

Engodos, Caçadores e Presas: Reflexos da Anarquia em Rede

Alexandre Santos

Monografia escrita no âmbito do Seminário de
Políticas e Estratégias do Audiovisual: A Migração para o Digital

Lisboa, janeiro 2014

Índice

Introdução	3
1. Os engodos	4
<i>1.1. Liberdade</i>	6
<i>1.2. Informação livre</i>	9
2. Os caçadores	10
3. As presas	13
Considerações finais	15
Referências	18

Introdução

A Internet é uma das grandes invenções comunicacionais da Humanidade, capaz de transformar paradigmas, que só tem paralelo com a invenção da imprensa. Hoje, é praticamente impossível conceber o mundo físico sem a existência do ciberespaço, cujos benefícios nos domínios da informação, do entretenimento e do comércio são unanimemente reconhecidos e celebrados. A Internet passou também a ser a grande mediadora da nossa realidade social, papel que hoje partilha com os meios de comunicação tradicionais como a Televisão, a Rádio ou a Imprensa escrita. O mundo ficou mais pequeno, as distâncias atenuaram-se e o tempo acelerou-se.

Porém, como reconhecem os estrategas da Google, Eric Schmidt e Jared Cohen, a Internet é também “a maior experiência histórica no âmbito da anarquia¹” (Schmidt e Cohen, 2013: 13), ou, por outras palavras, “o maior espaço sem lei do Mundo” (*Ibid.*: 14), uma realidade que está a prejudicar gravemente diversos setores da atividade económica. A ausência de regulação e fiscalização do ciberespaço proporcionou o aparecimento de um mercado ilícito de bens incorpóreos que está a pôr em causa todos os mercados legais com os quais compete – de bens físicos e digitais –, porque não joga com as mesmas regras e não obedece a qualquer princípio de concorrência leal. Esta desregulação tem sido possível pela dificuldade em legislar e fiscalizar a aplicação de leis nacionais, num espaço sem fronteiras geográficas delimitadas como é a Internet.

Por outro lado, muitas pessoas têm sido sugestionadas por campanhas ardilosas e bem sucedidas, produzidas por ativistas da livre-informação, que utilizam as promessas da “liberdade” e da “informação livre” como engodos para justificar a manutenção da anarquia na Rede. A ideia de que a informação tem de ser livre e gratuita é compreensivelmente popular e difícil de combater. Pergunte-se às pessoas se elas preferem pagar um bem ou tê-lo gratuitamente – e tente adivinhar-se a resposta. Como resultado, pode estar a instituir-se a ideia perversa de que a anarquia se deve perpetuar, com o falso argumento de que a regulação obstaculizará a inovação tecnológica e porá em causa a liberdade de expressão.

Este trabalho é uma reflexão sobre os perigos que a manutenção da anarquia na Internet poderá implicar. Não é um tratado anti-Internet, muito menos contra a inovação. É apenas uma visão que recusa a fé cega na tecnologia e o fundamentalismo de mercado, no sentido em que descrê da possibilidade de o mercado se regular a si próprio.

¹ A anarquia é aqui entendida como a “ausência de governo coercivo que os visionários da Internet apreciam” (Goldsmith e Wu, 2006).

Do ponto de vista formal, este trabalho está dividido em três capítulos: o primeiro faz uma análise crítica dos grupos defensores da anarquia na Rede mais populares e das suas principais reivindicações; o segundo reflete sobre quem tem mais a ganhar com a manutenção do *statu quo* na Internet; o terceiro analisa quem são os prejudicados. O primeiro capítulo é um pouco mais longo, mas seria difícil tratar esta temática sem a contextualizar devidamente.

1. Os engodos

Na última década do século XX, enquanto o acesso à Internet se popularizava, John Perry Barlow escrevia *A Declaration of the Independence of Cyberspace* (Barlow, 1996) e emergia como o grande líder do ciberespaço livre e independente, marcando o tom daquele que ainda hoje é o discurso de muitos ativistas da livre-informação. A declaração de Barlow foi um protesto contra o *Communications Decency Act*, a primeira grande tentativa legislativa norte-americana para criminalizar a transmissão *online* de material ofensivo, sobretudo relacionado com pornografia, infrações de *copyright* e fraudes aos consumidores. Num tom inflamado, Barlow referiu-se à lei como “um assalto de uma cultura a outra cultura” (Yang, 1996). O manifesto teve um sucesso imediato e retumbante, tendo sido partilhado por mais de cinco mil *sites* em todo o mundo, que se associaram ao protesto na defesa de uma Rede sem governos centralizados. “Para os *netizens*², a interferência externa é uma afronta ao seu credo libertário” (Yang, 1996), escrevia a revista norte-americana de negócios *BusinessWeek*, a propósito da reação popular à declaração de Barlow.

Tendo fundado, em 1990, a Electronic Frontier Foundation, uma organização sem fins lucrativos dedicada à defesa dos direitos dos *netizens*, Barlow tornou-se uma das vozes mais ativas na proteção da anarquia na Rede. A sua conceção do ciberespaço pode resumir-se em três ideias essenciais: 1) a de que o conceito jurídico de propriedade não faz sentido no mundo *online* e, por isso, não deve existir; 2) a de que os governos nacionais não estão mandatados para governar um espaço global sem fronteiras geográficas; e 3) a de que a experiência anárquica da Internet funciona bem, através de uma forma de governação (*governance*) assente numa

² O termo *netizen* resulta da aglutinação de duas palavras, *citizen* (cidadão) e Internet. Pode traduzir-se, simplificada, como “cidadão da Internet”. É utilizado para descrever uma pessoa ou entidade que se envolve ativamente em comunidades *online* com o objetivo de desenvolver e melhorar o ciberespaço, sobretudo no que diz respeito ao acesso aberto e à liberdade de expressão na Internet (Hauben e Hauben, 1997).

denominada ética social³ e num espaço político definido pela arquitetura da Web⁴ (Jayakar, 2000).

As convicções de Barlow são reveladoras porque ajudam a perceber que, por mais sensata e equilibrada que possa ser, qualquer tentativa de regulação será rejeitada e veementemente combatida pelos partidários de Barlow, que na verdade não pretendem liberdade, mas uma Internet sacralizada a funcionar à margem da lei (Jones, 1996). A sua agenda não é a da democracia, mas a da anarquia. Trata-se de uma tendência social libertária que não se revê nos desígnios da democracia nem nos Estados de Direito democráticos. Não reconhece legitimidade a quaisquer poderes políticos para legislar a Internet, mesmo os que resultam de eleições sufragadas pelos cidadãos.

