHAR SOBRE O COLONIALISMO NO AMBIENTE DIGITAL

Para tratar do conteúdo presente no comunicado da Alphabet, como proposto neste trabalho, é essencial a apresentação do conceito de colonialismo digital que, para Faustino e Lippold (2023, p. 24), emerge a partir de duas tendências:

A primeira é a emergência de uma nova partilha territorial do globo terrestre entre os grandes monopólios da indústria da informação: as chamadas ‘big techs’, majoritariamente concentradas no vale do Silício, mas não apenas, partilha essa que atualiza o imperialismo, o subimperialismo e neocolonialismo tardio ao reduzir o chamado Sul global a mero território de mineração extrativista de dados informacionais. A segunda tendência, também nomeada de colonialismo de dados, é aquela que subsume cada vez mais a vida humana, o ócio, a criatividade, a cognição e os processos produtivos às lógicas extrativistas, automatizadas e panóptica do colonialismo digital.

A partir do exposto pelos autores, é pertinente trazer para a discussão o exposto por d’Andréa (2020), ao definir as ‘Big Techs’ como plataformas infraestruturais, que operam estrategicamente no dia a dia dos usuários. Para Ferreira (2021), essa operação se vale da extração de dados que são qualificados e transformados em mercadoria de consumo, a partir de um grande fluxo de dados advindo de diferentes lugares. Nota-se aqui claro equívoco de Ferreira (2021), pois empresas como Google e Meta não vendem a mercadoria dados ou a mercadoria informação como o faz, por exemplo, a empresa Serasa Experian.⁶ Na verdade, o modelo de negócios da Google e da Meta tem como principal fonte de lucro a venda de publicidade dirigida ou publicidade personalizada, ou seja, marketing digital. Em outras palavras, as informações ou dados pessoais dos usuários não estão à venda nesses casos.

Valente (2019, p. 192), afirma que além da infraestrutura, essas empresas podem ser tratadas como monopólios digitais: “São conglomerados que adquiriram presença fortemente dominante em uma área, mas passaram a atuar para além dela, assentados no exercício de poder a partir de sua base tecnológica”.

Nesse sentido, também é oportuno pontuar que Zuboff (2019, p. 32) chama de capitalismo de vigilância. Para ela, "o capitalismo de vigilância não é tecnologia; é uma lógica que permeia a tecnologia e a direciona numa ação". Ainda de acordo com a pesquisadora, o

⁶ Vide tabela de preços disponível em: <https://empresas.serasaexperian.com.br/consulta-serasa>. Acesso em: 10 jul. 2023.

intuito das plataformas digitais ultrapassa a automatização dos fluxos de informação e passa a mirar em automatizar os indivíduos. Morozov (2018, p. 34), critica essa conduta das plataformas e as denomina como modelo dadocêntrico “que busca converter todos os aspectos da existência cotidiana em ativo rentável: tudo aquilo que costuma ser o nosso refúgio contra os caprichos do trabalho e as ansiedades do mercado”.

Ainda de acordo com Faustino e Lippold (2023, p. 80), o colonialismo de dados não é uma metáfora, mas sim uma

[...] expressão objetiva (e subjetiva) da composição orgânica do capital em seu atual estágio de desenvolvimento e se materializa a partir da dominação econômica, política, social e racial de determinados territórios, grupos ou países, por meio das tecnologias digitais.

Zuboff (2019), denomina esse tipo de dominação como instrumentarismo. Para ela, essa forma de poder reconhece o molda o comportamento humano de acordo com seus interesses e de terceiros implicados, em uma relação sobretudo econômica e política. Contrariando a tese de Zuboff de que estaríamos vivendo em um novo tipo de capitalismo (o capitalismo de vigilância), Faustino e Lippold (2023) acertadamente explicam que a sociedade atual segue sendo a velha sociedade capitalista, mas como novas formas de exploração e dominação.

Nesse contexto, são apresentados discursos distorcedores da realidade que tem como objetivo sustentar a ideia de que a forma como essas plataformas digitais operam são benevolentes, confiáveis e com intocável neutralidade. Seguindo o que estabelece a ilusória ideologia californiana, tais plataformas iriam “emancipar o ser humano, ampliando a liberdade de cada um e reduzir o poder do estado burocrático” (BARBROOK, CAMERON, 2018, p. 6). Nesse sentido, Bezerra (2014, p. 14) alerta que o potencial transformador da internet deve ser visto com cautela, uma vez que “as formas de sociabilização e consumo que se projetam no ambiente digital continuam agenciadas pela lógica sistêmica que governam o mundo ocidental, desde os tempos analógicos”.

