

## Internet: das ilusões libertárias à realidade do capital financeiro

Marcos Dantas

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação (Brasil)

<https://orcid.org/0000-0002-0171-6567>

Recibido: 13 de septiembre de 2024 / Aceptado: 20 de noviembre de 2024

DOI: <https://doi.org/10.62174/rs.10039>

### Resumen

El texto analiza la evolución histórica y política de internet, desde sus orígenes como un proyecto académico financiado por el Pentágono en los años 70 hasta su masificación y transformación en una infraestructura global. Inicialmente, internet se concebía como una red colaborativa, abierta y libre de control gubernamental, un ideal que ganó fuerza en sus primeros años. Sin embargo, con su expansión mundial a partir de las décadas de 1980 y 1990, el control pasó al sector privado, impulsado por inversores de riesgo y emprendedores de Silicon Valley, consolidando empresas como Google y Facebook. La gobernanza de la red, liderada por instituciones como la ICANN, refleja un modelo supranacional con fuerte influencia de Estados Unidos. Hoy en día, internet enfrenta desafíos relacionados con la consolidación tecnológica y política, alejándose de los ideales iniciales, y evidenciando su papel central dentro del capitalismo global.

**Palabras clave:** internet; gobernanza; neoliberalismo; corporaciones.

### Abstract

The text examines the historical and political evolution of the internet, from its origins as an academic project funded by the Pentagon in the 1970s to its globalization and transformation into a worldwide infrastructure. Initially, the internet was conceived as a collaborative, open network free from government control, an ideal that gained prominence during its early years. However, with its worldwide expansion during the 1980s and 1990s, control shifted to the private sector, driven by venture capital investors and Silicon Valley entrepreneurs, leading to the consolidation of companies like Google and Facebook. The governance of the internet, led by institutions such as ICANN, reflects a supranational model with a strong U.S. influence. Today, the internet faces challenges related to



technological and political consolidation, diverging from its initial ideals and underscoring its central role in global capitalism.

**Keywords:** internet; governance; neoliberalism; corporations..

### Resumo

O texto analisa a evolução histórica e política da internet, desde suas origens como projeto acadêmico financiado pelo Pentágono nos anos 1970 até sua massificação e transformação em uma infraestrutura global. Inicialmente, a internet era concebida como uma rede colaborativa, aberta e livre de controle governamental, um ideal que ganhou força nos primeiros anos de sua existência. No entanto, com a expansão mundial da internet a partir dos anos 1980-1990, o controle passou para o setor privado, impulsionado por investidores de risco e empreendedores do Silicon Valley, consolidando empresas como Google e Facebook. A governança da rede, liderada por instituições como a ICANN, reflete um modelo supranacional com forte influência dos EUA. Hoje, a internet enfrenta desafios de consolidação tecnológica e política, distantes dos ideais iniciais, evidenciando seu papel central no capitalismo global.

**Palavras-chave:** internet; governança; neoliberalismo; corporações..

Há quase uma década, em 2015, no Fórum Mundial de Davos, Eric Schmidt, então CEO da Google, vaticinou que a internet iria desaparecer (Rodrigues e Souza, 2015). Queria dizer que a rede estava se tornando tão usual, tão corriqueira e de tal modo acessível a bilhões de pessoas em todo o mundo que, muito breve, não se falaria mais em internet, assim como raramente nos preocupamos, no nosso cotidiano, exceto na hora de pagar a conta, com a rede de suprimento de energia elétrica, algo também que, há pouco mais de cem anos, era praticamente desconhecida de toda a humanidade.

Evidentemente, a internet não vai desaparecer, assim como as redes de energia elétrica não desapareceram, enquanto uma infra-estrutura essencial para as relações econômicas ou cotidianas da nossa sociedade contemporânea. O que está desaparecendo é um certo imaginário sobre a internet, imaginário este porém ainda suficientemente forte para mobilizar politicamente pessoas e influir nas políticas públicas, ou melhor, na falta delas: o imaginário anarco-liberal, também conhecido como "ideologia californiana" (Barbrook, 2009), que mobilizava os primeiros internautas nos anos 1980-1990 e primórdios do século XXI, e justifica, agora, discursos extremistas sobre "liberdade de expressão", como os que têm sido feitos por Elon Musk, proprietário da plataforma X (ex-Twitter).



