

O controle do que dizemos na rede visto pelas políticas do Google¹

Lícia Frezza PISA²

Centro Universitário de Franca/Uni-FACEF, Franca, SP

Resumo

O presente trabalho visa a analisar, por meio das noções de discurso e poder estudadas por Foucault, como os mecanismos oriundos da internet, nesse caso, o buscador Google, não se apresentam como no imaginário popular, ou seja, como democráticos e livres. Ao contrário, é possível perceber como o controle exercido por esse(s) mecanismo(s) é fundamental para a manutenção dos discursos, das tendências, do consumo, etc. contrapondo a ideia de que tudo da rede é permitido e não vigiado e ao usuário seria possível falar tudo o que quiser. O artigo analisa as políticas de privacidade e de termos de serviço e constata que o Google passa a ter posse de tudo aquilo que fazemos no *site* e nos outros *sites* de sua propriedade e o que compreendemos é que a sensação de ausência de poder é que alimenta o poder de mão única que o Google exerce sobre todos os nossos discursos.

Palavras-chave: discurso; poder; controle; Google; Foucault.

A motivação deste trabalho se deu ao pensar no controle e na vigilância que ocorrem no âmbito da internet e como esse controle, cada vez mais eficiente, pode disciplinar o que somos, o que fazemos, o que pensamos, o que falamos. Como nos colocamos a falar sobre nós mesmos sem a menor precaução e com a sensação de liberdade de não estarmos sendo vigiados e de que nossos dados não estão sendo utilizados por outros?

À nossa disposição circulam discursos de várias esferas, imprensa e sociedade em geral, veiculando a ideia de que as ferramentas interativas da internet seriam livres, de uso democrático, um espaço em que seria possível fazer, dizer, comentar tudo, um espaço sem lei, em que não haveria fiscalização ou vigilância, como nos exemplos que seguem para ilustrar: “a internet é mesmo democrática [...] creio que o principal ponto observado atualmente é a possibilidade de cada ser humano publicar aquilo que bem entende e disseminar esse conteúdo” (TURCHI, 2009, p. 1) ou “é grande o potencial democrático contido na nova tecnologia de comunicação e informação” (PINTO, 2004). Porém, mesmo

¹ Trabalho apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinares do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre em Linguística pela Universidade Federal de São Carlos/SP. Docente do curso de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Franca/ Uni-FACEF, e-mail: liciafrezza@hotmail.com

as pessoas fornecendo informações, a “grande parte do conteúdo gerado pelo usuário na internet é publicada anonimamente ou sob seu pseudônimo, ninguém sabe quem é de fato o verdadeiro autor desse conteúdo gerado” (KEEN, 2009, p. 23).

É possível perceber que mesmo sem saber a origem, credibilidade e validade do que se diz na internet, a sensação de liberdade continua presente. Assim, o conceito de democracia não será investigado e problematizado, visto que a análise se preocupa em compreender os mecanismos de poder que fazem com que, no imaginário popular, a democracia se vincule à liberdade de ação e de fala, com o poder ausente. Defende-se, portanto, que a Internet é um espaço vigiado e controlado e esse controle, essa vigilância e os efeitos desses mecanismos serão analisados segundo as noções de discurso e poder elaboradas por Michel Foucault. O funcionamento do poder será analisado tomando a relação entre o poder e liberdade sendo de implicação mútua e não de um excluindo a presença do outro ou um prevalecendo sobre o outro.

Utilizaremos as noções de discurso e poder, pois entendemos que os discursos são produzidos e circulam segundo táticas (meios) e estratégias (finalidade) de poder. Assim, o poder atravessa os discursos fazendo funcionar uma engrenagem que faz ver de um modo, falar certas coisas, proliferar determinados temas e não outros, se constituir de uma dada maneira, desejar de uma dada forma e não de outra. O poder é encarado, então, como uma tecnologia³, utilizado para uma finalidade, uma estratégia, e por meio de tática(s), com o objetivo de favorecer o desenvolvimento de certas situações.

Desse modo, a estratégia configura a conjuntura e as correlações de forças necessárias às diversas situações de confrontos enfrentados, produzidos, e a tática vem a ser o meio pelo qual os efeitos de poder são produzidos e favorecidos, neste caso, como os usuários agem como se não estivessem sendo controlados justamente para fornecerem cada vez mais informações? E como esse controle afeta os nossos modos de ser e dizer? Logo, “[...] o poder não é nem fonte e nem origem do discurso. O poder é alguma coisa que opera através do discurso, já que o próprio discurso é um elemento em um dispositivo estratégico de relações de poder” (FOUCAULT, 2006, p. 253). Os discursos, então, acontecem em rede e devem ser analisados de acordo com outros acontecimentos discursivos, que mantêm uma relação com o poder e com os sujeitos que se apropriam e disseminam tais discursos.

1 Poder: jurídico, estratégico e disciplinar

³ A tecnologia são práticas de regularidade, modos de fazer que agregam os conceitos de estratégia e tática (CASTRO, 2009).