Seguindo essa perspectiva e apontando para a análise do comunicado da Alphabet, que será apresentada a seguir, é fundamental que a noção de fetiche da tecnologia também seja esclarecida. Marx adota a expressão fetichismo em diferentes passagens da sua obra, ao abordar o fetichismo da mercadoria, do dinheiro, do capital e dos juros (2013b, 2014, 2017). Em sua acepção geral, a concepção marxiana de fetichismo representa a ilusória projeção, em coisas, de características próprias da sociabilidade capitalista, como se essas

características pertencessem naturalmente àquelas coisas. O fetichismo impede que reconheçamos o aspecto essencial que fica oculto por trás das aparências fenomênicas da realidade, que são as relações sociais.

Para Novaes (2010, p. 24), o fetiche da tecnologia representa uma crença na isenção e linearidade do desenvolvimento das forças produtivas. Dessa forma, “leva a que se acredite que a última tecnologia é sempre a melhor e se ignore seu caráter relacional”. Ainda, a partir dessa ideia, argumenta-se que “artefatos tecnológicos que nos parecem no dia a dia neutros, intrinsecamente bons, produzidos tão somente para resolver problemas práticos, contêm relações sociais historicamente determinadas”. (NOVAES, 2010, p. 73). Assim, ficam ocultas as contradições implícitas nas relações sociais que os constituem.

Interessante observar como a ideologia prometeica das big techs e o fetiche da tecnologia que a acompanha nos interpelam cotidianamente, criando a sensação de que o ‘velho’ capitalismo estaria superado por uma nova ordem tecnológica e informacional: uma nova suposta era em que o conhecimento e a informação intangível seriam a fonte de valorização do valor (FAUSTINO; LIPPOLD, 2023, p. 97).

Como corretamente afirmam Faustino e Lippold (2023), não existe essa ruptura com o ‘velho’ capitalismo, pois a sociedade continua submetida, de maneira precária, às lógicas do capital.

3 O COMUNICADO DO GOOGLE CONTRA O PL 2630/2020

Para demonstrar sua posição contrária ao PL das Fake News, a Alphabet utilizou diferentes formas para potencializar o alcance da mensagem. Dentre elas, a página inicial do buscador para promover o *link* com o artigo que critica o projeto de lei. É oportuno pontuar que, conforme levantamento realizado pela empresa Hootsuite⁷, divulgado em janeiro de 2023, o Google é o primeiro site mais acessado do Brasil (4.57 bilhões de visitas mensais), seguido do Youtube, outra plataforma do grupo Alphabet, (1.50 bilhões de visitas mensais). Nesse sentido, a ação de promover o posicionamento contrário ao projeto se valeu da forte estrutura de alcance e interação com os usuários.

⁷ Relatório anual da empresa Hootsuite acerca do desempenho da internet e suas mídias no Brasil. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-brazil>. Acesso em: 17 jun. 2023.

Figura 1 – Página inicial do buscador do Google com a promoção do link contra o PL das Fake News



Fonte: captura de tela realizada pelos autores (2023).

De acordo com o site IG⁸, a Alphabet enviou um documento ao Supremo Tribunal Federal (STF) em que informa que foram gastos R\$ 2,1 milhões em anúncios contra o PL da Fake News. Dentre as empresas que receberam para divulgar tais anúncios estão: Folha de São Paulo (R\$ 634.023,94), o Correio Braziliense (R\$ 416.632,32), a CBN (R\$ 56.544,38), a Revista Veja (R\$ 54.600,00), Meta/Facebook (R\$ 639.286,75), Spotify (R\$ 198.234,02) e Google Search (R\$ 4.009,85).

Diante desse cenário, o texto “PL das Fake News pode aumentar a confusão sobre o que é verdade ou mentira”, foi postado no *blog* da empresa, sob uma editoria denominada ‘Políticas Públicas’. Nesse ponto, observa-se já no título uma possível tentativa de confundir o leitor acerca do projeto de lei. Ao utilizar a palavra ‘pode’, a empresa afirma que há uma possibilidade de o referido projeto promover a mentira em detrimento da verdade. Em seguida, é informado ao leitor que o autor do texto é o diretor de relações governamentais e políticas públicas da empresa Google no Brasil, Marcelo Lacerda.