Partilhando, no essencial, a mesma visão libertária de Barlow, o WikiLeaks é um dos grupos ativistas da livre-informação mais populares, em grande parte devido à mediatização provocada pelas fugas de informação massivas que promoveu nos últimos anos. O lema que assume – “privacidade para os fracos, transparência para os poderosos” (Assange et al., 2012: 7) – é elucidativo: por um lado, demonstra a leviandade dos líderes e o desprezo que têm pelas instituições democráticas; por outro, coloca a questão do “poder discricionário: quem é que em última instância decide qual a informação que deve ser divulgada, e qual deve ser omitida, ao menos temporariamente?” (Schmidt e Cohen, 2013: 56). Os simpatizantes desta organização, cujo cofundador e embaixador mais destacado é Julian Assange, “defendem que uma maior transparência em todas as coisas levará a um mundo mais justo, mais seguro e mais livre” (Schmidt e Cohen, 2013: 54). Dito por outras palavras, acreditam que um dia deixará de haver segredos e barreiras no acesso à informação, que o mundo vai ser totalmente aberto e o planeta se vai transformar numa bola de cristal. A ideia é encantadora, mas, para além de ingénua, pode ser perigosa. Embora os seus ideais pareçam nobres, o extremismo político é a marca dominante dos membros e apoiantes do grupo. Os “defensores do WikiLeaks e dos valores que promove vêm de todos os quadrantes, desde os libertários de extrema-direita até aos liberais de extrema-esquerda, passando pelos entusiastas de tecnologia apolíticos” (Schmidt e Cohen, 2013: 54). Impulsionadores do uso da criptografia como forma de proteger as comunicações pessoais perante os governos, são uma espécie de caçadores da verdade, de justiceiros modernos, que, ao contrário do poder político democrático, não são mandatados pelos cidadãos.

³ Barlow refere-se à ética social no sentido em que, apesar da ausência de lei, as transações sociais e económicas no ciberespaço têm, segundo ele, funcionado bem (Jayakar, 2000).

⁴ Segundo Barlow, a ideia de liberdade está projetada na própria arquitetura da Web: “as pessoas que projetaram a Internet tinham uma noção muito boa do que estavam a fazer – do tipo de espaço que estavam a criar e quais as características que teria” (Jayakar, 2000).

Importantes aliados do WikiLeaks e de John Perry Barlow na luta pela manutenção da anarquia na Rede, os Anonymous são um grupo justiceiro de *hackers* que usa e abusa da palavra “liberdade” na sua propaganda (Anonymous, 2012). A sua influência é de tal ordem que, em 2012, a revista Time incluiu-os na lista das 100 pessoas mais influentes do mundo (Gellman, 2012). Os seus apoiantes são muitas vezes apelidados de “hacktivistas”, um nome para caracterizar os *hackers* que transportam uma mensagem ativista. Acreditam que a Internet e a informação devem ser livres, embora não respeitem a liberdade de expressão dos outros: é habitual atacarem os *sites* de quem discorda deles. Alegam que não têm estrutura ou líderes, e “as poucas regras que o grupo estabeleceu são uma reminiscência do filme *Clube de Combate*: não falem sobre os Anonymous, nunca revelem a vossa identidade verdadeira e não ataquem os *media*” (Olson, 2012: 19-20), porque são eles que propagam as mensagens. Parry Olson (2012: 19-20), uma jornalista da Forbes que investigou vários elementos do grupo, reconhece que “o anonimato torna mais fácil praticar todo o tipo de atividades ilegais, desde invadir servidores, roubar a informação dos clientes de uma empresa ou colocar um *site offline* e depois desfigurá-lo”. Não será exagero dizer que os Anonymous são um perigoso grupo extremista *online* que, disfarçado pela aparente nobreza da causa que defende, não olha a meios para atingir os fins. A contradição não podia ser maior: em nome da liberdade que tanto apregoam, os Anonymous retiram, deliberada, reiterada e ilegalmente, a liberdade daqueles que não concordam com as suas ideias. Ox-blood Ruffin, um membro do grupo de *hackers* Cult of the Dead Cow, que, embora partilhe das preocupações dos Anonymous, não se revê no radicalismo das suas ações, desabafa: “Houve gente que morreu a proteger direitos como a liberdade de expressão; de repente, temos um grupo de vigilantes a decidir quem pode falar e a determinar quem tem acesso a esse discurso” (Mills, 2012). Tal como os apoiantes do WikiLeaks, os Anonymous orgulham-se de desafiar os poderes instituídos e arrogam-se o direito de fazer justiça pelas próprias mãos. É-lhes indiferente que das suas ações resultem mortes, acusações precipitadas de pessoas inocentes ou incidentes diplomáticos graves. Por muito respeitadas que possam ser as reivindicações, os seus atos são injustificáveis. Sermos condescendentes com a atividade destes grupos seria como aceitarmos ter um grupo de vigilantes no mundo físico que, em nome da liberdade, sabotasse, vandalizasse e assaltasse. Não é por acaso que os norte-americanos já receiam mais os *hackers* do que o governo, no que diz respeito à proteção da sua privacidade *online* (Dredge, 2013).

Todos estes grupos, embora diferentes entre si, têm características semelhantes e lutam por uma causa comum: a promoção, a todo o custo, da anarquia no ciberespaço, utilizando, como engodos para justificar a desregulação da Internet, as promessas da “liberdade” e da “informação livre”.

1.1. *Liberdade*

São muitos os autores, ativistas da livre-informação e justiceiros do ciberespaço, que utilizam o argumento da perda de liberdade para justificar a manutenção do *statu quo* na Internet (Ammori, 2013; Anonymous, 2012; Assange et al., 2012; Benkler, 2006; Cerf, 2012). Todos eles parecem partilhar a ideia de que a anarquia no ciberespaço garante uma maior liberdade individual ou, pelo menos, um maior controlo dos internautas sobre os destinos da Internet.

