

**Ecopolítica: governamentalidade planetária, novas
institucionalizações e resistências na sociedade de controle**

Projeto Temático FAPESP

Domínio de Internet e metodologia eletrônica

Relatório 2011

A primeira década do século XXI traz, entre outras marcas, a da consolidação de um oráculo considerado infalível de acesso fácil e rápido por meio de qualquer computador pessoal conectado a internet. Em um passado recente, para obter informações e respostas às perguntas das mais triviais às mais inusitadas era preciso tempo de pesquisa em bibliotecas, arquivos e consultas a pessoas com conhecimento acumulado. Hoje, diante de qualquer dúvida, a expressão recorrente é invariavelmente: *joga no Google*.

Não seria exagero dizer que essa ferramenta de busca se tornou um poderoso produtor de verdades; ainda que suas formulações sejam sempre passíveis de revisões, muitas vezes modificadas, propositalmente, para produzir equívocos, como na *Wikipédia*, e revelar, escancaradamente, documentos rubricados sigilosos como a *Wikileaks*. Esse fazer e refazer das veridicidades na *web* funciona como produtor de verdades pelo critério da repercussão e da referência mútua. Não se ignora a autoridade deste ou daquele produtor de conteúdo, mas a *força* de um discurso construído na internet reside,

em grande medida, no volume de consumo e de edição coletiva ou no número de acessos do que é *postado*.

Diante de tal constatação, não se deve ignorar o efeito do Google em pesquisas contemporâneas e na produção de conhecimento, em especial, na área de ciências humanas. Nos limites desse relatório, o objetivo é apontar algumas características que incidem e condicionam as pesquisas nessa ferramenta. Não está em jogo afirmar que há uma determinação na seleção dos resultados, mas que ao trabalhar com uma ferramenta de eficácia indiscutível para a busca de textos, artigos e informações das mais variadas formas e fontes, qualquer um se encontra em um campo monitorado que pode condicionar a conduta de um pesquisador eletrônico. Mesmo que este se distancie da quimera, sempre associada ao uso das mídias digitais que, ao se inserir nesse jogo cada usuário torna-se, automaticamente, produtor de conteúdo.

Interessam aqui, alguns apontamentos acerca da ação da empresa Google e sua expansão na internet em variados projetos e a ação de empresas prestadoras de serviço de *Page Rank*. Buscou-se traçar as linhas iniciais da produção da verdade na internet, segundo a racionalidade *neoliberal*, na qual a conduta do consumo é mais importante e rentável que a lógica da produção, hipótese que acompanha as indicações de Michel Foucault. Mesmo desconhecido a explosão da rede mundial de computadores, as suas indicações acerca dessa racionalidade específica são de grande relevância para essa breve análise: o ambiente da internet realiza, quase que completamente, o ambiente de liberdade desejado por essa racionalidade: regras modais e pré-definidas — contingentes, necessárias e cheias de possibilidades — que incidem sobre a conduta de usuários e regulam a interação entre eles, com mínima interferência da máquina estatal (Cf. Foucault, 2008: 221-246)¹.

¹ O recente debate no congresso estadunidense a respeito da criação de novas regulamentações para o ambiente digital e a correspondente indignação de empresas como Google, Facebook, Wikipédia e suas versões mais militantes como o *Anonymus*, apenas reafirmam a pertinência da

O condicionamento das pesquisas no Google não é um segredo, tampouco uma artimanha para enganar seus usuários, ao contrário, o condicionamento de preferências, a partir da conduta do usuário, é uma *vantagem* oferecida a quem escolhe, livremente, utilizar não apenas a ferramenta de busca, mas o conjunto de serviços Google (Cf. *Política e Princípios do Google*²).

A identidade que possibilita o monitoramento das condutas eletrônicas é o IP (Internet Protocol) de cada máquina conectada na rede. O Google, por sua vez, expande esse monitoramento ao possibilitar o acesso aos seus serviços para além da ferramenta de busca (como *YouTube; Gmail; Google Plus; Orkut, Chrome* dentre outros), apenas quando os usuários estão logados. Leva-se em consideração o IP, mas pelo perfil nas diversas ferramentas, o monitoramento é *personalizado*. Não se trata apenas de localizar a posição espacial dos usuários, como é possível pelo funcionamento do IP, mas de traçar um perfil de cada um por meio de uma *ID Google* (uma identidade construída constantemente pelo reunião de informações obtidas por meio das condutas de acesso de cada usuário). Trata-se de um controle para além da localização espacial, na medida em que esses produtos captam os usuários em movimento, pois o seu uso se tornou cada vez mais regular pela conexão móvel de *tablets, smartphones e notebooks*. Assim, busca-se, sobretudo, a conduta desse usuário como consumidor, que é também um produtor e propagador de conteúdos. O que ele compra, vê, assiste, baixa, visualiza, lê e edita, são transformados em capital a

hipótese. Referimos aqui, à polêmica instalada, no final de 2011, em torno da proposta dos projetos lei SOPA (*Stop Online Piracy Act*, Pare com a Pirataria On-line, em tradução livre) e PIPA (*Protect IP Act*, ato para proteção da propriedade intelectual), o que também sublinha que não haver capitalismo sem roubo ou apropriação de produção.