Para Foucault, o poder é heterogêneo e existe como uma multiplicidade de forças dentro de um mesmo domínio. Não pertence a uma classe ou a uma instituição, não opera apenas pela lógica da dominação, regra, relação de autoridade ou pela lei. Para o autor, o poder tem várias faces e várias instâncias, por isso o denomina microfísico (FOUCAULT, 1999), ou seja, um poder que não se pode possuir, que não existe em si mesmo, pois está inserido em todas as relações, um poder que se exerce, que se pratica. Se o poder circula, ele não é hierárquico e não pertence a alguém ou a alguma classe e, sendo de natureza circulante, ele retorna, dinamiza, produz novos efeitos, se reconfigura e, por isso, está em constante modificação.

Com isso, as relações de poder não operam hierarquicamente, apenas o poder jurídico opera de maneira hierárquica. Toda relação, então, é uma relação de poder, que opera de maneira difusa e não tem alguém que o controle, não opera de maneira dicotômica de dominador *versus* dominado, portanto, não havendo ponto de resistência, mas resistências múltiplas. Assim, resumidamente, pode-se dizer que, para Foucault, há duas dinâmicas de poder: o poder jurídico, que opera pela proibição, repressão e pela censura; e o poder estratégico, que opera pela incitação, pelo prazer e pela intensificação (FOUCAULT, 1988).

O poder que opera de forma negativa, que rejeita, exclui, recusa, censura, proíbe o tocar, o falar, o circular, o consumir, seria o poder jurídico ou poder-lei. É o poder que diz o que é lícito ou ilícito, que interdita, que cumpre a lei. O poder estratégico ou poder-prazer opera de maneira criativa e sutil, contrapondo-se ao poder jurídico, pois ele é circular e não pertence a ninguém que o domine, não é hierárquico nem impositivo, não opera de maneira binária, constitui-se nas relações, não é fruto de uma intenção subjetiva, e não tem um ponto de resistência exterior, mas resistências múltiplas inscritas na sua própria dinâmica.

Desse modo, pensar o funcionamento político, que se estabelece na internet, nas buscas no Google, pode ocorrer mediante a compreensão da valorização de certos modos, certas práticas, certas verdades, etc., e implica pensar como essas práticas e verdades estão inseridas numa rede de produção e circulação que valoriza certos discursos e não outros, produzindo certas verdades e não outras. Assim, podemos analisar a maneira como o poder atua, tomando como base certas “regras metodológicas” propostas por Foucault (1988): *regra de imanência*: a relação saber-poder gera conhecimento com estatuto de verdade produzido pela observação, a confissão etc., existentes e legitimadas por certos tipos de relação, como, [...] “por exemplo, as relações que se estabelecem entre penitente e confessor, ou fiel e diretor de consciência” (FOUCAULT, 1998, p. 109); *regra das*

variações contínuas: “as relações de poder-saber não são formas dadas de repartição, são ‘matrizes de transformações’ (FOUCAULT, 1998, p. 110); *regra do duplo condicionamento*: a relação poder-saber não é impositiva ou homogênea, [...] “ao contrário, deve-se pensar em duplo condicionamento, de uma estratégia, através da especificidade de táticas possíveis e, das táticas pelo invólucro estratégico que as faz funcionar” (FOUCAULT, 1998, p. 110); e *regra da polivalência tática dos discursos*: a relação poder-saber se articula de forma a produzir vários discursos de diversas ordens falando sobre o mesmo tema. É preciso admitir um jogo complexo e instável em que o discurso pode ser, ao mesmo tempo, instrumento e efeito de poder, e também obstáculo, escora, ponto de resistência e ponto de partida de uma estratégia oposta (FOUCAULT, 1998, p. 111).

Foucault (1990) percebeu que, a partir dos séculos XVII e XVIII, o poder passou a operar pela lógica da vigilância, passando a atuar disciplinando e normatizando as condutas, os comportamentos, os corpos e os discursos, sendo este poder disciplinador. Bentham⁴, em 1791, foi quem inventou o panóptico e influenciou as ideias de Foucault. O modelo panóptico funcionava com uma torre central rodeada de celas vazadas dos dois lados (dentro e fora da construção) por janelas, de modo que quem ocupasse a cela pudesse ser vigiado constantemente: “devido ao efeito de contraluz, pode-se perceber da torre, recortando-se na luminosidade, as pequenas silhuetas prisioneiras nas celas da periferia” (FOUCAULT, 1999, p. 115). Desse modo, o panóptico exercia duplo efeito de normatização: pela ação contínua normatizava as condutas até chegar ao ponto do próprio sujeito ser o vigilante de si mesmo, e também pela observação individualizante, feita por terceiros, produzindo saberes por meio da classificação, do exame, do registro, dos relatórios, etc. “Fórmula maravilhosa: um poder contínuo e de custo afinal de contas irrisório” (FOUCAULT, 1999, p. 120).

