

Web e redes sociais: as novas trilhas da censura¹

Romain Badouard²

Introdução

A defesa da liberdade de expressão não consiste apenas na garantia do direito ao seu exercício: também exige proteger as infraestruturas técnicas que ensejam a sua realização. Se a Internet, desde a sua criação, foi vista pela grande maioria das pessoas como uma rede de comunicação a serviço da liberdade de expressão, deve-se, destacadamente, ao fato de que a sua arquitetura descentralizada facilita a publicação e a circulação dos conteúdos e dificulta as práticas de filtragem e de bloqueio das informações.

Assim, na rede, todos os pontos conectados, isto é, todos os computadores, os tablets e os telefones, são, ao mesmo tempo, polos de geração e de recepção de informações. Os veículos de mídia tradicionais representam o modelo do “um-para-todos”: para um polo único de geração e emissão, existem múltiplos polos de recepção da informação. A Internet, por sua vez, corresponde ao modelo do “todos-para-todos”, onde cada internauta é, potencialmente, ao mesmo tempo, receptor e gerador. Neste sentido, a Internet promoveu uma abertura sem precedentes do debate público, ao dar voz a cada cidadão, sobre os temas da atualidade.

O formato reticular e descentralizado da Internet possibilita se libertar das práticas habituais da censura: quando, para a mídia tradicional, basta um governo ou uma empresa fiscalizar o polo de emissão de uma informação para travar a sua circulação, na Internet, fiscalizar um nó da rede não impede que a informação circule por outros nós.

¹Apresentação para o colóquio “A censura à prova do tempo”, 3-4 de maio de 2018, Rio de Janeiro.

²Professor conferencista da Universidade de Cergy-Pontoise, na França. Suas pesquisas se concentram em movimentos de opinião, mobilizações políticas e a participação cidadã através da Internet. Ele publicou em 2017 *“Le désenchantement de l’internet. Désinformation, rumeur, propagande”* (“O desencantamento da Internet. Desinformação, rumores, propaganda) pela editora FYP.



Entretanto, esta característica não significa que os governos não disponham de algum meio de intervenção na Internet. Cada um deles controla, especificamente, os pontos de interconexão da sua rede nacional com a rede internacional (isto é, a “rede das redes”, em inglês, o *inter-network*, abreviado como “Internet”). A partir daquele ponto de interconexão, um governo pode bloquear determinados sites, filtrando os endereços URL que permitem acessá-los: na China, na Rússia e em alguns países do Oriente Médio, por exemplo, o acesso às redes sociais é limitado, até mesmo fechado. Além disso, nos países autoritários como nas democracias ocidentais, o poder público lança mão de diversas formas de controle sobre os conteúdos circulando na rede: quer seja humana, por meio de uma “cyber polícia”, ou automática, com o auxílio de dispositivos de *deeppacketinspection* que “escaneiam” automaticamente os dados, em busca de determinadas palavras-chaves. Este é o caso da França, por exemplo, após a lei de programação militar de 18 de dezembro de 2013, autorizando o “acesso administrativo” aos dados armazenados pelos provedores de acesso à Internet e pelos hospedeiros, e depois da lei de 24 julho de 2015, sobre inteligência, que obriga os mesmos provedores a instalar dispositivos de análise automática dos dados nos seus equipamentos de acesso, de modo a vigiar os dados de conexão dos seus clientes; essas “caixas pretas” estão ativas desde o final de 2017.

Além da vigilância dos governos, as novas formas de censura próprias da web e das redes sociais têm como característica uma forma de delegação dos poderes de filtragem e de bloqueio dos conteúdos. Tal delegação ocorre a partir das autoridades públicas, que dispõem de legitimidade democrática, em direção a empresas privadas – ou seja, os donos das grandes plataformas da web, que não prestam necessariamente conta das suas práticas aos seus usuários. Essas novas formas de censura assumem duas dimensões interligadas. A primeira é tecnológica. Se, em vez de olhar para os mecanismos de filtragem e de bloqueio da informação, olharmos para a maneira como são configurados os dispositivos que permitem tomar a palavra, percebe-se que estes submetem o que pode ser dito a importantes restrições. Por exemplo, embora as redes sociais acompanhem um



movimento de liberação da palavra cidadã, elas enquadram, orientam e cerceiam esta liberação em função das próprias características.

A segunda é econômica: embora a Internet seja uma rede descentralizada, os internautas acabaram operando, por causa da maneira com a utilizam, uma forma de recentralização da web. Serviços como aqueles oferecidos pela Google ou o Facebook ficaram tão populares que representam uma parte nada desprezível do tráfego da Internet, além de uma parte relevante das trocas que circulam online passa pelos seus servidores, que se tornam pontos de fiscalização a partir dos quais podem ser exercidas formas de bloqueio e de filtragem da informação. Aqui, a posição oligopolista de alguns gigantes da web no mercado da informação é que lhes confere poderes políticos de censura.