² <http://www.google.com/intl/pt-BR/policies/>. Acesso em 03/03/2012.

ser gerenciado pelas empresas de software, hardware e outros serviços, não necessariamente ligados à internet³.

Criada como empresa em 1998 pelos estudantes da *Stanford University*, Sergey Brin e Larry Page, o Google é hoje uma das empresas mais valorizadas na NASDAQ, atingindo cifras lucrativas cada vez mais altas, mesmo em meio a uma alegada crise global. Para a produção desse infinito fluxo de negócios, seu principal produto é a fidelidade dos usuários, com suas regularidades, acessos diários e capacidade de mensuração destes. O Google possui um enorme contingente virtual sob o seu domínio, um público fiel que pode ser acessado em conjunto e/ou individualmente. Essa potencialidade é que o faz uma ferramenta tão poderosa. Em resumo, o principal produto do Google e seus variados serviços é a conduta de consumo, confirmando e ampliando o princípio da racionalidade neoliberal de que o consumo é produtor de valor, benefício político e exercício livre de cidadania no interior do que chama de Estado de direito.

Em uma busca, o *ranqueamento* de páginas se dá por meio do histórico de acessos de um usuário aos serviços do Google. Assim, o cruzamento de conteúdos de e-mails, perfil no *Google+*, conduta no navegador *Chrome* e de buscas anteriores, elencarão o que pode satisfazer a busca do usuário. Criam o *seu* ranking de preferências, mapeando os ininterruptos processos de escolhas e os caminhos de navegação. Estará garantido um resultado de busca segundo cada usuário, além da visualização dos links patrocinados que aparecem no canto superior direito da tela a partir da palavra-chave inserida. A maneira

³ Essas condutas de produção, financiamento e consumo coletivos encontram-se, de maneira mais ativa e avançada, nas práticas de *crowdsourcing* (que opera inovações colaborativas, como a Wikipédia), *crowdfunding* (que opera financiamento de projetos sociais, produtos culturais e até jogadores de futebol, de maneira colaborativa) e sites de compras coletivas (que viabilizam descontos em serviços e produtos, de restaurantes a cabeleireiros, mediante a reunião de grupos que compram pacotes fechados). Sobre essas condutas digitais ver <http://www.crowdsourcing.org/>, para *crowdsourcing* e *crowdfunding*, além de <http://crowdfundingbr.com.br/>. Para um exemplo dessa atividade no Brasil. Ver também www.peixurbano.com.br, o site de compras coletivas mais utilizados.

como os sites são desenvolvidos, também condiciona a posição em que estes aparecem elencados, segundo a relevância medida pela quantidade de links e palavras relacionadas no interior do site. Assim, há uma propaganda aberta e paga sugerida por meio da palavra-chave utilizada, mas os resultados, tidos como objetivos e gerais, aparecem segundo as preferências e histórico de navegação de quem consulta, além do volume de links e palavras no interior de um site. Em resumo, a mesma palavra-chave, cruzada com variáveis adquiridas por meio do comportamento do usuário e inserida por pessoas diferentes, produz resultados de pesquisa *personalizados*.

É possível fazer um site aparecer na primeira página de resultados de pesquisa do Google, desde que considere essas variáveis. Para isso, há empresas especializadas em desenvolvimento de sites segundo essa possibilidade, recebem treinamento do próprio Google⁴. Esse serviço é conhecido como SEO, abreviação em inglês de “Otimização do Mecanismo de Pesquisa”, segundo a definição do próprio Google⁵.

O rastreamento de sites pelo Google é realizado pelos *GoogleBots*:

“O rastreamento é o processo pelo qual o Googlebot descobre páginas novas e atualizadas para serem incluídas no índice do Google.

Nós usamos um grande conjunto de computadores para buscar (ou “rastrear”) bilhões de páginas na web. O programa que faz a busca é chamado Googlebot (também conhecido como robô, bot ou spider). O Googlebot usa um processo de algoritmos: programas de computador que determinam quais sites devem

⁴ Entre elas: OrangeFive (<http://www.ao5.com.br/otimizacao-de-sites-seo.php?gclid=CKPklqX6yq4CFRMr7AodNDUHAQ>). Acesso em 03/03/2012.