Ao longo daquelas últimas décadas do século passado, ao mesmo tempo em que o acesso à *web* vinha sendo mundialmente massificado, articulava-se também uma crescente comunidade com seu *ethos* identitário específico como é próprio a qualquer comunidade, recortada por características sociais e culturais comuns, sobretudo a formação universitária, o exercício de profissões acadêmicas ou liberais e, não menos importante, competências e capacidades para estabelecer relacionamentos sociais e políticos transnacionais e supranacionais, ou "globais", comunidade esta que passou a solidificar e defender aquele imaginário de uma internet por assim dizer "especial", enquanto rede aberta, livre –livre sobretudo de governos–, colaborativa, participativa, horizontal, projetada como ferramenta para a construção de uma nova humanidade, justa, fraterna, comunitária.

Ninguém melhor exprimiu essa ideologia do que um certo John Barlow, num "Manifesto de Independência do Ciberespaço", proclamado em 1996, em uma das tradicionais reuniões da cúpula financeira mundial em Davos, Suíça:

Governos do mundo industrial, gigantes fatigados de carne e de aço, eu venho do ciberespaço, a nova morada do espírito. Em nome do futuro, eu vos peço, a vós que sois do passado, que nos deixem tranquilos. Não sois bem-vindos entre nós. Não tendes nenhum direito de soberania sobre nossos locais de encontro. Não temos governo eleito e não estamos prestes a ter algum, e assim me dirijo a vós com a única autoridade que dá a própria liberdade quando ela se exprime. Eu declaro que o espaço social global que estamos construindo é independente, por sua própria natureza, da tirania que procurais nos impor. Não tendes o direito moral de nos dar ordens e não dispondes de meio algum de coação que nos dê verdadeiras razões para temê-lo.

Os governos tiram seu poder legítimo do consentimento dos governados. Não pedistes esse poder e nós não o concedemos [...] Vossas noções jurídicas de propriedade, de expressão, de identidade, de movimento, de contexto não se aplicam a nós. Elas baseiam-se na matéria. Aqui não há matéria [...] Acreditamos que a autoridade surgirá entre nós da ética, do interesse individual esclarecido e do bem público [...] Criaremos uma nova civilização do espírito no ciberespaço. Que possa ser mais humana e mais justa do que o mundo criado por vossos governos! (*apud* Mounier, 2006: 169).

Apesar de seu tom onírico, se não risível, essa proclamação guiaria, explícita ou implicitamente, a articulação de um amplo movimento que viria a pautar a organização política da internet conforme um modelo que pode ser resumido numa palavra: "governança", não "governo". A gestão da internet deveria se assemelhar a algo mais próximo da solução de problema técnicos, num fraterno e consensual ambiente de "ética", "interesse individual esclarecido" e "bem público", do que de efetivo governo,



constituído, de preferência, conforme as normas democráticas da representação popular, responsável por expressar, ou arbitrar, os conflitos de classe, de interesses sociais, de diferenças culturais, inerentes à sociedade humana real em que vivemos.

Se queremos realmente entender a dimensão política e econômica da internet, precisamos, antes de mais nada, dela retirar esse véu mitológico que encobre sua história como uma obra espontânea de *hackers* um tanto anarquistas, para o quê muito contribuíram as obras de Manuel Castells (2003), Pierre Levy (1993) e outros tantos. Daí, para começar, precisamos lembrar que a internet nasceu, nos anos 1970-1980, como pesquisa universitária fomentada e acompanhada pelo Pentágono, interessado em construir uma rede de comunicações ultra segura para a defesa dos Estados Unidos, no ambiente da "Guerra Fria". Nessas primeiras décadas, foram resolvidos os seus problemas técnicos básicos, por uma comunidade de cientistas, professores, estudantes vinculada aos departamentos de ciências "duras", matemáticas e engenharias, das principais universidades estadunidenses. Era uma elite intelectual e mesmo política razoavelmente uniforme nas suas crenças, valores, comportamentos, objetivos na vida (Mounier, 2006) –e nenhum pejo em colaborar com o Estado militarista estadunidense. Em especial, naqueles tempos de Guerra Fria, era uma elite predominantemente branca anglo-saxã, politicamente "liberal" ou "progressista" no significado que esses termos possuem na cultura política dos Estados Unidos. Desse meio acadêmico vão se transferir para a nascente internet, alguns valores "liberais" caros a qualquer comunidade científica estadunidense: colaboração mas respeitando as individualidades; construção de consensos pela livre troca de idéias porque suportados na objetividade cartesiana da razão e na neutralidade positivista dos atores. Essa *Weltanschauung* marcará profundamente a evolução político-institucional posterior da grande rede, até tempos recentes.