Na sequência, ainda no início do texto, o Google afirma que a proposta pode impactar a vida de milhões de brasileiros e reivindica que seja realizada de forma colaborativa. Mais adiante e insistindo nesse argumento, a empresa afirma que “precisamos melhorar” e “podemos contribuir”, demandando a própria participação na reelaboração do projeto de lei. Dessa forma, se posiciona como uma entidade capaz de dizer aos órgãos

⁸ Matéria publicada pelo site de notícias IG sobre o envio de dados acerca dos investimentos do Google em publicidade contra o PL 2630/2020. Disponível em: <https://ultimosegundo.ig.com.br/politica/2023-05-31/google-informa-stf-gasto-anuncios-contra-pl-fake-news.html>. Acesso em: 17 jun. 2023.

institucionais brasileiros como construir a legislação do país acerca do tema, demonstrando como apontou Zuboff (2019) seu poder instrumentário.

Ainda no comunicado, a empresa emprega um senso de urgência ao afirmar que o PL pode ser votado a qualquer momento, mesmo sem que os parlamentares tenham tido acesso ao texto. Nesse sentido, é importante lembrar que o PL data do ano de 2020 e vem sendo discutido por parlamentares com mais vigor desde a posse do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, que já se posicionou a favor da regulamentação.

A todo momento, o texto retoma a ideia de que o PL 2630/2020 irá proteger quem cria desinformação, além de criar mais desinformação na internet. Por fim, a plataforma salienta que esse é apenas um dos riscos do PL e instiga os leitores a entrarem em contato com o deputado em que voltou, com um *link* direto para a página de busca por parlamentares do *site* da Câmara dos Deputados, para falar sobre o projeto, além de criar hiperlinks para outros *posts* do *blog* que são contrários a proposta, como por exemplo, “Como o PL 2630 pode piorar a sua internet”.

Tal manifestação demonstra de forma evidente o caráter colonialista da plataforma, que discorre sobre temas caros ao Brasil, como a questão da desinformação, sem, contudo, revelar que o interesse contra o PL se dá por motivos econômicos, ou seja, a manutenção de seu lucrativo modelo de negócios, que tem no Brasil um fértil território de exploração. Como apontado por Faustino e Lippold (2023), o Brasil, pertencente ao Sul global, é um território onde vigora a mineração e extração de dados.

De acordo com relatório realizado pelo NetLab⁹, Laboratório de Estudos de Internet e Mídias Sociais da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), o que está em jogo são os volumosos lucros da empresa com publicidade digital (em 2022 a empresa teve uma receita de 279,8 bilhões de dólares, sendo 80,2% advindos de publicidade online) que, sob nenhuma regulamentação de transparência, deixa tanto anunciantes quanto usuários vulneráveis aos interesses econômicos desse agente econômico. Além disso, o laboratório ainda afirma que a Alphabet (Google) burlou suas próprias regras de publicidade ao publicar anúncios na plataforma e não sinalizar como sendo temas políticos e sociais.

O relatório também apontou que a Alphabet apresentou resultados de buscas enviesados para os usuários que buscavam informações sobre o PL, privilegiando *links* de

⁹ Relatório divulgado pelo NetLab. Disponível em: <https://www.netlab.eco.ufrj.br/blog/a-guerra-das-plataformas-contr-a-pl-2630>. Acesso em: 17 jun. 2023.

conteúdo de oposição ao projeto. Outro ponto divulgado pelo documento do NetLab é que a empresa induziu os usuários pela busca do termo ‘PL da Censura’, uma vez que nos resultados de uma busca, a plataforma indica questões que também estão relacionadas ao tema e nesse espaço a plataforma indicava perguntas como: ‘foi aprovado o PL da Censura?’ e ‘O que é o PL da Censura?’. No mesmo período, o laboratório evidenciou, por meio da plataforma SemRush, que oferece estatísticas sobre ferramentas de busca, que as perguntas mais comuns realizadas pelos usuários do Google não continham os termos ‘PL da Censura’.

O que também foi observado, a partir das intervenções da plataforma nesse processo, foi que, para defender seus interesses e manter o seu território de extração livre para continuar a ser explorado, a empresa abre mão de um discurso de neutralidade ao se posicionar abertamente. Dessa forma, a plataforma tenta assumir um papel de benevolência e credibilidade por se tratar de uma empresa de tecnologia. Mas, como bem lembrado por Bezerra (2014), as lógicas que operam atualmente nas plataformas digitais são as mesmas lógicas capitalista existentes antes das plataformas digitais.