2 Poder e liberdade no Google

O Google é um dos *sites* de busca mais acessados em todo o mundo⁵. É uma organização que agrega outros *sites* de serviços, como o Youtube, Orkut, Google+, etc. O que os usuários não percebem é como são incitados a participar do que o Google oferece sem

⁴ Jeremy Bentham, filósofo e jurista inglês, pensou o Panóptico como modelo prisional (FOUCAULT, 1975).

⁵ Classificação dos sites mais acessados em 2013. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2013/02/os-20-sites-mais-acessados-no-mundo-em-2013.html>>. Acesso em 24 jan. 2014.

nenhuma garantia de credibilidade. Mas de que maneira o Google pode controlar o que dizemos e saber quais temas irão nos interessar?

O mecanismo de busca é um registro histórico quantitativo das solicitações anteriores. Assim, tudo o que o mecanismo de busca oferece é um sistema de classificação que nos devolve a sabedoria das massas. Em termos de links clicados e sites visitados, o Google é um espelho eletrônico de nós mesmos (KEEN, 2009, p.90).

Percebemos que, ao utilizar o buscador do Google, estamos desenvolvendo então a sabedoria das massas ou “inteligência coletiva”, que é a sabedoria de todos os usuários e a lógica do mecanismo de busca, chamado pelos técnicos de algoritmo. “O mecanismo de busca é uma agregação dos 90 milhões de perguntas que fazemos coletivamente ao Google a cada dia” (KEEN, 2009, p.11).

Podemos observar, então, que as formas de funcionamento do poder na Internet se dão com a sensação de liberdade, que é simplesmente a sensação da (suposta) ausência do poder-lei e é o que faz com que os usuários falem cada vez mais de si e sobre tudo o que lhes interessa. Isso pode ser explicado pela

crença de que a prática da liberdade estaria vinculada à possibilidade de minimização dos efeitos de poder, em que liberdade e poder seriam vistos como antagonistas. Tem-se, com isso, um mascaramento dos efeitos do poder que operam, entre outros, produzindo discursos verdadeiros sobre modos de ser, concepções de mundo ou formas de se relacionar, sem que tais discursos sejam problematizados (BUZATO; SEVERO, 2010, p. 6).

Entendemos que os mecanismos para apreender saberes (dados, informações, discursos, etc.), na relação saber-poder, são ocultados de forma a dar ao usuário a sensação de liberdade de navegação, quando, no entanto, tudo o que é feito, todas as buscas e cliques são registrados e controlados, “são repositórios de nossos desejos e identidades individuais”, como diz Keen (2009, p. 12).

Defende-se neste artigo que o funcionamento do poder é potencializado pelas ferramentas da Internet, pois a relação poder-saber se faz pela participação e pelo uso, e se aproveita do *espetáculo público* e da *epidemia do narcisismo* (KEEN, 2012), para incentivar e intensificar a lógica de se conseguir, no caso do Google, pesquisas e anúncios relevantes ao usuário, fazendo funcionar a engrenagem do poder estratégico e, assim, quanto mais informações se tem sobre o que se pesquisa, o que se diz, o que se busca, é possível um controle mais refinado sobre o que as pessoas no mundo estão dizendo, pesquisando, buscando e, conseqüentemente, o Google consegue classificar, tipificar, organizar, e

selecionar os discursos e as tendências⁶, operando, nesse caso, pela lógica do poder disciplinar, pelo registro contínuo em base de dados, pela classificação.

Veremos, a seguir, alguns trechos das políticas de privacidade e termos de serviço do Google⁷ lançadas em março de 2012, com a proposta de serem mais claras e simples ao usuário.

2.1 Utilização das informações

Quando navegamos pelo Google em busca de informações ou mesmo utilizando alguns dos serviços disponíveis, temos a sensação de liberdade, de livre navegação, de poder pesquisar qualquer coisa. Porém, para que o Google possa ser eficiente quanto às informações ou mesmo lançar produtos e tendências, ele rastreia e controla tudo o que fazemos e dizemos. A coleta dessas informações se dá pelas informações que os usuários inserem ao se inscreverem em algum serviço que exija uma conta, pedindo informações pessoais como nome, *e-mail*, telefone ou cartão de crédito. Outra maneira é pedir informações a partir do uso dos serviços, ou seja, dessa forma, o Google pretende compreender o modo como o usuário se relaciona e interage com conteúdos e anúncios. Algumas dessas informações são armazenadas automaticamente, como:

[...] detalhes de como você usou nosso serviço, como suas consultas de pesquisa; informações de registro de telefonia, como o número de seu telefone, número de quem chama, números de encaminhamentos, horário e data de chamadas, duração das chamadas, informações de identificador de SMS e tipos de chamadas; endereço de protocolo de Internet; informações de evento de dispositivo como problemas, atividade de sistema; e [...] *cookies*⁸ que podem identificar exclusivamente seu navegador ou sua Conta Google⁹.