A partir do final dos anos 1980 e primeiros anos da década de 1990, podemos demarcar uma segunda fase na história da internet. A rede transborda os *campi* universitários e é descoberta por milhares e milhares de pessoas dos mais diversos estratos sociais, como novo meio de comunicação interpessoal, acesso a notícias, entretenimento. Detecta-se um *mercado*. Surge uma geração de empreendedores inovadores que intui ser possível ganhar dinheiro na rede e trata de *descobrir* como: Steve Case, da AOL; Jim Clark, da Netscape; Bill Joy, da Sun; Rob Glaser, da Real One, são alguns nomes. Não lhes faltarão, no Vale do Silício, "capital de risco" (ou *venture capital*), com ótimo faro para as novas oportunidades de negócios e *lucros*. Talentos *hackers* por si sós, não teriam feito o que fizeram, se a eles não se associassem investidores individuais ou institucionais com espírito de aventura (daí "venture capitalists") ou, falando mais claramente, espírito especulador. O especulador aposta no risco. E não faltavam, nos Estados Unidos, quem, aplicando 100 mil dólares ou 500 mil dólares em jovens mal saídos da universidade, esperava, em poucos anos, embolsar 2 milhões, 5 milhões ou mais. A história da Microsoft, da Apple, do Google,



ou do Facebook, só para citarmos algumas das mais influentes marcas de nossos dias, sequer teria acontecido, não fossem os calculados riscos corridos por TVI – Technology Venture Investor (USD 1 milhão, em 1981, na Microsoft)<sup>1</sup>; Mike Markkula (USD 500 mil, em 1976, na Apple)<sup>2</sup>; Andy Bechtolsheim (USD 100 mil, em 1998, no Google)<sup>3</sup>; ou Peter Thiel (USD 500 mil, em 2004, no Facebook)<sup>4</sup>.

O capital de risco estava à caça de talentos, talentos estes que estavam "loucos" para serem devorados...

Os cientistas e universitários sentiram que rapidamente o instrumento escapava ao seu controle. Muitos deles, como Richard Stallmann, refugiaram-se em uma oposição feroz e na ilustração e defesa dos valores do mundo científico na internet e, mais amplamente, na informática. Não é preciso, porém, dar-lhes necessariamente uma importância desproporcionada ao seu peso real. São numerosos também os pioneiros saídos do mundo Unix que, como Marc Andreessen com o Mosaic ou Bill Joy com a Sun, rapidamente inclinaram-se para o lado comercial, para fazer parte dos grandes (Mounier, 2006: 99-100).

Em resumo, vai acabar a "inocência de alguns bons selvagens que comunicavam entre si as últimas novas da aldeia usando os seus tambores eletrônicos", na fina ironia de Mounier (2006: 87). E assim, a internet chegou, já no início do século XXI, parecendo seguir por um caminho muito similar ao da radiodifusão, nas primeiras duas décadas do século XX, também, inicialmente, uma tecnologia entregue à experimentação social, a partir dos anos 1930 colonizada pelo capital (Flichy, 1991).

A massificação da internet, sua expansão mundial, criou grandes problemas que caberiam ao mercado –digamos assim– resolver. Fazia falta uma ferramenta fácil de navegação numa rede cada vez mais mundializada: primeiro nasce o Netscape, pouco depois engolido pelo Explorer, lançado pela voracidade monopolista de Bill Gates (Mounier, 2006). Fazia falta, também, uma ferramenta de busca em meio ao cipoal de sítios e enlaces no qual vinha se transformando a grande rede: surgiram várias soluções –Excite, Lycos, Alta Vista, Yahoo!– até nascer, em 1997, o Google, também destinado, pela vontade consciente de seus criadores, Larry Page e Serguéi Brin, a conquistar o controle monopolista do mercado (Volgelstein, 2014).

Ao mesmo tempo, paralelamente, impunha-se organizar e gerir uma rede que já adquiria proporções mundiais. Este processo vai se dar num contexto caracterizado

---

<sup>1</sup> <https://www.quora.com/How-much-venture-capital-did-Microsoft-raise>, acesso em 13/09/2024.

<sup>2</sup> <https://www.quora.com/How-much-venture-capital-did-Apple-Computer-initially-raise>, acesso em 13/09/2024.

<sup>3</sup> Wikipedia, <https://en.wikipedia.org/wiki/Google>, acessado em 13/09/2024.

<sup>4</sup> Wikipedia, <https://pt.wikipedia.org/wiki/Facebook>, acessado em 13/09/2024.



pelo auge da hegemonia do pensamento político-econômico neoliberal, caracterizado pelo recuo dos poderes institucionais dos Estados em muitas atividades essenciais à vida social e pública; privatização generalizada das redes de telecomunicações; e, *last but not the least*, inquestionável supremacia do Estado dos Estados Unidos sobre o resto do mundo, após a derrocada de seu maior oponente, a União Soviética.