Se a liberdade reclamada pelos ativistas da livre-informação não prejudicasse outras pessoas, a questão da liberdade não se colocaria. O problema é que, como diz Manuel Castells, “uma parte substancial da atividade económica, social e política é na realidade um híbrido de interação *online* e interação física. Em muitos casos, uma não pode existir sem a outra” (Castells, 2007: 214). Dito de outra forma, tudo o que ocorre no ciberespaço tem impacto no mundo virtual e no mundo físico: quanto mais “sacamos” música *online*, menos CD's e *downloads* pagamos; quanto mais filmes estão disponíveis nos protocolos de rede *BitTorrent*, menos vamos ao cinema; quanto mais lemos *online*, menos livros e jornais em papel compramos. E é precisamente pelo facto de a liberdade de umas pessoas estar a prejudicar outras que o problema da liberdade na Internet não pode ser visto de uma maneira simplista.

Todos sabemos que a vida em sociedade é regulada. Seria impossível vivermos em comunidade se não houvesse regras. Em sociedade, a liberdade individual é permanentemente negociada. Por isso se costuma dizer, segundo uma conhecida expressão de Herbert Spencer, que a nossa liberdade termina onde começa a liberdade dos outros. Se nos limitarmos ao pensamento de John Stuart Mill, tão importante e “inicial” nos debates contemporâneos em torno do significado a atribuir à “liberdade”, poder-se-á dizer que, no essencial, esta é a visão que ele partilha. Embora advogue a interferência mínima do Estado na vida dos cidadãos, reconhece que essa intervenção é necessária e indispensável quando a liberdade de alguém prejudica a de outras pessoas:

Embora a sociedade não esteja baseada num contrato, e embora nada de bom resulte de se inventar um contrato para dele se deduzirem obrigações sociais, todos os que recebem a proteção da sociedade têm o dever de retribuir o benefício, e o facto de se viver em sociedade torna indispensável que cada um tenha de adotar uma certa linha de conduta para com os outros. Esta conduta consiste, em primeiro lugar, em não prejudicar os interesses dos outros; ou, melhor dizendo, certos interesses, que, por previsão legal explícita ou por entendimento tácito, têm de ser considerados direitos [...] (Mill, 2010: 133-134).

Quando as plataformas *online* de “partilha livre” distribuem ilegalmente conteúdo protegido pelo Direito, lesando o trabalho de milhares de músicos, escritores, realizadores, jornalistas e muitos outros milhares de trabalhadores, não recomendará o bom senso que as liberdades destas pessoas sejam tidas em consideração? Ao não serem consideradas, parece claro que o objetivo dos ativistas da livre-informação não é a defesa da liberdade, mas apenas a imposição do *seu* conceito de liberdade. Será a imposição pela força compatível com a ética social que tanto defendem para o ciberespaço?

Sem pretender entrar no debate filosófico das concepções de Karl Popper em torno da liberdade, mas para que se torne mais claro o ponto de vista que este trabalho pretende defender, recordemos que, para Popper, a melhor sociedade, do ponto de vista moral e prático, é aquela que é capaz de garantir o máximo possível de liberdade aos seus membros. Mas Popper também sustentava que, numa “sociedade aberta”, a liberdade sem restrições conduz à autodestruição e, paradoxalmente, produz efeitos contrários. Ou seja, afastadas todas as formas de repressão e coerção numa sociedade, a lei do mais forte prevalece e nada impede que os fortes escravizem os mais fracos. Neste sentido, a liberdade desregrada conduz inevitavelmente à perda de liberdade; e, como consequência, quem advoga a liberdade total é, sem fazer juízo das suas intenções, inimigo da liberdade (Simões, 2010: 44-46).

Basta olharmos para o poder que a Google foi acumulando ao longo dos últimos anos para percebermos que a anarquia na Rede já está a fortalecer os mais fortes e a comprometer a liberdade dos internautas. Várias pessoas têm alertado (Darnton, 2009; Harbour, 2012; Newman, 2013a; Newman, 2013b; Vaidhyanathan, 2011) para o perigoso monopólio que a Google está a criar com os dados que recolhe sobre as nossas vidas – gostos, hábitos, desejos, motivações –, e a empresa já tornou público que só descansará quando conseguir armazenar “100% dos dados dos utilizadores” (MacManus, 2006). Para além da liberdade, é também a nossa privacidade que está em causa. Gary Kovacs, atual diretor executivo da AVG Technologies e ex-diretor da Mozilla Corporation, fez uma demonstração aterradora de como o nosso rasto vai ficando gravado à medida que navegamos na Web (Kovacs, 2012). Todos os *sites* que visitamos e todas as hiperligações que clicamos ampliam a nossa pegada digital. Isto corresponderia, no mundo físico, a sermos seguidos para onde quer que fôssemos. Como é que alguém se pode sentir livre enquanto é perseguido? É, por isso, pouco verosímil a ideia de que a Internet aumenta a nossa liberdade, especialmente se tivermos em conta que a anarquia atual está a proteger os mais fortes e a desamparar os mais fracos.

Por outro lado, não deixa de ser irónico pensarmos na Internet como um meio que maximiza a nossa liberdade individual, quando estamos cada vez mais

dependentes da Rede – cada vez mais amarrados a ela. Basta observarmos alguns hábitos sociais que se instituíram. É cada vez mais comum vermos pessoas agaradas aos seus dispositivos móveis, nos mais diversos contextos sociais, a partilharem nas redes *online* o que estão fazer no mundo físico, seja através de fotografias, mensagens ou comentários. Nunca a expressão “Extensões do Homem” (McLuhan, 2008) fez tanto sentido para classificar os dispositivos ubíquos que nos prendem à Rede.

1.2. Informação livre

A ideia de que a informação quer ser livre/gratuita (*information wants to be free*) é normalmente atribuída a Stewart Brand, fundador e editor de um catálogo norte-americano de contracultura, *Whole Earth Catalog*, editado entre 1968 e 1972 (Schmidt e Cohen, 2013: 54). A frase, que hoje se transformou no *slogan* dos ativistas tecnológicos defensores do acesso livre à informação, foi proferida na primeira conferência de *hackers*, realizada em 1984, que Brand ajudou a organizar. Contudo, a frase tem sido, segundo o próprio, muitas vezes mal interpretada. Em primeiro lugar, há um equívoco quanto ao significado da palavra “*free*”, que em inglês pode ter pelo menos dois significados distintos: “gratuito” e “livre”. Colocando a frase no devido contexto, percebemos que a palavra “gratuito”, ou “grátis”, é a que melhor traduz a ideia que o escritor norte-americano quis transmitir. Brand disse que, por ser tão valiosa, a informação “quer ser” cara. A informação certa no lugar certo pode mudar as nossas vidas. Mas a informação também “quer ser” gratuita, porque os custos de produção e distribuição estão a diminuir consideravelmente. O que Brand queria dizer é que o desenvolvimento da tecnologia mantém a tensão viva entre o gratuito e o caro, e que essa tensão nunca estabilizará (Siklos, 2009). Ele nunca disse que a informação *tem* de ser gratuita, como os ativistas da livre-informação tantas vezes sugerem.