Os *cookies* podem ser utilizados no dispositivo do usuário para coletar informações sobre a interação com serviços como publicidade ou recursos do Google que aparecem em outros *sites*. É possível bloquear os *cookies*, porém, isso implica uma “perda” para o usuário, uma vez que, segundo o Google, “nossos serviços podem não funcionar de maneira adequada se seus *cookies* estiverem desativados”¹⁰, ou seja, perdem-se algumas funcionalidades.

⁶ Prova deste poder que opera registrando e incitando a circulação é o Google Trends, que é um buscador de tendências que consegue agrupar e selecionar as informações que circulam pelo Google. Disponível em: <www.google.com.br/trends>.

⁷ Políticas de Privacidade e Termos de Serviço do Google disponíveis em <<http://www.google.com.br/intl/pt-BR/policies/>>. Acesso em 24 jan. 2014.

⁸ *Cookie* é um mecanismo que armazena as informações recebidas por um navegador na máquina do usuário. Essas informações são registradas em forma de cadeia de texto. O *cookie* do Google expira em 2036 (KEEN, 2009).

⁹ Trecho disponível em: <<http://www.google.com/intl/pt-BR/policies/privacy/>>. Acesso em 24 jan. 2014.

¹⁰ Trecho disponível em: <<http://www.google.com/intl/pt-BR/policies/privacy/>>. Acesso em 24 jan. 2014.

A utilização de *cookies* pelo Google pretende melhorar a experiência do usuário e fornecer melhores serviços e direcionar de forma eficaz os anúncios para que sejam relevantes e estejam de acordo com os interesses do usuário.

Os *cookies* transformam nossos hábitos em dados. Eles são minas de ouro para negociantes e anunciantes. Registram nossos sites preferidos, lembram as informações de nosso cartão de crédito, armazenam o que pomos nas nossas sacolas de compras eletrônicas e anotam em que anúncios de banner clicamos (KEEN, 2009, p. 163).

Outro modo de coleta de informações é preencher um perfil do Google e deixá-lo público, incluindo nome e foto. Esse recurso é oferecido caso o usuário queira aproveitar melhor os recursos de compartilhamento. Notamos que a melhora do serviço e da experiência do usuário se dá mediante a maior quantidade de informações que o usuário expõe, mesmo não se dando conta disso.

É possível, ainda, que o Google armazene informações específicas como modelo de *hardware*, versão do sistema operacional, informações de redes móveis como o número de telefone: “o Google pode associar seus identificadores de dispositivo ou número de telefone com sua Conta do Google”¹¹. Outra forma de armazenar informações, caso o usuário esteja utilizando um serviço de identificador de localização, é coletar informações sobre a localização real quando o usuário utiliza sinais de GPS de dispositivos móveis, o que facilita ao usuário receber informações sobre torres de celular e acesso Wi-Fi mais próximo. Esse serviço oferece um conforto ao usuário, porém, como poderíamos falar em privacidade nesse caso? Poderíamos pensar em um mecanismo de controle social de localização e, assim pensarmos no poder disciplinar controlando as ações dos usuários?

Basicamente, podemos compreender a premissa do Google como “usamos essas informações para oferecer a você um conteúdo específico – como fornecer para você resultados mais relevantes de pesquisa e anúncios”¹², que tenta justificar a sua política. Porém, há a possibilidade de resistência a esse controle de informação por meio do recebimento de anúncios e publicidades *relevantes e específicas* pela desativação do *cookie*, por exemplo. Contudo, corre-se o risco de se ter o melhoramento dos serviços do Google prejudicado, o que incita o usuário a continuar fornecendo informações para o Google. A resistência, entretanto, torna-se limitada, pois podemos levantar a questão de que poucos são os usuários que leem sobre essas políticas e não levam em consideração que muito

¹¹ Trecho disponível em: <<http://www.google.com/intl/pt-BR/policies/privacy/>>. Acesso em 24 jan. 2014..

¹² Idem.

dessa evolução em sistemas de buscas, corretor ortográfico, envio de anúncios, criação de novos serviços, etc. se dá com o controle de tudo o que o usuário faz, diz e procura na rede.

2.2 Compartilhamento de informações com terceiros

Além do controle das informações, o Google também compartilha informações com terceiros, como administradores de domínios ou administradores que fornecem suporte de algum aplicativo ao usuário. Esses terceiros passam a ter acesso às informações da conta Google do usuário (*e-mails* e outros dados), sendo permitido visualizar estatísticas da conta relacionadas aos aplicativos que o usuário instala, alterar senha, suspender ou encerrar o acesso, acessar e reter informações da conta, restringir a capacidade de configurações de privacidade, excluir ou editar informações. É possível, também, ter acesso a essas informações, caso haja alguma solicitação lícita da legislação, regulação, processo legal ou solicitação do governo para investigação de possíveis violações.

É descrito ainda, nas políticas de privacidade, que empresas de comunicação, tecnologia e agências de governos do mundo todo solicitam informações sobre usuários, serviços e produtos. Há, inclusive, uma ferramenta específica para isso, a Ferramenta de Solicitação do Governo, que apresenta a quantidade de solicitações recebidas e as questões mais frequentes, como investigações criminais e pedido de remoção de conteúdo, tais como: pornografia infantil, difamação, incitação ao ódio, roubo de identidade, direitos autorais, conteúdo que viole lei local ou judicial (esses temas demonstram que não é possível falar livremente como se imagina). Algumas agências governamentais optam por pedir o bloqueio de serviços específicos para controlar o acesso a conteúdos em sua jurisdição.