1. O design das tecnologias de expressão

As obras do filósofo Michel Foucault sobre o poder mostraram que para entender o funcionamento dos modos de governo da população em um país, não basta olhar para os obstáculos que limitam o poder de agir das pessoas, mas que também precisa observar a maneira como se possibilita o exercício das liberdades. O próprio do governo, nas democracias liberais, dizia, é menos impedir as pessoas de fazer as coisas, do que configurar a maneira como são autorizadas a fazê-las, ou seja, permitir que atuem *de determinada maneira*. O pensamento de Foucault irrigou toda uma corrente da pesquisa que focaliza as práticas de deliberação na Internet, impelindo os pesquisadores que pertencem a essa corrente a analisar a configuração das ferramentas que permitem tomar a palavra, e as restrições que impõem sobre a expressão.

Uma boa ilustração dessas restrições pode ser encontrada na rede social Twitter, com seu limite de 140 caracteres (hoje ampliada para 280). Enquanto oferece a possibilidade a qualquer internauta de tomar a palavra e de se expressar publicamente, o Twitter está formatando essa palavra ao obrigar o internauta a produzir mensagens curtas e diretas e, portanto, muitas vezes, a simplificar, até



mesmo a radicalizar o seu pensamento. Resulta que, por meio das tecnologias que desenvolvem, a grande força dos gigantes da web é gerar novas normas de trocas, às quais nos submetemos ao utilizar essas tecnologias.

“Codeislaw” dizia o famoso jurista americano Lawrence Lessig: o código é lei, o código tem força de lei, isto é, online, a limitação tecnológica tem mais valor normativa do que a lei: o que lá fazemos é menos fruto daquilo que a lei nos autoriza a fazer, do que fruto daquilo que a tecnologia nos permite ou impede fazer. As controvérsias em torno do download ilegal a partir do debate dos anos 2000 o demonstram perfeitamente.

O potencial democrático ou autoritário de uma tecnologia nunca reside na tecnologia em si, mas na maneira como é concebida, isto é, no seu *design*. A forma como são exibidos os comentários em um fórum de discussão fornece um bom exemplo: se o fórum for desenhado dentro de uma lógica ante-cronológica, na qual a última mensagem postada aparece no topo, estará promovendo debates dinâmicos, ao incentivar os internautas a reagir; construído numa ótica cronológica, na qual a primeira mensagem postada é que é exibida primeiro, estará promovendo debates construtivos, pois os internautas serão forçados a ler as postagens dos outros antes de postar a sua própria, porém menos ativos – pois a maioria não irá até o fim da leitura; por fim, se em um fórum for possível “curtir” nos comentários, e se os mais “curtidos” forem mostrados no topo das discussões, como no Facebook, então o fórum estará incentivando a cristalização do público em torno de argumentos e posicionamentos, realizando assim uma forma de regulação coletiva dos intercâmbios. Dessa forma, um fórum de Internet não é por si uma tecnologia democrática: conforme o seu design, valorizará determinadas concepções do debate e da cidadania.

Outro elemento relevante do design dos espaços de troca tem a ver com a sua arquitetura, em especial, com o lugar dos algoritmos que proporcionam a visibilidade das informações. Esses algoritmos, especialmente a personalização das informações que possibilitam, são acusados de gerar “bolhas ideológicas” que acabam fortalecendo os internautas nas suas opiniões. Por exemplo, no início dos



anos 2010, a Google tratou de alterar o seu algoritmo de classificação das informações, o *PageRank*, para personalizar os resultados de busca dos internautas. Para tanto, o algoritmo toma por base as buscas anteriores de modo a exibir conteúdos próximos daqueles já consultados. Resultado: quando um internauta utiliza a Google para se informar sobre a atualidade, tenderá a ser confrontado a opiniões e pontos de vista que irão reforçar a suas opiniões já estabelecidas, sendo que, na democracia, para que o debate público funcione, é necessário que os cidadãos sejam expostos a opiniões contraditórias.