O núcleo acadêmico que não deixou de seguir desenvolvendo tecnologicamente a internet na medida em que sua expansão e massificação demandavam novas e criativas soluções técnicas, instituiu então um organismo de gestão que se auto atribuiu, implicitamente, poderes supranacionais: a Corporação da Internet para Atribuição de Nomes e Números, mais conhecida pelo acrônimo inglês ICANN. A ICANN se pretende um organismo neutro, técnico, apolítico que "coordena" mas não "governa" a internet (Kurbalija e Gelbstein, 2005). No entanto, a autoridade para o exercício das suas funções procede de um protocolo firmado com o Departamento de Comércio do Governo dos Estados Unidos em 1998 e, no aspecto legal, ela está sob jurisdição das leis do estado da Califórnia.

A internet entrou em nova e definitiva fase, a partir de meados da primeira década do século atual. Argumentam os neoschumpeterianos, que o desenvolvimento tecnológico, em seguida a um primeiro momento de uma "explosão cambriana" criativa, tende a se consolidar em algum *paradigma tecnológico*, definido pelas invenções econômica e socialmente "vencedoras", após a disputa darwiniana ao longo da "explosão" inicial (Dosi *et alii*, 1988). Em termos de desenvolvimentos tecnológicos realmente "disruptivos" e de um modelo de acumulação de capital realmente definitivo, já podemos afirmar que a evolução da internet alcançou aquela etapa madura na qual consolida-se algum paradigma, não só tecnológico mas sobretudo político-econômico. Não significa dizer que deixarão de ocorrer inovações. Mas, excluindo-se os discursos promocionais marqueteiros, serão inovações *incrementais*, subordinadas a certos padrões tecnológicos bem definidos e, mais importante, a certos padrões de negócios também já estabelecidos em suas linhas fundamentais.

Uma questão fundamental, porém, parece ainda estar em disputa: o ambiente institucional no qual evoluirá esse paradigma técnico-econômico. Aqui, como seria natural, os grandes "vencedores" da etapa "disruptiva" inicial, a exemplo do Google (agora Alphabet), do Facebook (agora Meta), da Amazon etc., tentam consolidar um ordenamento regulatório –ou melhor seria, "desregulatório"?– favorável aos seus interesses. Por sua vez, a comunidade barlowiana, cujo o acumulado capital político e simbólico não pode ser ignorado, exprimindo-se principalmente nos Foros de Governança da Internet (IGF) anualmente promovidos pelas Nações Unidas (ONU) e por via de algumas outras ricas ONGs internacionais, ao mesmo tempo em que ainda resiste à presença reguladora do Estado, já não pode deixar de expressar também seu crescente desconforto diante da força adquirida por esse grande ator que há 200 anos comanda as nossas vidas: o *capital*. Ou "mercado", na linguagem jornalística. Aqui e



ali, essa comunidade expressa seu inconformismo com o rumo das coisas. Por exemplo, neste artigo de Anil Dash sobre a "web que perdemos" (Dash, 2012). Lembrava ele que até meados da primeira década deste século XXI,

a maioria das fotos compartilhadas eram colocadas no Flickr, onde elas podiam ser marcadas por humanos ou mesmo por apps e serviços, usando *machine tags*. Você podia descobrir imagens publicadas na web facilmente, usando simples *feeds* de RSS. E as fotos compartilhadas pelas pessoas podiam ser facilmente licenciadas através de Creative Commons, permitindo edição e reutilização de várias maneiras por artistas, empresas e gente como eu e você.

Era uma época quando os blogs pessoais, mapeados pelo Technorati, estavam no auge do sucesso. Prossegue Dash:

Como o Google ainda não tinha introduzido o AdWords e o AdSense, o objetivo dos *links* não era gerar receita. Eles eram apenas uma ferramenta para expressão ou editorialização. A web era um lugar diferente e interessante antes dos *links* serem monetizados, mas em 2007 já estava claro que o Google tinha mudado a web para sempre, e para pior, por ter corrompido os *links*.

Daí, depois de dar outros exemplos do que era a internet ainda na primeira década deste século, afirma

as experiências dos usuários não [estavam] sujeitas aos caprichos das batalhas políticas entre diferentes empresas, mas, em vez disso, estas experiências tinham uma base consistente, que era a própria arquitetura da web.