Quando desvelamos o fetichismo da tecnologia, em sua manifestação discursiva, fica evidente que ela tenta transmitir a imagem de uma empresa que estaria voltada para soluções de problemas da humanidade, sem intermediação ativa nos setores da vida, como nas decisões políticas, no conhecimento, nos processos econômicos, entre outros. Mas, na verdade, essa mediação ocorre o tempo todo, pois faz parte dos interesses econômicos dessas empresas.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta análise do comunicado realizado e divulgado amplamente pela Alphabet, pode-se constatar algumas dimensões de como o colonialismo de dados opera dentro da plataforma. Entre as formas de atuação, destacamos a capacidade tecnológica para extrair a maior quantidade de dados pessoais para a elaboração de perfis de usuários que serão utilizados para fins de publicidade digital de bens, serviços, campanhas ideológicas e/ou políticas. Nesse sentido, o Brasil, como apontado por Faustino e Lippold (2023) é visto por essa plataforma como um mero território de extração de riqueza no sul global. O objetivo principal e perseguido são seus interesses econômicos, que fazem parte de uma lógica capitalista que não foi superada, mas sim se adaptou às novas forças produtivas do ambiente digital.

Morozov (2018) defende que tenhamos um olhar mais realista e pragmático para a tecnologia com o objetivo de identificar os problemas reais que, na maioria das vezes, são de ordem política e não tecnológica. Em outras palavras, o problema não está especificamente nas novas tecnologias, mas sim nos modelos de negócios que são elaborados em torno delas. É indispensável se pensar na construção de um mundo onde a Alphabet não monopolize a solução de problemas, “Uma tarefa formidável e digna das democracias maduras”. (MOROZOV, 2018, p. 467).

Estamos diante de uma ofensiva explícita do colonialismo digital e é preciso unir esforços para entender e combater as dinâmicas desse modo de operar que se mantém mais perverso e violento como nunca.

REFERÊNCIAS

BARBROOK, Richard; CAMERON, Andy. **Ideologia californiana: uma crítica ao livre mercado nascido no Vale do Silício**. Tradução: Marcelo Trasel. União da Vitória (PR): editora Monstro dos Mares, 2018.

BEZERRA, Arthur Coelho. Circulação de informação e cultura na modernidade: das técnicas analógicas às técnicas digitais de reprodução. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**. v. 7, n. 1. 2014. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/119483>. Acesso em: 17 jun. 2023.

D'ANDRÉA, Carlos. **Pesquisando plataforma online: conceitos e métodos**. Salvador: Edufba, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufb.br/ri/handle/ri/32043>. Acesso em: 16 jun. 2023.

FAUSTINO, Deivison; LIPPOLD, Walter. **Colonialismo Digital: por uma crítica hacker-fanoniana**. São Paulo: Boitempo, 2023.

FERREIRA, Sérgio Rodrigo da Silva. O que é (ou o que estamos chamando de) Colonialismo de Dados? **Paulus: revista de Comunicação da FAPCOM**. v. 5, n. 10, 2021. Disponível em: <https://fapcom.edu.br/revista/index.php/revista-paulus/article/view/458>. Acesso em: 17 jun. 2023.

LABORATÓRIO DE ESTUDOS DE INTERNET E MÍDIAS SOCIAIS. **A guerra das Plataformas Contra o PL 2630**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2023. Disponível em: <https://www.netlab.eco.ufrj.br/blog/a-guerra-das-plataformas-contr-o-pl-2630>. Acesso em 18 jun. 2023.

MARX, Karl. **O Capital** – Livro I. São Paulo: Boitempo, 2013b.

MARX, Karl. **O Capital** – Livro II. São Paulo: Boitempo, 2014.

MARX, Karl. **O Capital** – Livro III. São Paulo: Boitempo, 2017.

MOROZOV, Evgny. **Big Tech: A ascensão dos dados e a morte da política**. Tradução: Claudio Marcondes. São Paulo: Ubu Editora, 2018.

NOVAES, Henrique. **O fetiche da tecnologia**: a experiência das fábricas recuperadas. 2. ed. São Paulo: editora Expressão Popular, 2010.

VALENTE, Jonas Chagas. **Tecnologia, informação e poder**: das plataformas online aos monopólios digitais. Tese (Doutorado em Sociologia), Universidade Federal de Brasília (UnB), Brasília (DF), 2019.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância**. Tradução: George Schlesinger. Intrínseca, Rio de Janeiro. 2019.