A simplificação das palavras de Brand serviu para criar um *slogan* sedutor, que tem tanto de ingénuo como de traíçoeiro. Pese embora o facto de uma boa parte da informação que se encontra na Internet ser gratuita, sobretudo porque a proteção legal não funciona, ninguém tem acesso verdadeiramente gratuito ao ciberespaço. Os computadores, os dispositivos móveis e a mensalidade dos prestadores de serviços Web são, como sabemos, pagos a preço de ouro. Enquanto músicos, escritores, realizadores, fotógrafos, jornalistas e muitos outros trabalhadores são prejudicados pela epidemia da informação gratuita, as empresas *online* “que nos modelam, nos espiam e preveem as nossas ações, transformam as nossas atividades de vida nas maiores fortunas da história. Essas são fortunas concretas feitas

de dinheiro” (Lanier, 2013: 25). É aceitável que estas empresas enriqueçam e os criadores empobrecam, quando os conteúdos por eles criados desempenham um papel central no negócio dos motores de busca e das redes sociais? O que seria da Google e do Facebook sem música, vídeo, imagens ou notícias? Será esta uma repartição justa da riqueza criada *online*? Mesmo que a informação “quisesse” ser gratuita, “não podemos esperar que ela seja criada ou estimulada se reduzirmos a nada os incentivos para essas funções” (Wu, 2010). A Lei de Metcalfe diz-nos que o valor de uma rede cresce exponencialmente com o número de utilizadores que agrega (Shapiro e Varian, 1999: 184), mas a realidade demonstra que apenas um pequeno número de pessoas usufrui da riqueza gerada na Internet. Não será exagero dizer que os efeitos práticos da informação gratuita são a concentração da riqueza e a limitação do crescimento económico (Lanier, 2013: 26).

Podemos achar que indústrias como a música, o cinema, a literatura ou o jornalismo podem sobreviver com menos. E até podemos considerar que a sociedade pode prescindir dos trabalhadores desses setores – que a informação livre representa um valor relativo superior. Porém, num futuro próximo, a economia dependerá cada vez mais da informação. Com o avanço da tecnologia em domínios como a robótica, a inteligência artificial e a impressão 3D⁵, grande parte da nossa economia será mediada por *software*, e setores como a fabricação, a energia, os transportes e a medicina serão cada vez mais automatizados e dependentes da Rede. Se esta lógica da informação livre se mantiver, “provavelmente vamos entrar num período de hiperdesemprego, com o consequente caos político e social. O resultado do caos é imprevisível, e não devemos contar com ele para projetar o nosso futuro”, avisa Jaron Lanier (2013: 32), um compositor, escritor e programador pioneiro no campo da realidade virtual.

2. Os caçadores

John Perry Barlow referiu-se à propriedade intelectual como “uma licença temporária para um monopólio se expressar” (Yang, 1996). É irónico que alguém defenda a anarquia como forma de combater os monopólios que as democracias ajudaram a criar e não reconheça que a anarquia no ciberespaço está também a proteger um poderoso duopólio, formado pela Google e pelo Facebook, que detém uma quota de 69 por cento das receitas do mercado de publicidade móvel (Smith, 2013). Só a Google usufrui de 85 por cento das receitas publicitárias globais provenientes dos motores de busca (Newman, 2013a: 5). Poder-se-á argumentar que estas empresas

⁵ *The Lights in the Tunnel* (Ford, 2009) e *A Nova Era Digital* (Schmidt e Cohen, 2013) são livros úteis para compreender o impacto da robótica, da inteligência artificial e da impressão 3D na economia do futuro.

não beneficiaram de uma proteção artificial do mercado para se desenvolverem. Seria, por si só, um argumento pouco crível, uma vez que a Google regista, em média, 10 patentes por dia (Exame Informática, 2013), usufruindo das mesmas proteções que os ativistas da livre-informação tanto rejeitam. Aos que acusam a empresa de dominar o mercado, os responsáveis da Google escudam-se com a liberdade de escolha dos utilizadores, lembrando que os outros motores de busca concorrentes estão “à distância de um clique”. O problema é que o negócio da Google não são os motores de busca, os serviços *online* ou a publicidade; na sua essência, “a Google é uma empresa de recolha de dados”, sustenta Pamela Harbour (2012), uma advogada que representa várias empresas do ramo tecnológico, entre as quais a Microsoft.

A estratégia vencedora do negócio da Google e do Facebook é simples e assenta em duas variáveis interdependentes. A primeira passa por promover a ideia de gratuidade e de informação livre, porque quanto mais complementos grátis à sua atividade estas empresas tiverem, mais pessoas consomem os seus produtos. Para estas empresas, “tudo o que acontece na Internet é um complemento à sua atividade principal. Como as pessoas passam mais tempo e fazem mais coisas *online*, elas veem mais anúncios e revelam mais informação sobre elas próprias” (Carr, 2012: 200). Como é natural, qualquer empresa gostaria que os seus complementos fossem grátis: se os carros fossem gratuitos, as vendas de pneus ou de combustível disparariam. “A Google quer que a informação seja grátis porque, à medida que o custo da informação cai, todos nós passamos cada vez mais tempo a olhar para ecrãs de computador e os lucros da empresa sobem” (*Ibid.*: 201). A segunda variável passa por tornar o fluxo de informação cada vez mais rápido, porque quanto mais rápida é a navegação, mais páginas os utilizadores visitam. E quanto mais páginas os utilizadores visitam e hiperligações clicam, mais dividendos a Google e o Facebook obtêm: mais páginas e cliques representam, por um lado, mais anúncios publicitários que podem ser mostrados e, por outro, mais oportunidades para a recolha de dados sobre os utilizadores (*Ibid.*: 196). Não é por acaso que todas as opções de *design* das páginas da Google são tomadas em função da rapidez da experiência de uso (Walters, 2009).