Dash reconhece: a *web*, hoje, é outra. E, diz ele, "pior, abandonamos os valores centrais que eram fundamentais ao mundo da *web*" –aqueles "californianos"... Numa linha muito semelhante, Leo Germani, pergunta: "o P2P está morrendo?" (Germani, 2012).

Há alguns anos atrás havia um entusiasmo muito grande com o P2P e suas possibilidades. O compartilhamento de arquivos na internet, via P2P, parecia algo imbatível. A sensação de que toda a produção cultural da humanidade estaria para sempre acessível a um clique e hospedada em computadores de anônimos espalhados pelo mundo era muito grande. As tentativas da indústria do entretenimento de acabar com a festa eram motivo de piada.



Anunciava-se a "morte das gravadoras", a "proliferação de artistas independentes", a "multiplicação de modelos que garantisse uma fonte de renda gerada a partir da interação direta entre público e criador, etc."

Hoje compreendemos que essas mudanças são muito mais lentas e progressivas do que esperávamos —e o motivo dessa lentidão não é apenas resistência dos que dependem em manter o antigo sistema de pé (leia-se gravadoras, editoras etc.), mas também da resistência dos próprios criadores e do público. Ninguém sabe muito bem pra onde ir...

No início de 2012, quando Germani escreveu esse seu texto, já era perceptível que aquele mobilizador projeto social e político de compartilhar arquivos via protocolos P2P, vinha dando lugar às práticas de simplesmente descarregar esses arquivos de algum sítio específico, ou assisti-los na própria rede, através, por exemplo, do então cada vez mais onipresente YouTube.

Para Germani, isso acontecia devido ao "mau uso" e, não, à perseguição da indústria e dos governos buscando proteger direitos autorais. O BitTorrent transferira a busca por arquivo através da *web*, para buscas pelo navegador, num modelo similar ao do Google, o que teria aproximado a experiência de descarregar algum arquivo em algo como um "jeito diferente de fazer *download*". As pessoas não entendiam o que exatamente seria a experiência de compartilhamento, não vendo aí muita diferença de se fazer apenas um simples *download*. E, lembra Germani, surgiram novos serviços que atraíram muita gente: além do YouTube, as rádios Pandora ou Grooveshark. Lembremos que, em 2012, ainda não surgira o Spotify. Mas estava a caminho...

Na mesma época, aparecera e crescera uma outra aparentemente grande solução: a "nuvem".

Cria-se um imaginário de que subir um arquivo para a nuvem é dissolvê-lo por toda a internet e tê-lo disponível para sempre, de qualquer parte do planeta e a qualquer hora. Não é bem assim. Não é nada assim. Essas "nuvens" que falam tanto não são nada além de grandes *Data Centers*, com milhares de computadores. Esses centros pertencem a empresas e são muito caros de se manter. Colocar nossa memória nessas máquinas é colocar toda nossa produção nas mãos de poucas empresas e torcer para que elas se mantenham saudáveis (para que não quebrem e apaguem tudo o que é nosso) e com boas intenções (para que não façam mal uso das nossas coisas).

E, como Amin Dash, Germani também nos conclama a "começar direito", no caso, armazenar nossas memórias em milhares de computadores espalhados pelo mundo, para isso tornando disponível a terceiros os espaços ociosos de nossos próprios





recursos telemáticos. "Isso sim seria uma nuvem. Isso já é possível, mas ninguém ainda fez direito".

"Fazer direito"... como se fosse uma mera questão de vontades individuais numa humanidade transcendental...

Talvez fosse melhor pensar que aquelas primeiras décadas de internet nada mais foram que um momento de transição quando o sistema capitalista se renovava, após a grande crise kondratieffiana dos anos 1970-1980. Eram feitos os experimentos possíveis, consolidavam-se não apenas os seus padrões tecnológicos mas também e principalmente os seus novos modelos de acumulação de capital, melhor adequados à então emergente *base técnica*. Ninguém pensou realmente em aproveitar o momento para experimentar um novo modelo radicalmente diferente de *sociedade*, não de "internet"...

## A volta do Estado

A terceira década do século XXI está sendo marcada pela recuperação política do papel regulador do Estado, inclusive também como indutor do desenvolvimento econômico-social. Um pensamento nekeynesiano dissemina-se em boa parte dos movimentos políticos, conforme se constata no sucesso de *O Estado empreendedor* (Mazzucato, 2021). A ruína social e moral produzida mundialmente pelo projeto neoliberal é por demais evidente. Parcelas da sociedade, assim como os governos democráticos-liberais, começaram a entender o papel que uma internet quase totalmente desregulada veio a ter na disseminação da reação anti-democrática e anti-civilizatória de grande parcela da população que se viu despojada, devido às políticas neoliberais, de suas condições materiais e espirituais minimamente básicas de trabalho e realização pessoal, por força (ainda que não tenham consciência disso) das políticas neoliberais (Barber, 1996; Standing, 2014; Da Empoli, 2019; Dantas, 2021).