Podemos perceber que há um interesse crescente dos governos nas redes de informação de modo a controlar os cidadãos no mundo neoliberal (ANDREJEVIC, 2005). Albrechtslund (2008) relata que é necessário cruzar um volume muito grande de informações quando se trata de identificar supostos criminosos, por isso são levadas em consideração todas as informações possíveis, seja pelo Orkut, pelo Youtube, pelo Google + (ou outros serviços do Google), enfim, são considerados vários mecanismos que trazem descrições sobre as atividades, o círculo de amigos, os dados pessoais, as opiniões políticas, as crenças religiosas, orientação sexual, etc. A polícia do Canadá e dos Estados Unidos, por exemplo, tem rastreado vídeos de crimes no Youtube e incentivado os usuários a identificar supostos

criminosos¹³. Notamos o poder disciplinar operando pela lógica do panóptico, numa vigilância coletiva, em que todos vigiam todos e o controle dos indivíduos é registrado continuamente, sendo que alguns estudos (ALBRECHTSLUND, 2008) já tentaram renomear o panóptico em *superpanopticon* e *electronic panopticon*, em que os bancos de dados informatizados são tomados como uma tecnologia melhorada do panóptico, pois agiria englobando as inovações culturais, fornecidas pelos discursos dos usuários.

2.3 Recuperação das informações

Acessando os Termos de Serviço¹⁴ podemos encontrar algumas barreiras caso o usuário necessite recuperar algumas informações que, segundo o Google, requeiram um esforço técnico muito grande, ou que coloque em risco a privacidade de outros usuários ou mesmo de solicitar informações localizadas em fitas de *backup*. Mas podemos questionar o tipo de privacidade nos serviços do Google como sendo de mão única, ou seja, nada democrática (como no imaginário popular), pois se o Google pode fornecer as informações dos usuários para terceiros, por que o próprio usuário não pode recuperá-las, já que foram feitos *backups*? Por que os *backups* ficam em poder apenas do Google? O Google traz a informação de que se o usuário exclui informações de algum serviço, essas informações não são excluídas automaticamente e “pode não ser possível remover informações de nossos sistemas de *backups*”¹⁵, ou seja, se os *backups* não são excluídos, por que o usuário não pode consultá-los, caso necessite, visto que são suas informações? Seria apenas algum trâmite de programação ou seria a proteção inviolável da informação adquirida, gratuitamente pelo Google? Podemos compreender o poder-lei atuando de modo a proibir e censurar a recuperação dos dados do usuário pelo próprio usuário.

2.4 As informações “vendidas”

As informações dos usuários, que ora são de propriedade do Google, podem ser transferidas para outra(s) empresa(s), caso o Google esteja envolvido em alguma fusão, aquisição ou venda e, conseqüentemente, o usuário pode ser submetido a uma política de privacidade diferente. E, caso o usuário não concorde com essa nova política e não deseje mais utilizar e compartilhar os serviços que antes eram do Google, e como os *backups* não são excluídos, por mais que o usuário saia da rede, suas informações continuam em poder de outra

¹³ “The police using social networking sites during criminal investigations is an example of leaky containers, since public and private, official and social, mix in completely new ways” (ALBRECHTSLUND, 2008, p. 4).

¹⁴ Disponível em: < <http://www.google.com/intl/pt-BR/policies/terms/>>. Acesso em 24 jan. 2014.

¹⁵ Trecho disponível em: <http://www.google.com/intl/pt-BR/policies/privacy/>. Acesso em 24 jan. 2014.

empresa. Ou seja, tudo o que usuário faz *online*, tudo o que busca, que pensa, que compartilha fica registrado e em poder do Google ou de outra empresa sem a menor chance de sermos donos das nossas informações, da nossa identidade na rede.

A internet colaborativa que os usuários ajudam a construir diariamente com suas próprias informações e que ajudam o Google a enriquecer não tem custo nenhum, pois oferecemos todas as informações gratuitamente e passamos, assim, a não mais ser donos das nossas informações. Na verdade, o que o usuário não percebe é que essa gratuidade de informações vale muito financeiramente:

O âmago do negócio do Google, 99% de sua receita, reside na venda de publicidade. De fato, dos 16 bilhões gastos por todas as indústrias com publicidade online em 2006, estima-se que 4 bilhões, colossais 25%, foram para o Google. Na verdade, Larry Page e Sergei Brin, os multibilionários fundadores do Google, são os verdadeiros plutocratas da web 2.0 – eles descobriram como transformar o conteúdo gratuito de outras pessoas numa máquina publicitária de muitos bilhões de dólares (KEEN, 2009, p. 129).