Este debate voltou à tona em 2016, com as campanhas eleitorais do Brexit, no Reino-Unido, e da Presidência nos Estados- Unidos. Nas duas ocasiões, as redes sociais, especialmente o Facebook, também foram acusadas de gerar uma forma de enclausuramento ideológico. O foco das acusações contra o Facebook, está no EdgeRank, o seu algoritmo de classificação das informações. Ao contrário do algoritmo de Google que observa um princípio de popularidade – a informação que chega em primeira posição é aquela que foi a mais plebiscitada pelos outros internautas – o EdgeRank obedece um princípio de proximidade: a informação que chega em primeiro lugar é aquela que mais foi compartilhada pelos contatos mais próximos. O Facebook considera que quanto mais interagimos com uma pessoa “curtindo” ou compartilhando seus *posts*, mais os conteúdos que essa pessoa publica são relevantes para nós. Assim os últimos *status* serão valorizados pelo algoritmo na nossa página inicial. Dessa forma, só um de cada cinco conteúdos seria levado ao conhecimento dos internautas na rede social. Um usuário com duzentos amigos, por exemplo, só veria as informações publicadas por quarenta deles, os mais próximos. Ao navegar no nosso *feed* de notícias, são potencialmente 80 % dos *posts* publicados por nossos contatos que acabam escapando à nossa atenção porque o EdgeRank avaliou que estavam muito “distantes” ou muito “diferentes” de nós.

Como para a Google, a problemática em torno da construção dos perfis é, antes de tudo, econômica. Ambas as empresas californianas querem é gerar dinheiro ao nos expor a conteúdos publicitários. Outrora, diriam que essas firmas vendiam “tempo



de cérebro disponível” para anunciantes. As coisas mudaram e hoje fala-se em “economia da atenção”, mas a proposta permanece fundamentalmente a mesma. No caso do Facebook, por exemplo, quanto mais tempo os internautas passam na frente do seu monitor, mais tempo ficam expostos a anúncios publicitários e mais dinheiro a rede social vai ganhando. Para o gigante americano, o desafio é nos manter mais tempo na sua plataforma. Como? Oferecendo conteúdos dos quais gostamos, do mesmo tipo daqueles que curtimos ontem, aqueles postados pelos amigos mais próximos e que se interessam pelos mesmos assuntos. Nem o Facebook nem a Google inventaram tal premissa: está no âmago da construção de perfil que reza que para oferecer o melhor serviço a um internauta, é necessário se basear nos seus usos, comportamentos e práticas de consumo passados. Essa lógica era pertinente enquanto o Facebook ainda era uma rede social que permitia às pessoas interagirem à distância em torno de conteúdos. Do momento que se tornou um dos principais pontos de acesso à informação online (Facebook é hoje uma das primeiras fontes de informação para uma fatia cada vez maior da população, em especial os 18-25 anos), a máquina desregulou-se.

2. Concentração econômica e poder político

É inegável que a Internet propiciou uma profusão das informações. Porém, este estado de “infobesidade” não pode ocultar o fato de que existe um grande desequilíbrio nas informações na Internet, entre “público” e “visível”. Online, pouquíssimos sites arrematam a grande maioria da atenção, ao passo que a imensa maioria dos sites é pouquíssimo visitada. Essa concentração da atenção alcançou tal patamar online que alguns gigantes arrebataram uma enorme fatia dos usos e do tráfego da Internet. Em 2016 por exemplo, a Google (também dono da plataforma YouTube) monopolizou sozinha 30 % do tráfego da Internet na França, e os cinco primeiros provedores de serviços também na França (Google, Netflix, Facebook, Canal+ e Apple) ficaram com mais de 55%. Embora a web abrigue uma grande diversidade de conteúdos, garantindo certo pluralismo da informação, a triagem e a classificação dos sites pelos algoritmos de indexação dos motores de



busca – bem como os de recomendação das redes sociais – geram uma concentração da atenção sobre poucos conteúdos porém muito visíveis.

Essa posição oligopolista no mercado da informação proporciona aos gigantes da web pontos de controle a partir dos quais conseguem exercer formas de filtragem e bloqueio dos conteúdos. Historicamente, os GAFAM sempre defenderam uma postura de bombeiro hidráulico: eles administravam tubulações e não tinham interesse nas informações que nelas circulam. Mas foi paradoxalmente, por injunção do poder público que começaram a filtrar as páginas e as conversas.

Em 2012 por exemplo, quando um filme amador americano postado no YouTube fez a caricatura do profeta Maomé, provocando tumultos em alguns países árabes, a Google bloqueou o acesso ao vídeo em questão. A decisão foi amplamente criticada, em primeiro lugar, pelo caráter unilateral (Google agiu sozinho) e, em segundo lugar, porque era seletiva (só o Egito e a Líbia tiveram o acesso vetado, países onde os protestos antiamericanos foram mais violentos). Este ato de censura, possibilitado pela posição técnica ocupada pela Google na rede, mostrou que os intermediários da informação online, os “infomédiários”, tornaram-se os novos *gatekeepers* (os guardiões) e podiam emitir sentenças outrora exclusivas dos tribunais, sem risco de represálias por parte do poder público.