A partir da Europa Ocidental, expandiu-se a compreensão política da necessidade de regular a internet, a rigor, as grandes plataformas *sociodigitais* (PSDs) que a colonizaram e passaram a comandar sua evolução: Google, Facebook, Amazon, Apple, Microsoft, Airbnb, Uber, algumas outras. Queremos sublinhar com a expressão "sociodigital", que essas plataformas são antes de mais nada organizações político-econômicas, instituições sociais, não meros arranjos tecnológicos como a simples expressão "digital" pode querer fazer crer.

Nos últimos dez anos, a União Européia adotou duas grandes leis regulatórias –Regulamento dos Serviços Digitais e Regulamento dos Mercados Digitais– que buscam impor controles à atuação dessas plataformas e garantir os direitos individuais dos reais proprietários dos *dados* com os quais elas operam: o seu usuário. Também seus estados membros têm adotado leis locais que reforçam o estatuto europeu.



Devido a essas leis, no momento em que estas linhas estão sendo escritas, corporações como a Alphabet ou a Apple, estão recebendo, respectivamente, multas de 2,4 bilhões de euros e 13 bilhões de euros por, no fundo, ainda resistirem a se adequar a essas novas realidades normativas.

O reconhecimento, em anos recentes, da internet enquanto o novo grande *meio de comunicação de massas*, vem convocando a crescente intervenção reguladora do Estado no seu assim dito "ecossistema". Pela internet, atualmente, expressam-se exatamente o que há de bom e de ruim na nossa sociedade, as lutas de classe, os conflitos culturais, as diferenças de grupo ou indivíduos, a sociedade como ela *realmente* é. O espaço cibernético, ao contrário do que pretendia John Barlow, não é diferente do espaço social real, é apenas um *meio* pelo qual a sociedade expressa suas contradições. Além do mais, a internet pôs em questão conceitos basilares de soberania e autodeterminação das nações, fixados desde Vestfália, no século XVII, conceitos esses que apesar dos discursos interessados, nem todo país está, de fato, disposto a abrir mão. Sobretudo os países mais poderosos.

## Domínio do capital financeiro

Qualquer indivíduo ou empresa pode adquirir um nome de domínio na internet, ou seja possuir um "território" na internet sem ter que pedir licença a alguma autoridade pública. Quem concede essa licença, digamos assim, é alguma organização especializada, de natureza técnica, como, no Brasil, o Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR-NIC.br. E quem concede a entidades como o NIC.br o "direito" de conceder nomes de domínio, é a ICANN.

Todo registro, não importa onde tenha sido feito, para ser reconhecido e acessado de algum computador em qualquer lugar do mundo, precisa estar replicado em 13 grandes servidores mundiais, 10 deles situados em território dos Estados Unidos, outros três, na Grã-Bretanha, Suíça e no Japão. Para chegar nesses servidores, o domínio é primeiro registrado num servidor-raiz. Esse raiz é gerido por uma empresa privada, a VeriSign, por contrato com o Departamento de Comércio dos Estados Unidos. Ou seja, embora aparentemente operada como um negócio "sem Estado", ao fim e ao cabo, pela VeriSign e pela ICANN, a internet é um negócio sob permanente escrutínio do Estado estadunidense.

O registro é cobrado, a título de sustentar a complexa infraestrutura, inclusive seus qualificados recursos humanos. Mas no preço está embutido o lucro da gestão privada. Empregando pouco mais de mil pessoas, em 2023, a receita total da VeriSign atingiu USD 1,49 bilhão e seu lucro líquido foi de USD 817,6 milhões.

Pouco mais de 81% das ações dessa empresa estão nas mãos de cerca de mil instituições financeiras ou investidores individuais. Cerca de 14% são detidos por 9



indivíduos que ocupam seus mais altos cargos executivos. E naquele total das demais ações, 53,4% estão concentradas num pequeno grupo de fundos financeiros: Berkshire Hathaway, pertencente ao conhecido especulador Warren Buffet (13,13%); Vanguard Group (10,8%); BlackRock (9,24%); Ninety One (4,1%); State Street (3,96%); Renaissance Technologies (3,1%); Morgan Stanley (2,71%); Geode Capital (2,55%); Principal Financial (2,18%); Invesco (1,67%)<sup>5</sup>.