2.5 Direitos autorais

Podemos encontrar nos termos de uso algumas possibilidades dadas ao Google com relação ao material publicado pelo usuário, como: ao fazer um *upload* ou enviar algum conteúdo, o usuário concede ao Google uma “licença mundial para usar, hospedar, armazenar, reproduzir, modificar, criar obras derivadas, comunicar, publicar, executar e exibir publicamente e distribuir tal conteúdo”¹⁶. Apesar desta licença ser destinada para fins restritos de operações e melhoria dos serviços Google, ela perdura até mesmo quando o usuário deixa de utilizar os serviços, ou seja, trata-se de um modelo altamente autoritário e sem volta para o usuário, que não poderá “copiar, modificar, distribuir, vender ou alugar qualquer parte de nossos Serviços ou o *software* incluso [...] exceto quando você tiver nossa permissão por escrito”¹⁷.

Foucault (2006) trata a função do autor como uma forma de caracterização e controle do discurso, em que a autoria “assegura uma função classificatória; tal nome permite reagrupar um certo número de textos, delimitá-los, deles excluir alguns, apô-los a outros” (FOUCAULT, 2006, p. 273). Notamos o poder jurídico atuando de modo a proibir o autor de ser o autor de sua publicação, mas há a possibilidade de o Google conceder autorização ao usuário da sua própria autoria, o que significa poder controlar toda a informação e utilizá-la da maneira que melhor lhe convier, porém, apesar de percebermos o poder-lei

¹⁶ Trecho disponível em: < <http://www.google.com/intl/pt-BR/policies/terms/>>. Acesso em 24 jan. 2014.

¹⁷ Idem.

atuando com autoridade, há algumas contradições com relação aos direitos autorais no mundo digital. Lessig¹⁸ (2004) propõe que quanto mais leis e controles estiverem protegendo os autores e também grandes conglomerados informacionais e comerciais, menos cultura criativa irá ser criada. O fato de ser possível reproduzir, recriar, copiar, fazer ajustes, alterar, são fatores que melhorariam a produção cultural. Por outro lado, Keen (2009) contesta Lessig, pois acredita que a maior parte do conteúdo que está sendo compartilhado foi composto, escrito por alguém e deve ter os seus direitos preservados ou pelo menos citados. “Recortar e colar, é claro, é uma brincadeira de criança na web 2.0, tornando possível uma nova geração de cleptomaníacos intelectuais, que pensam que sua capacidade de recortar e colar uma opinião ou um pensamento bem formulados os transforma em seus” (KEEN, 2009, p. 26). Para Keen (2009), quanto mais possibilidade de compartilhamentos sem o devido direito autoral e de forma amadora, menos cultura, menos notícias confiáveis e mais informações inúteis teremos.

2.6 Lógica dos serviços

A premissa da melhoria dos serviços Google está focada em fornecer a melhor experiência ao usuário: “quando os usuários compartilham informações conosco, nós somos capazes de criar serviços e produtos que sejam relevantes para eles [...] e os recursos de melhoria de privacidade”¹⁹. Mas ao questionarmos o que significa esta privacidade para o Google, percebemos que o Google não é democrático, pois essa privacidade é ressignificada em permissão de usos e modificações pelo Google e por terceiros, ou seja, as informações dos usuários estão em segurança para eles, mas caso o próprio usuário queira recuperar suas informações, isso não é possível. A privacidade passa de segurança dos dados do usuário a um rastreamento, armazenamento e cruzamento de informações cada vez mais detalhado para fornecer ao usuário melhores produtos, anúncios relevantes e contextualizados e esse serviço direcionado é que faria com que o usuário, tomado como público consumidor, se tornasse fiel ao Google.

¹⁸ Lawrence Lessig é o fundador do Creative Commons, órgão que trata de licenças públicas e traz a ideia de copyleft, que objetiva “a criação de uma coletividade de obras culturais publicamente acessíveis, incrementando o domínio público e concretizando as promessas da internet e da tecnologia de maximizar o potencial criativo humano” (LEMOS, 2005, p. 84).

¹⁹ Trecho disponível em: < <https://www.google.com/intl/pt-BR/policies/technologies//>>. Acesso em 24 jan. 2014.

O Google coloca que: “a nossa ambição é ser a liderança em inovação tecnológica”²⁰, e essa inovação depende da matéria-prima humana, ou seja, necessita que as pessoas divulguem suas informações, porém, a política de privacidade não pode resguardar todas as informações somente ao usuário, pois senão, não haveria inovação tecnológica, daí a imensa contradição/paradoxo no que diz respeito à questão da privacidade, pois não opera como via de mão dupla e sim de mão única.