No mesmo ano, ONGs francesas de combate ao racismo entraram com uma ação contra a Google a respeito da sua busca semiautomática, isto é, as propostas de preenchimento automático, quando um internauta começa a digitar sua busca. De fato, ao digitar o nome de uma personalidade do mundo da cultura ou da política, a palavra “judeu” vinha sistematicamente associada. A empresa californiana se defendeu alegando que, se esse termo era proposto tão sistematicamente na França, era porque os usuários franceses o utilizavam muito (sendo as sugestões diretamente relacionadas com as buscas anteriores realizadas pelos outros internautas), e o caso apenas revelava os estereótipos racistas e antisemitas de parte importante da população. Depois de se recusar, num primeiro momento, a mexer no funcionamento do seu motor, a Google acabou aceitando remover a palavra “judeu” dos resultados. Na época, a decisão foi muito comentada na medida



em que, desde a sua criação, a firma sempre relutara em intervir “manualmente” nos conteúdos, quaisquer que sejam, alegando que não era o seu papel filtrar as conversas na web.

De lá para cá, os atentados jihadistas que castigaram o Ocidente mudaram o jogo. Para lutar contra a propaganda de diversos grupos terroristas, as grandes empresas da web que hospedam conteúdos não titubeiam mais em filtrar conversas, desindexar sites ou cancelar contas. Mesmo que a luta contra o racismo e a propaganda jihadista sejam combates legítimos e importantes, não deixa de ser verdade que uma muralha foi derrubada: a censura exercida por empresas privadas está hoje legitimada na Internet.

Posteriormente, tais práticas foram ratificadas pelas controvérsias em torno das “*fakenews*”, essas notícias falsas às quais está sendo atribuído um papel decisivo nas eleições presidenciais norte-americanas e francesas, e nos referendos britânico e espanhol. Em alguns países, o poder público está se empenhando em criar leis visando limitar a circulação das informações falsas nas redes sociais, especialmente em períodos de campanha eleitoral. É o caso da França. A proposta de lei relativa à luta contra as *fakenews*, em preparação no momento em que estou escrevendo este artigo, possui duas vertentes principais.

A primeira consiste em impor às plataformas de rede social obrigações de transparência sobre o seu processo de alocação de espaços publicitários: concretamente, os internautas deveriam poder conhecer a identidade das entidades ou pessoas que pagaram para patrocinar conteúdos que consultam no Facebook ou no Twitter. A segunda vertente, mais polémica, envolve a instauração de um processo judicial por via liminar autorizando a remoção de um conteúdo, a desindexação de um site ou o cancelamento de uma conta em 48 horas. Esta medida está despertando algumas preocupações quanto às novas formas de censura que poderiam pairar sobre a liberdade de expressão em período eleitoral, ao coibir potencialmente a publicação de revelações por jornalistas, ou ao restringir as possibilidades de expressão política dos cidadãos e da sociedade civil.



Outra consequência da medida seria o aumento da pressão em cima das plataformas, impelindo-as a regular mais ainda as informações nas suas redes. A instauração de um processo judicial por via liminar para lutar contra as “*fakenews*” só irá reforçar o ímpeto de censurar mais ainda a expressão nas suas plataformas, sem a menor transparência. O problema dessas novas formas de censura é que elas dependem de um tipo de delegação de poder de autoridades públicas em proveito de empresas privadas que não possuem qualquer legitimidade democrática, nem precisam prestar contas aos seus usuários. O que se deve exigir das plataformas, em matéria de censura dos conteúdos (às vezes justificada), é um compromisso de transparência quanto aos critérios que regem o seu exercício.

Conclusão

Em janeiro passado, ZeynepTufekci publicou na revista *Wired* um artigo sobre as novas formas de censura que estão surgindo na Internet e que questionam este paradoxo aparente: estamos vivendo uma idade de ouro da liberdade de expressão e, no entanto, nunca foi tão grande na história o poder de alguns agentes sobre a circulação das ideias.

A censura não consiste mais em abafar as vozes que se expressam, mas em interferir sobre a visibilidade e a confiabilidade das informações que circulam. O que as plataformas podem fazer, não é privar uma pessoa de meios para se expressar, mas sim privá-la de atenção. “Não devemos nos resignar” acrescenta em conclusão, “O Facebook tem 13 anos, o Twitter 11 e a Google 19. Com tão poucos anos, a indústria automobilística não tinha desenvolvido o cinto de segurança, nem os airbags”. Assim, novas regras do jogo podem ser impostas aos gigantes da web.