A VeriSign não é exceção mas regra no mundo da internet e das comunicações, em geral. Todas as grandes corporações globais de comunicação social são comandadas pelo capital financeiro. Mesmo os assim chamados "donos", a exemplo de um Jeff Bezos da Amazon, ou Mark Zuckerberg da Meta, têm a maior parte de seus imensos patrimônios... em papéis. Nas "suas" empresas mesmo, eles não possuem nem 10% das ações mas detêm poder de decisão devido a regras estatutárias específicas que dão às suas ações poderes especiais.

Na Meta (Facebook, Instagram etc.), mais de 5 mil instituições financeiras ou fundos mútuos de investimento detêm 79% das ações. Um grupo formado praticamente por aqueles mesmos fundos que comandam a VeriSign detém 33,8%: Vanguard (8,5%); Blackrock (7,2%); FMR, LLC (6,2%); State Street (3,9%); Price (T. Rowe) Associated (2,0%); JP Morgan Chase (2,3%); Geode Capital (2,1%); Morgan Stanley (1,6%). Na Alphabet (Google, YouTube etc.), esses mesmos fundos detêm 25,1% do total das ações, num universo de 61,8% nas mãos de 4,8 mil instituições e outros investidores. E os nomes praticamente se repetem: Vanguard (7,3%); Blackrock (6,3%); State Street (3,4%); FMR, LLC (1,9%); Geode Capital (1,8%); Price (T. Rowe) Associated (1,6%); JP Morgan Chase (1,5%); Morgan Stanley (1,3%). Na Amazon, na qual Jeff Bezos detém menos de 10% das ações, a estrutura de capital e os fundos também se repetem: Vanguard (7,6%); Blackrock (6,1%); State Street (3,4%); FMR, LLC (1,8%); Geode Capital (1,8%); Price (T. Rowe) Associated (1,8%); JP Morgan Chase (1,6%); Morgan Stanley (1,5%), somando 26,9%. Também na Apple, Microsoft, Time-Warner, Disney, outras grandes corporações da internet ou comunicações, encontraremos essa estrutura acionária e esses mesmos fundos investidores com participações que apenas diferenciam-se entre si em centésimos de percentuais.

Se a internet, por meio das PSDs, atrai investidores, é porque proporciona elevados ganhos. Em 2023, o lucro líquido após impostos da Alphabet foi de USD 73,8 bilhões. O da Meta, de USD 30,1 bilhões. O da Amazon, de USD 30,1 bilhões. O da Apple, de USD 33,9 bilhões. O da Microsoft, de USD 72,4 bilhões. Bilhões de dólares carregados para a economia dos Estados Unidos e apropriados por um pequeno punhado de indivíduos que assim exibem-se ao mundo como bem sucedidos, ou até extravagantes, bilionários.

---

<sup>5</sup> Fonte: yahoo!finance, <<https://finance.yahoo.com>>, acessado em 12/09/2024



De onde vêm tamanhos lucros? Das horas que milhões de indivíduos em todo o mundo despendem teclando as telas de seus *smartphones*, postando mensagens nas "redes sociais" ou interagindo com algum aplicativo baixado nas lojas virtuais do Google ou da Apple. Para bilhões de pessoas em todo o mundo, o lugar que, ao longo da maior parte do século XX, rádio, televisão ou cinema ocuparam como fontes de informação e entretenimento, de produção de imaginário e subjetividades, de referência e intermediação de relacionamentos sociais, passou a ser ocupado pelas "redes sociais" e "apps". Como sobre a internet e através dela, as plataformas sociodigitais permitem acesso a jornais, livros, música e filmes por meio de *e-books* ou *smartphones*, sua camada essencialmente técnica já deixou de ser um mero aparato tecnológico que substituía com vantagem outros meios de correspondência interpessoal ou inter-empresarial, para se tornar um *meio de comunicação social* essencial não apenas à vida cotidiana mas ao próprio processo de reprodução e desenvolvimento das sociedades capitalistas. Desde a telegrafia, no século XIX, depois a telefonia, a radiodifusão, também a rede elétrica, e muitos outros serviços, na medida em que se foram tornando essenciais para a vida em sociedade, passaram a ser entendidos e regulados como *serviços públicos* (ou de "interesse público"), mesmo que fornecidos por entidades de natureza privada e lucrativa. Foi o caso da AT&T, nos Estados Unidos, detendo, por acordo com o governo, monopólio nos serviços de telefonia, porém submetida a regras e fiscalização de uma agência estatal, a Comissão Federal de Comunicação (FCC), desde a década 1910 até sua "divestiture" em 1982. A internet *ainda* não é definida enquanto serviço público –mas precisa ser.