Outra questão que podemos constatar é a necessidade de se conseguir cada vez mais a verdade, as informações autênticas dos usuários, criando, por exemplo, a rede Google +, que pretende ser uma rede social mais segmentada para organizar os contatos sociais: amigos, família, trabalho, etc. e, assim, compartilhar informações precisas em cada grupo. Esse compartilhamento faz com que usuários falem mais abertamente em seus grupos específicos em que ocupam diferentes posições de sujeito e, assim, é possível apreender, com maior possibilidade de “verdade”, os discursos que circulam no Google, evidenciando uma estratégia de poder-saber: quanto mais se sabe sobre determinado assunto, mais poder se tem para controlá-lo e quanto mais autenticidade se tem sobre os discursos, certificando-se de que o que se busca é verdadeiro e não *fake* ou brincadeiras, mais acertadamente se sabe sobre o que as pessoas falam, como falam, como se comportam, como se posicionam, o que desejam, etc.

Conclusão

Percebemos que a principal tática do poder para o funcionamento do Google é a utilização do poder estratégico ou poder-prazer por meio da *polivalência tática dos discursos* em que é possível a ideia de uso democrático circular, de forma a dar a sensação de liberdade aos usuários, fazendo com que os mesmos acreditem que o Google é democrático e que podemos pesquisar, falar, fazer qualquer coisa e, assim, sem conhecimento de que tudo o que se faz, se fala, se posiciona é registrado, continuam a alimentar o enorme banco de dados do Google, sem ao menos se darem conta de que, no momento em que clicam em “enviar”, não são mais donos das suas falas, pois tudo passa a ser de propriedade do Google.

E é assim que, controlando todas as pesquisas sobre tudo o que se diz é que “[...] mecanismos de busca como o Google sabem mais sobre nossos hábitos, interesses e desejos do que nossos amigos, nossos entes queridos e nosso psiquiatra juntos” (KEEN, 2009, p.

²⁰ Trecho disponível em: < <https://www.google.com/intl/pt-BR/policies/technologies//>>. Acesso em 24 jan. 2014.

25). Portanto, pela incitação ao uso contínuo do Google é possível apreender certas necessidades, certos discursos e devolver ao usuário novas formas de se comunicar, novos produtos, anúncios contextualizados com as necessidades e desejos e publicidades relevantes.

Observamos que o poder jurídico se apresenta na proibição de algumas ações por parte do usuário e a total autonomia em “manusear” as informações dos usuários, como descrito nos direitos autorais, dando total poder e posse ao Google para poder utilizar de qualquer maneira os dados dos usuários e negando totalmente, inclusive, a recuperação desses dados por parte do usuário. É pela maneira como o poder jurídico atua que percebemos que, aquilo que no imaginário popular seria a democracia, é um equívoco.

Com o poder disciplinar podemos perceber que o mesmo atua na relação poder-saber, pois pela *regra da imanência*, por meio do registro contínuo e estatístico, é possível gerar conhecimento. Esse mecanismo estatístico, próprio do funcionamento da maioria dos serviços dispostos na internet, pode ser executado no Google por meio dos *cookies* que fazem todo o rastreamento de informações e armazenamento de dados como um *panóptico eletrônico* (ALBRECHTSLUND, 2008).

Com isso, percebemos que o discurso que circula como verdade é que há uma liberdade de utilização de serviços na internet, como o Google, e é por isso que cada vez mais se publica o que se pensa, o que se quer (compreendendo essas ações como confissões para se apreender saberes) e mais o Google apreende tudo isso, transforma essa informação em conhecimento e passa a exercer um controle²¹, como se o Google determinasse o agendamento dos assuntos a serem veiculados. Assim, mesmo os termos de serviços e políticas de privacidade estarem a disposição de qualquer usuário, é por meio da disciplinarização e pelo poder estratégico que certos discursos passam a ser tomados como verdadeiros.

O poder de controle que o Google exerce sobre nossas informações seria o que Castells (1999) coloca como sendo um novo capitalismo, chamado informacionismo, em que uma nova economia emerge com as implicações do sistema informacional, ou seja, “a lucratividade e a competitividade são os verdadeiros determinantes da inovação tecnológica e do crescimento da produtividade” (p. 136). E na era da informação, o que seria mais

²¹ Vale ressaltar o documentário de 2006 O mundo segundo o Google (*Le monde selon Google* – título original), dirigido por IJsbrand Van Veelen em que traz questionamentos sobre o Google se tornar uma nova Biblioteca de Alexandria ou um monopólio que desafia a liberdade de expressão. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=sWxTrKlCMnk>>.

valioso senão o gerenciamento e controle da informação gerando novas informações, novos produtos, novas tendências, novas falas ou o controle do que se fala?

Essa dinâmica do poder pode ser entendida quando se obtém informação, se compila dados e, com isso, novos discursos são apreendidos. Esse cruzamento de informações e geração de dados, estatísticas, tendências, etc. é devolvido ao usuário em forma de novos serviços, novos discursos, novos modos de ser e devemos lembrar do controle do que é dito e do que é tido como válido, como verdadeiro pelos usuários, pois para Foucault (1970), o discurso é controlado em toda a sociedade, seja pela incitação, seja pela exclusão, pelo interdito. O interdito nos dá a consciência de que não podemos falar tudo o que queremos para qualquer pessoa e em qualquer lugar. A palavra interdita funciona como tabu, limitando certos dizeres e fazendo outros se tornarem recorrentes, ou seja, há um poder disciplinador que controla os discursos para que certos temas não sejam incitados em determinados lugares.