A recolha de dados – que Clive Humby chamou “o novo petróleo” (1996) –, para além ser o grande sustento financeiro de empresas como a Google e o Facebook, também garante uma enorme vantagem competitiva face à concorrência, na medida em que as empresas com maiores bases de dados estão em melhores condições para saber mais detalhes sobre as preferências dos consumidores. Essa vantagem competitiva tem-se traduzido no poderoso monopólio que é a Google, que atualmente enfrenta alguns processos nos EUA e na Europa por práticas anticoncorrenciais (Harbour, 2012; Pereira, 2013) e pelo incumprimento das leis de privacidade de alguns países (Pereira, 2014b). Apesar da retórica altruísta dos res-

ponsáveis da empresa, o papel dominante da Google na Internet tem suscitado preocupação, sobretudo no que toca à privacidade dos utilizadores. Harbour levanta uma dúvida pertinente: “por enquanto, a Google usa os dados para vender anúncios direcionados, mas quem nos garante que a utilização dos dados será circunscrita a esse propósito?” (Harbour, 2012). Optar por sair da recolha de dados da Google é sempre uma hipótese, mas essa decisão implica abandonar o ecossistema Google, que inclui o Gmail e o sistema operativo para dispositivos móveis Android, já utilizados por milhões de pessoas. Uma dúvida semelhante é colocada por Robert Darnton, um professor em Harvard que supervisiona o sistema bibliotecário da Universidade, a propósito do esforço da Google “para digitalizar todos os livros jamais impressos” (Carr, 2012: 201) e tornar o seu texto pesquisável *online*. Darnton diz que conceder a uma organização o monopólio do acesso à informação pode ser um risco demasiado elevado: “O que acontecerá se os atuais responsáveis venderem a empresa ou se aposentarem? O que acontecerá se a Google favorecer o lucro sobre o acesso?” (Darnton, 2009). O domínio da Google está a suscitar muitas interrogações e desconfianças. Siva Vaidhyanathan, um professor de Estudos de Média e Direito na Universidade da Virgínia, escreve acerca da influência crescente da Google:

A Google parece onisciente, onipotente e omnipresente. E também se afirma benevolente. [...] A mitologia da Web leva-nos a assumir que a Internet é um reino selvagem, incontrolável e, portanto, sem governo. Isto não poderia estar mais longe da verdade. Houve um vácuo de poder na Web não há muito tempo, mas nós convidámos a Google a preenchê-lo. Surpreendentemente, nós agora permitimos que a Google determine o que é importante, relevante e verdadeiro na Web e no mundo. Nós confiamos e acreditamos que a Google age no nosso melhor interesse (Vaidhyanathan, 2011: xi).

Parece evidente que se há uma empresa que tem interesse em manter a Internet com a atual configuração, essa empresa é claramente a Google, que tem sabido explorar como ninguém as oportunidades geradas pela anarquia da Rede. Os adeptos do livre-mercado argumentam que a regulamentação do setor obstaculizará a inovação. Porém, um estudo recente de Nathan Newman (2013a) sustenta que o poder centralizado que hoje existe na Internet pode já estar a comprometer a inovação, favorecendo a estagnação do líder e desencorajando a entrada de potenciais candidatos ao setor. Newman propõe, por isso, a regulação do mercado como forma de restabelecer uma ameaça competitiva para a Google. Argumenta que, ao colocar em competição *players* atuais e novos participantes, mas salvaguardando ao mesmo tempo a privacidade dos internautas, o mercado *online* poder-se-á abrir a um tipo de inovação que servirá melhor a privacidade e os interesses económicos dos consumidores.

3. As presas

Como sabemos, na Internet de hoje é possível encontrar qualquer conteúdo digital sem o pagar. Música, livros, filmes e fotografias podem ser descarregados à distância de um clique, estejam ou não protegidos pelo Direito. Aquilo que já seria suficientemente difícil para estas indústrias – rivalizarem entre si e com a Internet numa base de concorrência legal – é transformado numa tarefa praticamente impossível. A partir do momento em que um bem digital é colocado à venda, passa também a estar disponível nas plataformas *online* de “partilha livre”, que fornecem esse mesmo bem gratuitamente. Imagine-se o que seria se as fábricas de moldes na Marinha Grande fossem obrigadas a concorrer com uma empresa internacional a operar em Portugal que, em vez de vender, oferecia os mesmos produtos. Ou se uma grande cadeia de supermercados se instalasse no país e comesse a fornecer gratuitamente todos os seus artigos. Um cenário destes no mundo físico seria inconcebível. Se o Estado não interviesse, o país correria o risco de ter mercados controlados por uma única empresa. No limite, era o tecido produtivo e a soberania do país que estariam em causa. É para evitar situações como estas que os Estados se protegem de práticas comerciais como o *dumping*. Não é por acaso que a subordinação do poder económico ao poder político democrático é um dos princípios fundamentais da nossa Constituição – embora saibamos que isto funciona mais em teoria do que na prática. Porém, na Internet, os mercados ilegais convivem com os mercados legais com a maior naturalidade, porque a intervenção política, para além de ser olhada com desconfiança, tem sido ineficaz. Basta vermos a facilidade com que o criador do *site* Megaupload, encerrado pelo FBI em janeiro de 2012 por partilha ilegal de ficheiros, voltou a criar dois *sites* do mesmo género – Mega e Baboom –, apesar de ainda estar a aguardar julgamento (Martins, 2013). Curiosamente, o Baboom pertence a uma empresa com sede em Portugal (Pereira, 2014a).

Com a possibilidade de acesso livre a conteúdos digitais, as pessoas passaram a beneficiar de produtos gratuitos que dantes tinham de pagar. Não admira, por isso, que a ideia de uma Internet regulada assuste tanta gente e tenha tantos opositores. Se nos perguntarem se preferimos pagar um bem ou tê-lo gratuitamente, só alguém muito peculiar optaria pela primeira hipótese. Mas o que as pessoas porventura ainda não entenderam é que os conteúdos digitais que não estamos a pagar não são verdadeiramente gratuitos. Estamos todos a pagá-los com a nossa privacidade. Os dados que empresas como a Google recolhem sobre nós são o preço que pagamos para termos acesso a informação gratuita. O nosso grau de sonambulismo é confrangedor: utilizamos o argumento da perda de liberdade para justificar a desregulação da Internet, apesar de já termos comprometido uma boa

parte da nossa liberdade quando “aceitamos” ser vigiados. Desejamos tanto que o ciberespaço nos proporcione experiências gratuitas, que não vemos que os grandes prejudicados do flagelo da informação livre somos todos nós: os cidadãos, as empresas, as economias e os Estados.