⁵ Cf. <http://support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=pt-BR&answer=35291>. Acesso em 03/02/2012.

ser indexados, com que frequência e quantas páginas devem ser buscadas em cada site.

O processo de rastreamento do Google começa com uma lista de URLs de páginas web, gerada a partir de processos anteriores de rastreamento e aumentada com dados dos Sitemaps fornecidos por webmasters. Conforme o Googlebot visita cada um desses sites, ele detecta os links de cada página e os inclui na sua lista de páginas a serem rastreadas. Novos sites, alterações em sites existentes e links inativos serão detectados e usados para atualizar o índice do Google.

O Google não aceita pagamento para rastrear um site com mais frequência e mantemos a área de pesquisa de nossos negócios separada dos nossos serviços geradores de receita do AdWords.”⁶

A classificação de um site pode ser melhorada com a contratação das empresas citadas anteriormente e que enquadrarão o site em algumas exigências do Google. São elas:

- Construa um site com uma hierarquia clara e links de texto. Cada página deve ser acessada a partir de pelo menos um link de texto estático.
- Mostre aos usuários um mapa do site que relacione o tópico às partes importantes do seu site. Se o mapa do site tiver muitos links, convém dividi-lo em várias páginas.
- Utilize um número razoável de links por página.

⁶ <http://support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=pt-BR&answer=70897>. Acesso em 03/03/2012

- Crie um site útil, com muitas informações e páginas que descrevam de forma clara e precisa o seu conteúdo.
- Pense nas palavras que os usuários digitariam para encontrar as suas páginas e verifique se elas aparecem no seu site.
- Tente usar texto, em vez de imagens, para exibir nomes, conteúdo ou links importantes. O rastreador do Google não reconhece texto contido em imagens. Se for necessário usar imagens para conteúdo de texto, avalie a possibilidade de usar o atributo "ALT" para incluir algumas palavras de texto descritivo.
- Verifique se os elementos <title> e os atributos alt são descritivos e precisos.
- Verifique se há links quebrados e corrija o código HTML.
- Se você decidir usar páginas dinâmicas (por exemplo, o URL que contém um caractere "?"), saiba que nem todos os spiders de mecanismos de pesquisa rastreiam as páginas dinâmicas e estáticas. Isso ajuda a manter os parâmetros curtos e a quantidade desses parâmetros pequena.
- Revise nossas práticas recomendadas para [imagens](#) e [vídeo](#).

Essa breve descrição de alguns critérios de *ranqueamento* e desenvolvimento de sites, a partir do objetivo *aparecer na primeira página do Google*, aponta para os condicionamentos que incidem sobre uma pesquisa a partir dessa ferramenta de busca. De um lado, há a reiteração da impossibilidade de uma pesquisa neutra e de acesso livre. Ela está condicionada,

desde o início, pela conduta e histórico eletrônicos do usuário em um determinado IP e pelo grau de adequação dos sites às regras do Google. O que cada usuário compra, vê, baixa ou conversa, condiciona o que será oferecido a ele. De outro lado, esse condicionamento produz resultados segundo a regularidade dos interesses do usuário de um determinado IP ou de um determinado perfil, ou seja, o histórico acumulado de sua conduta eletrônica.

O interesse específico de um pesquisador, presente em sua caixa de e-mails e/ou regularidade de buscas, pode comprometer ou otimizar seus resultados de pesquisa. Por exemplo, se em seu e-mail há uma recorrência da palavra *palmeiras*, os banners de propaganda ou notícias, e mesmo os resultados de busca na ferramenta, vão privilegiar o time de futebol paulista e/ou os lugares onde se encontrem essas árvores. Isso ocorre porque o algoritmo que mensura a conduta eletrônica do usuário, segundo a política de privacidade do Google, contabiliza o número de vezes que uma palavra aparece em seu e-mail, perfil em rede social, etc., cruzando com o conjunto de informações que você acessa. Isso também é verdadeiro para a regularidade do uso de palavra na ferramenta de busca. Por exemplo, se o usuário utiliza com frequência a palavra futebol na busca do Google, quando ele for fazer uma busca por camisas, o resultado privilegiará camisas de times de futebol ou apropriadas para a prática desse esporte, mesmo que a intenção subjetiva do usuário seja encontrar camisas de sociais ou camisas esportivas.