Porém, há uma situação chamada bombardeio do Google, em que qualquer pessoa que sabe manipular as técnicas de busca pode criar *hiperlinks* e *links* cruzados para determinadas páginas para esse resultado ser o primeiro na busca ou os primeiros ou mesmo nem aparecer. “Esses bombardeios estão tentando corromper a “sabedoria” coletiva armazenada no algoritmo do Google” (KEEN, 2009, p. 91), o que nos leva a pensar que esse tipo de ação pode ser utilizada para controlar a opinião popular e direcionar os discursos a serem discutidos, ou seja, será que há controle do que é dito? Qual seria, então, a sabedoria das massas, os discursos das massas? Os usuários estão sendo vítimas da própria fala, porém com a sensação de liberdade de pensamento? Podemos pensar em mudos falando com mudos?

Sendo assim, percebemos que não há discurso neutro com relação à liberdade de expressão na rede e cabe ressaltar alguns movimentos que lutam pela neutralidade da rede, como o *Save the Internet*²², um movimento norte-americano que luta para não haver o controle de como os usuários utilizam a rede, não obstruir o acesso à internet (acelerando ou retardando o fluxo de informações) e poderem utilizar equipamentos, aplicativos e serviços sem interferência de fornecedores da rede. Percebemos, então, como o Google atua na disseminação e controle de certos temas, certos discursos e, cada vez mais no controle das próprias pessoas, suas ações e pensamentos e, se para Keen (2012, p. 39), “o Facebook está se tornando a própria imagem da humanidade”, apreendendo identidades, falas e comportamentos, por que não pensar o mesmo do Google?

²² Disponível em: <<http://www.savetheinternet.com/sti-home>>. Acesso em 11 set. 2013.

REFERÊNCIAS

ALBRECHTSLUND, Anders. Online social networking as participatory surveillance. **First Monday**, Volume 13, número 3, Março 2008. Disponível em <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/2142/1949>. Acesso em 22 Ago. 2011.

ANDREJEVIC, Mark. The work of watching one another: lateral surveillance, risk and governance. **Surveillance & Society People watching people**. 2 (4): 479-497, 2005. Disponível em: [http://www.surveillance-and-society.org/articles2\(4\)/lateral.pdf](http://www.surveillance-and-society.org/articles2(4)/lateral.pdf). Acesso em 19 Ago. 2011.

BUZATO, Marcelo El Khouri; SEVERO, Cristine Gorski. Apontamentos para uma análise do poder em práticas discursivas e não-discursivas na WEB 2.0. In: **Anais do IX Encontro do Celsul**. Palhoça, SC, out. 2010. Disponível em: <http://www.celsul.org.br/Encontros/09/artigos/Marcelo%20Buzato.pdf>. Acesso em 08 out. 2010.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. V1. 11. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTRO, Edgardo. **Vocabulário de Foucault**: um percurso pelos seus temas, conceitos e autores. Trad.: Ingrid Müller Xavier. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. Tradução: Roberto Machado. 14.ed. Rio de Janeiro: Graal, 1999.

_____. **História da Sexualidade**: a vontade de saber. Tradução: Maria Thereza da Costa Albuquerque; J.A. Guilhon Albuquerque. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

_____. **Vigiar e Punir**. Tradução: Raquel Ramalhete. 30. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1975.

_____. **A ordem do discurso**. Tradução: Laura Fraga de Almeida Sampaio. 1970. <http://www.scribd.com/doc/2520353/Michel-Foucault-A-Ordem-do-Discurso>. Acesso em 20 dez. 2010.

_____. O que é um autor. In: FOUCAULT, Michel. **Estética: literatura e pintura, música e cinema**. Tradução: Inês Autran Dourado Barbosa 2.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

KEEN, Andrew. **Vertigem digital**: por que as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando. Tradução Alexandre Martins. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

_____. **O culto do amador**: como blogs, myspace, youtube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores. Tradução Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

LEMO, Ronaldo. **Direito, tecnologia e cultura**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.

LESSIG, Lawrence. **Cultura Livre**: como a mídia usa a tecnologia e a lei para barrar a criação cultural e controlar a criatividade. Trad.: Fábio Emilio Costa. Creative Commons. 2004. Disponível em: <http://www.rau-tu.unicamp.br/nourau/softwarelivre/document/?view=14>. Acesso em 18 Out 2011.

PINTO, Maurício Frutuoso. Democracia e participação na era da informação. **Revista Espaço Acadêmico**, n 38, ano IV Julho 2004. ISSN 1519.6186. Disponível em: <http://www.espacoacademico.com.br/038/38cpinto.htm>. Acesso em 10 Out. 2011.

TURCHI, Sandra. **A internet é democrática**. 2009. Disponível em: <http://www.sandraturchi.com.br/destaque/09/a-internet-e-democratica>. Acesso em 13 Out. 2011.