Vários autores (Keen, 2008; Lanier, 2013; Sehizadeh, 2011) têm alertado para o facto de a Internet estar a destruir mais empregos do que aqueles que ajuda a criar. Para ilustrar esta ideia, Jaron Lanier socorre-se do exemplo da empresa de fotografia Kodak, que, no auge do seu poder, “empregava mais de 140 mil pessoas e valia 28 mil milhões de dólares. Hoje, a Kodak está falida, e o novo rosto da fotografia digital é o Instagram. Quando o Instagram foi vendido ao Facebook por mil milhões de dólares em 2012, empregava apenas treze pessoas” (Lanier, 2013: 26). Andrew Keen dá outro exemplo. Em 2001, a empresa Britannica empregava cerca de 300 efetivos e pagava a todos os seus quatro mil colaboradores. Em contrapartida, a Wikipédia “não paga conteúdo algum e emprega somente uma mão cheia de empregados remunerados” (Keen, 2008: 55). Para onde foram todos estes postos de trabalho que desapareceram? Como é que os Estados são recompensados pela riqueza que deixou de ser gerada?

Os otimistas tecnológicos e alguns economistas contrapõem com a “falácia ludita” – a crença de que a economia cria sempre novos empregos e de que a tecnologia continuará a criar indústrias capazes de reintegrar o mesmo número de trabalhadores. A sustentação desta tese é baseada na observação histórica. Como o crescimento económico tem sido favorecido pelos avanços tecnológicos, os economistas assumem que assim continuará a ser. Este argumento tem dois problemas. Em primeiro lugar, a mecanização proporcionada pela Revolução Industrial não trouxe apenas prosperidade. Saeed Sehizadeh lembra que, por exemplo nos EUA, a industrialização reduziu drasticamente a necessidade de trabalhadores agrícolas. Este problema atingiu duramente os negros do sul, que migraram para o norte à procura de emprego. Muitos acabaram por não conseguir arranjar trabalho, situação que acabou por se traduzir no aparecimento dos primeiros guetos urbanos (Sehizadeh, 2011). Em segundo lugar, o facto de a tecnologia ter contribuído para uma maior prosperidade no passado não significa que volte a repetir-se no futuro. Pessoas insuspeitas de serem acusadas de “luditas”, como Martin Ford e Jaron Lanier, que trabalham há muitos anos na indústria dos computadores, avisam que, se não fizermos nada, é praticamente inevitável que a robotização, a inteligência artificial e a impressão 3D provoquem um desemprego massivo, que irá atingir praticamente todos os setores da atividade económica (Ford, 2009; Lanier, 2013). Por exemplo, a “iminente generalização dos automóveis sem condutor” (Schmidt e Cohen, 2013: 37), de que a Google tanto se orgulha, terá um impacto tremendo nos transportes, um setor que até aqui nunca foi atingido pela automatização do

trabalho. Moshe Vardi, um engenheiro informático e diretor do departamento de Ciências Informáticas da Universidade de Rice, em Houston, prevê que todos os empregos relacionados com o setor dos transportes “vão desaparecer nos próximos 25 anos” (Wiseman e Condon, 2013). E resume o impacto da tecnologia nas sociedades do futuro com uma simples pergunta: “estaremos preparados para uma economia em que 50 por cento das pessoas não estão a trabalhar?” (*Ibid.*).

Considerações finais

Como disse Nicholas Carr, “é natural pensar na Internet como uma tecnologia de emancipação” (Carr, 2013). A autonomia que ela nos dá para nos expressarmos não tem precedentes. Podemos partilhar ideias, colaborar com pessoas do outro lado do mundo e descobrir informação sobre qualquer assunto. Para muitas pessoas, estar no ciberespaço é como estar “num novo e radicalmente diferente tipo de Estado democrático, liberto das demarcações e restrições físicas e sociais que podem estropiar-nos no mundo real” (*Ibid.*). Os benefícios são reais e preciosos. Mas também são narcotizantes⁶.

A ideia de que a manutenção da anarquia na Rede nos garante mais liberdade é uma ilusão. Pelo contrário, nos moldes atuais, a Internet compromete severamente a privacidade dos utilizadores, pondo em causa a nossa liberdade – como podemos sentir-nos livres enquanto somos invadidos e perseguidos? O principal beneficiário do ciberespaço sem lei é um poderoso duopólio, formado pela Google e pelo Facebook, que constrói fortunas obscenas com os dados que recolhe sobre as nossas vidas, tirando partido da informação gratuita que, astutamente, ajuda a promover. Como resultado, os produtores de conteúdos empobrecem e os agregadores, que nos espiam e preveem as nossas ações, enriquecem. A consequência real da anarquia em Rede é a vigilância descontrolada, a concentração da riqueza e a limitação do crescimento económico – prejudicando, como se explicitou atrás, cidadãos, empresas, economias e Estados.

Podemos acreditar que estamos perante uma situação transitória. Que a tecnologia, mais tarde ou mais cedo, com um toque de magia, criará um mundo com mais oportunidades de trabalho. Que, mesmo sob a ameaça da robótica, da inteligência artificial e da impressão 3D, a Humanidade saberá lidar com as grandes transformações económicas e sociais que se avizinham, e que novas oportunidades estarão sempre à espreita e ao alcance de quem souber aproveitá-las.

⁶ O adjetivo é aqui utilizado propositadamente e é inspirado no capítulo “O Amante de Mecanismos – Narciso como Narcose”, de *Compreender os Meios de Comunicação – Extensões do Homem*, de Marshall McLuhan (2008: 55).