O pesquisador que utiliza a ferramenta eletrônica de busca tem sua pesquisa mapeada e monitorada pelas empresas que criam uma *realidade Google*, segundo os critérios de *ranqueamento* expostos anteriormente. Isto aponta para a ampliação de possibilidades de acesso à informação, como ampliação do espaço virtual de governo por essas empresas, que se forma pela fé que cada usuário deposita na capacidade de resposta do suposto *oráculo Google*. Em resumo, o Google pretende, por meio desse processo, antecipar o *desejo* de cada usuário.

Cada pesquisador não deve ignorar esses condicionamentos que pretendem rastrear e catalogar todo o disponível na internet para gerar o resultado mais exato. A partir daí, o pesquisador deve fazer dos levantamentos eletrônicos apenas um momento de sua atividade, atento ao risco de ser incluído na *realidade Google*, e se tornar um *hakikomori*⁷.

Uma deriva possível para o pesquisador que utiliza o meio eletrônico sem professar sua fé nele, diz respeito à atenção com o uso e a consistência das palavras. Da mesma maneira que em o momento de ostensiva repressão aos anarquistas no final do século XIX, levou-os a buscar o termo *libertário* para designar suas práticas, hoje, quando as palavras e o texto são o principal meio de acesso e *ranqueamento* nos monitoramentos eletrônicos, é preciso atenção para o campo de governo eletrônico que se forma em torno delas.

Uma palavra incomum pode aparecer para o pesquisador que a encontra, por meio do Google, designando uma série de práticas, observando precisamente a sua recorrência de aparição nos meios eletrônicos em diferentes textos ou situações. Foi o que aconteceu neste ano do Projeto Temático Ecopolítica (PTE), quando a pesquisa no fluxo de *direitos*, atentou para a palavra *resiliência*, que depois se mostrou recorrente e pertinente não apenas em outros meios discursivos, mas nas pesquisas do outros fluxos do PTE. Ainda que suas buscas iniciais estivessem condicionadas pelas regularidades da pesquisa, ao deslocar-se e escavar para além das primeiras páginas de resultados, encontrou-se outros campos na *web*. Mesmo assim, interessa ao PTE as palavras que poderiam escapar a esse campo eletrônico de governo, o que segundo as seguidas atualizações e ampliações dos *bots*, não apenas do Google, faz parecer impossível. Acompanhar o funcionamento desse tipo de ferramenta computo-informacional sugere que não há produção discursiva que não esteja recoberta

⁷ Termo japonês que designa jovens que se retiram completamente do convívio social para viver exclusivamente em seus quartos e conectados ao mundo via internet. Ver Relatório Principal *Ecopolítica* em área restrita.

pelo campo eletrônico. Mesmo o vírus digital, que na aurora da internet, fora apontado como possível resistência a essas máquinas de palavras e algoritmos matemáticos, encontra-se tragado nessa lógica colaborativa de atualização constante, na medida em que são criados e combatidos simultaneamente pelos mesmos desenvolvedores.

Por fim, essa breve investigação acerca das incidências e dos condicionamentos na principal ferramenta de busca da internet indica uma política na qual a produção do *conhecimento livre*, a defesa reiterada da *liberdade de expressão* e as *práticas colaborativas*, próprias da forma de vida no interior da internet, dimensionam a expansão da convocação à participação como característica da sociedade de controle. Não por uma inferência, mas precisamente porque a internet não apenas se pretende um instrumento democrático, mas se constitui como uma geradora de valor por meio de uma cultura da participação voluntária (Shirky, 2011: 144-160).

A democracia é considerada menos como regime de governo e mais como forma de vida governamentalizada em função da melhoria das condições de vida das pessoas e do planeta: conduta participativa esperada e estimulada nas comunidades virtuais e nas redes sociais digitais, nos grupos de produtores virtuais, e, também, nas comunidades de periferias, na vida das empresas, nas ONGs, OSCIPs e grupos políticos de pressão, produzindo uma interação na qual a conexão digital é apenas um momento dessa cultura, mesmo sendo o seu grande momento.

O funcionamento da ferramenta de busca mostra que a expansão da liberdade de circulação e a variedade de escolhas oferecidas pelas facilidades eletrônicas, funcionam na produção de vidas governadas na qual o campo eletrônico faz o papel de elo decisivo. Constitui-se uma vida que ao mesmo tempo monitora e é monitorada.

Referências

Livros

Foucault, Michel. *Nascimento da biopolítica*. Tradução Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

Shirky, Clay. *A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado*. Tradução de Celina Portocarrero. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

Sites

Home Google

www.google.com.br

Crowdsourcng.org. The Industry Website TM.

<http://www.crowdsourcing.org/>

Crowdfunding Brasil

<http://crowdfundingbr.com.br/>

Peixe Urbano. Exploring the city

www.peixeurbano.com.br