Mas se há algo que a Internet nos tem mostrado é que a crença cega na tecnologia é perigosa. A Internet não só está a destruir mais empregos do que aqueles que cria, como está a minar o valor do trabalho com a lógica insidiosa da informação livre. Se toda a informação for gratuita, nós vamos viver de quê? Se a informação desempenha um papel cada vez mais central nas nossas vidas, se é cada vez mais valiosa, por que razão há de ser gratuita? A Internet poderia ser uma importante fonte de criação de emprego e de crescimento económico. Bastaria que aceitássemos a ideia de que o ciberespaço precisa de intervenção humana, ou seja, de leis e de fiscalização equilibradas que salvaguardem o nosso futuro e nos protejam do caos económico e social. Mas a promessa da informação livre é tão sedutora que não vemos o efeito bumerangue que lhe está associado: quanto mais as sociedades dependerem da informação, mais desemprego elas vão gerar. E ninguém estará a salvo.

Ao recusarmos a intervenção humana, ao prescindirmos de exercer algum grau de controlo sobre a Internet, alheamo-nos do nosso futuro. E deixamos o caminho livre para empresas como a Google se tornarem cada vez mais poderosas e dominadoras, ao mesmo tempo que invadem a nossa privacidade e nos condicionam a liberdade. Não tenhamos ilusões: a Internet será sempre um espaço vigiado. Com tudo ligado numa rede, “o poder potencial de controlar é muito maior” (Wu, 2010: 556). Mas quanto menos os Estados democráticos intervierem, maior controlo arbitrário será exercido em prejuízo dos mais fracos. Com todas as suas imperfeições, a democracia é a forma de governo que melhor serve os interesses dos cidadãos mais desprotegidos.

A Internet deve, por isso, ser regulada e fiscalizada tendo em conta as mesmas normas que nos permitem viver em sociedades livres: “precisamos de regras e regulamentos para ajudar a controlar o comportamento *online*, assim como precisamos de regras de trânsito para regular como conduzimos e proteger toda a gente de acidentes” (Keen, 2008: 180). Por exemplo, a proposta de criação de um Tribunal Internacional para a Internet (Lusa, 2012) poderia ser um bom ponto de partida. Todas as outras soluções implicariam uma Internet “balcanizada”⁷, um cenário que, a prazo, pode desvirtuar a lógica global do ciberespaço.

As regras têm de ser bem ponderadas e equilibradas. Temos de prevenir a pilhagem digital com políticas sensatas e um quadro legal que remunere e faça justiça aos criadores, mas, como salienta J. D. Lasica, “sem obstaculizar a imparável interação pessoal e a reinvenção contínua de regras inerente à cultura digital” (Faustino, 2011: 124). Legislar e fiscalizar a Internet, garantindo a liberdade de expressão, o res-

⁷ Entende-se por “balcanização” a divisão da Internet em várias redes autónomas, embora muitas vezes paralelas, de modo a poderem ser controladas pelos Estados. É uma espécie de Internet com fronteiras (Schmidt e Cohen, 2013: 107-121).

peito pela privacidade dos utilizadores e incentivando a inovação, é o grande desafio que nos é colocado, em nome de uma Internet economicamente sustentável e socialmente mais justa. Como disse Joseph Stiglitz, “com a liberdade vem a responsabilidade: a responsabilidade de usarmos a liberdade para fazer o que estiver ao nosso alcance para garantir que o mundo do futuro não só terá uma maior prosperidade económica, mas também mais justiça social” (Stiglitz, 2002: 489).

Referências

- Ammori, M. (2013). *On Internet Freedom*. [livro eletrónico] Elkat Books.
- Anonymous (2012). The Power of Anonymous Idea. Voice of FREEDOM. Message To The World - WE ARE WINNING! *YouTube* [Em linha]. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=UukNM-DiSmk> [Consult. 2 janeiro 2014].
- Assange, J. (2012). *Cypherpunks - Freedom and the Future of the Internet*. New York: OR Books.
- Barlow, J. P. (1996). A Declaration of the Independence of Cyberspace [Em linha]. Disponível em: <https://projects.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html> [Consult. 4 janeiro 2014].
- Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks*. New Haven: Yale University Press.
- Carr, N. (2013). Disruption and control. *Rough Type* [Em linha]. Disponível em: <http://www.roughtype.com/?p=3395> [Consult. 2 julho 2013].
- Carr, N. (2012). *Os Superficiais - O que a internet está a fazer aos nossos cérebros*. Lisboa: Gradiva.
- Castells, M. (2007). *A Galáxia Internet - Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Cerf, V. (2012). Pela liberdade na Internet. *Público* [Em linha]. Disponível em: <http://www.publico.pt/tecnologia/noticia/pela-liberdade-na-internet-1575677> [Consult. 4 dezembro 2012].
- Darnton, R. (2009). Google & the Future of Books. *The New York Review of Books* [Em Linha]. Disponível em: <http://www.nybooks.com/articles/archives/2009/feb/12/google-the-future-of-books/?pagination=false> [Consult. 21 julho 2012].
- Dredge, S. (2013). Americans fear hackers more than the government over online privacy. *The Guardian* [Em linha]. Disponível em: <http://www.theguardian.com/technology/2013/sep/05/us-online-privacy-pew-study> [Consult. 7 janeiro 2014].
- Exame Informática (2013). Google regista 10 patentes por dia. *Exame Informática* [Em linha]. Disponível em: <http://exameinformatica.sapo.pt/noticias/ciencia/2013-12-03-google-regista-10-patentes-por-dia> [Consult. 3 janeiro 2014].

- Faustino, P. (2011). *Pluralismo, Concentração e Regulação dos Media*. Odivelas: Media XXI.
- Ford, M. (2009). *The Lights in the Tunnel: Automation, Accelerating Technology and the Economy of the Future*. Acculant Publishing.
- Gellman, B. (2012). Anonymous - 2012 TIME 100: The Most Influential People in the World. *Time Magazine* [Em linha]. Disponível em: http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2111975_2111976_2112122,00.html [Consult. 9 janeiro 2014].
- Goldsmith, J. e Wu, T. (2006). *Who Controls the Internet? Illusions of Borderless World*. Oxford: Oxford University Press.
- Harbour, P. J. (2012). Why Google Has Too Much Power Over Your Private Life. *New York Times* [Em linha]. Disponível em: http://www.nytimes.com/2012/12/19/opinion/why-google-has-too-much-power-over-your-private-life.html?_r=0 [Consult. 19 dezembro 2013].
- Hauben, M. e Hauben, R. (1997). *Netizens: On the History and Impact of Usenet and the Internet*. Los Alamitos: IEEE Computer Society.
- Jayakar, R. (2000). Interview: John Perry Barlow, founder of the Electronic Frontier Foundation. *Business Today* [Em linha]. Disponível em: <http://web.archive.org/web/20071009235727/http://www.india-today.com/btoday/20001206/interview.html> [Consult. 7 janeiro 2014].
- Jones, R. (1996). A Critique of “A Declaration of the Independence of Cyberspace.” *Extropy* [Em linha], 8(2). Disponível em: <http://home.comcast.net/~reillyjones/critique.html> [Consult. 7 janeiro 2014].
- Keen, A. (2008). *O Culto do Amadorismo*. Lisboa: Guerra e Paz.
- Kovacs, G. (2012). Tracking our online trackers. *Ted.com* [Em linha]. Disponível em: http://www.ted.com/talks/gary_kovacs_tracking_the_trackers.html [Consult. 24 novembro 2013].
- Lanier, J. (2013). *Who Owns the Future*. [livro eletrónico] New York: Simon & Schuster.
- Lusa (2012). Especialista propõe tribunal internacional para a Internet. *Diário de Notícias* [Em linha]. Disponível em: http://www.dn.pt/inicio/portugal/interior.aspx?content_id=2802369 [Consult. 29 novembro 2013].

- MacManus, R. (2006). Store 100% - Google's Golden Copy. *ReadWrite* [Em linha]. Disponível em: http://readwrite.com/2006/03/05/store_100_googl#awesm=~osm0hUvNN3iMYc [Consult. 20 julho 2012].
- Martins, A. (2013). Adeus Megaupload, olá Mega: chegou a nova aventura de Kim Dotcom. *Público* [Em linha]. Disponível em: <http://www.publico.pt/ultima-pagina/jornal/adeus-megaupload-ola-mega-chegou-a-nova-aventura-de-kim-dotcom-25915324#/0> [Consult. 22 janeiro 2013].
- McLuhan, M. (2008). *Compreender os Meios de Comunicação - Extensões do Homem*. Lisboa: Relógio D'Água.
- Mill, J. S. (2010). *Sobre a Liberdade*. Lisboa: Edições 70.
- Mills, E. (2012). Old-time hacktivists: Anonymous, you've crossed the line. *CNET News* [Em linha]. Disponível em: http://news.cnet.com/8301-27080_3-57406793-245/old-time-hacktivists-anonymous-youve-crossed-the-line/ [Consult. 8 janeiro 2014].
- Newman, N. (2013a). *Search, Antitrust and the Economics of the Control of User Data*. New York: Information Law Institute.
- Newman, N. (2013b). *The Costs of Lost Privacy: Consumer Harm and Rising Economic Inequality in the Age of Google*. New York: Information Law Institute.
- Olson, P. (2012). *We Are Anonymous*. [livro eletrónico] New York: Little, Brown and Company.
- Palmer, M. (1996). Data is the New Oil. *ANA Marketing Maestros* [Em linha]. Disponível em: http://ana.blogs.com/maestros/2006/11/data_is_the_new.html [Consult. 8 janeiro 2014].
- Pereira, J. P. (2014a). Baboom, o novo site de música do criador do Megaupload, é português. *Público* [Em linha]. Disponível em: <http://www.publico.pt/tecnologia/noticia/o-novo-site-de-musica-do-criador-do-megaupload-e-portugues-1620411> [Consult. 21 janeiro 2014].
- Pereira, J. P. (2013). Comissário da concorrência pretende acordo para terminar investigação ao Google. *Público* [Em linha]. Disponível em: <http://www.publico.pt/tecnologia/noticia/comissario-da-concorrenca-quer-acordo-para-terminar-investigacao-ao-google-1607726> [Consult. 9 janeiro 2014].
- Pereira, J. P. (2014b). França multa Google em 150 mil euros por não cumprir leis de

- privacidade. *Público* [Em linha]. Disponível em: <http://www.publico.pt/tecnologia/noticia/franca-multa-google-em-150-mil-euros-por-nao-cumprir-leis-de-privacidade-1619093> [Consult. 10 janeiro 2014].
- Schmidt, E. e Cohen, J. (2013). *A Nova Era Digital*. Alfragide: Dom Quixote.
- Sehizadeh, S. (2011). *The Curse of the Internet*. [livro eletrónico] Createspace.
- Shapiro, C. e Varian, H.R. (1999). *Information Rules*. Boston: Harvard Business School Press.
- Siklos, R. (2009). Information wants to be free... and expensive. *Fortune Tech* [Em linha]. Disponível em: <http://tech.fortune.cnn.com/2009/07/20/information-wants-to-be-free-and-expensive/> [Consult. 7 janeiro 2014].
- Simões, L. S. (2010). *Os Conceitos de Liberdade de Isaiah Berlin e a Democracia*. Universidade Federal de São Carlos.
- Smith, C. (2013). Google And Facebook Are Running Away With The Mobile Advertising Market. *Business Insider* [Em linha]. Disponível em: <http://www.businessinsider.com/google-and-facebook-own-mobile-ad-revenue-2013-8> [Consult. 29 dezembro 2013].
- Stiglitz, J. (2002). Information and the Change in the Paradigm in Economics. *The American Economic Review*, 92(3), pp.460-501.
- Vaidhyanathan, S. (2011). *The Googlization of Everything (And Why We Should Worry)*. Berkeley/Los Angeles: University of California Press.
- Walters, H. (2009). Google's Irene Au: On Design Challenges. *Businessweek* [Em linha]. Disponível em: http://www.businessweek.com/innovate/content/mar2009/id20090318_786470.htm [Consult. 9 janeiro 2014].
- Wiseman, P. e Condon, B. (2013). Will smart machines create a world without work? *The Big Story* [Em linha]. Disponível em: <http://bigstory.ap.org/article/will-smart-machines-create-world-without-work> [Consult. 29 janeiro 2013].
- Wu, T. (2010). *The Master Switch - The Rise and Fall of Information Empires*. [livro eletrónico] New York: Alfred A. Knopf.
- Yang, C. (1996). Law creeps onto the lawless Net. *BusinessWeek* [Em linha]. Disponível em: <http://www.businessweek.com/1996/19/b347472.htm> [Consult. 7 janeiro 2014].