## Praças de mercado

A internet tornou-se espaço de mercado, por excelência. E os mercados são as plataformas sociodigitais. Qual a lógica? Como já explicou Karl Marx no Livro 2 d'O *Capital*, a lucratividade de qualquer investimento está diretamente relacionada ao seu menor tempo possível de realização, isto é, de produção e venda da mercadoria, e retorno ao investidor do dinheiro investido. Quanto menor for esse tempo de *rotação*, ou dito de outra forma, quanto maior for o número de rotações por unidade de tempo (um ano, por exemplo), mais se multiplica por esse número o mais-valor do trabalho obtido em uma única rotação. Assim, o mais-valor não é função apenas do sobre tempo de trabalho não pago extraído no processo produtivo (na fábrica, por exemplo), embora este seja a semente *sine qua non*, mas também do número de rotações do capital, no tempo, determinada a taxa original de mais valor (Marx, 1984).

A história dos meios de comunicação é a história de como o sistema capitalista evoluiu, desde o século XIX, buscando reduzir ao mínimo possível, daí multiplicar ao máximo absoluto, os tempos de rotação:



Quanto mais as metamorfoses de circulação do capital forem apenas ideais, isto é, quanto mais o tempo de circulação for = zero ou se aproximar de zero, tanto mais funciona o capital, tanto maior se torna a sua produtividade e autovalorização (idem: pg. 91).

No século XIX, essa busca levou à invenção da telegrafia, da ferrovia e da navegação a vapor. Era "o máximo" para aquela época. O século XX assistiu à expansão da telefonia e da radiodifusão – a comunicação pelas ondas atmosféricas, além dos veículos movidos a motor a explosão. Especialmente com a radiodifusão nasceu todo um novo ramo industrial que não servia apenas para a comunicação mais rápida entre os homens de negócios, mas acelerava a rotação das mercadorias e do dinheiro ao promover, fomentar, estimular a própria sociedade do consumo. Como disse John Galbraith, "o sistema industrial, nas suas mais profundas raízes, é dependente da televisão comercial e não poderia existir na sua forma atual sem ela" (*apud* Sartori, 1987: 263). O novo modo capitalista de acumulação que, a partir dos anos 1970-80, emerge após a crise do "fordismo", "acumulação flexível" segundo Harvey (1996) ou *capital-informação*, segundo Dantas (1996), será dependente da internet e não poderá existir sem ela, talvez com laços ainda mais apertados do que os da televisão.

A internet introduziu uma modificação radical na lógica dos negócios: a interatividade em tempo real. Até então, a realização do capital de cada unidade capitalista e do sistema como um todo dependia de uma relação linear unidirecional entre o produtor e o consumidor. A mercadoria precisava "viajar" daquele até este, não raro, nesta "viagem", passando pelas mãos de alguns intermediários –transportadores, distribuidores, vendedores– para a realização do valor. Agregado ao corpo físico da mercadoria, "viajava" a informação a respeito dela: seu valor de uso para o consumidor potencial, seu valor de troca para o produtor, e os dados que expressassem essa relação: qualidades, medidas, preço etc. Portanto, a realização do valor, no passado, muito dependia da relação direta, visual, tátil, do consumidor com o próprio corpo da mercadoria. Essa relação perceptiva passa a tomar *formas ideais* após a invenção e difusão do rádio e da televisão: a *imagem* da mercadoria e as possíveis qualidades de seu valor de uso para um possível consumidor passam a ser veiculadas pela publicidade e, direta ou indiretamente, pelos comportamentos de artistas, apresentadores, jornalistas, demais profissionais da *indústria cultural*. A internet, devido aos seus recursos de interatividade, praticamente reduziu a um tempo que tende a zero essa relação, em especial a da rotação do dinheiro (ainda que a mercadoria comprada via internet possa levar alguns dias ou semanas para chegar no endereço do comprador).



A expansão desse mercado, fortemente influenciada ou fomentada por aquele punhado de corporações financeiras que vêm tomando conta da internet, vai mudando a própria relação prática, subjetiva, dos internautas com a rede e suas aparentemente infinitas potencialidades. A busca aberta que encontra o que interessa em algum sítio qualquer, cede lugar à oferta que chega ao internauta mais ou menos empacotada, oferecida como de "interesse" do internauta porque muitos outros já teriam dito que é "interessante". Ou seja, trata-se de oferta "garantida" pela voz do... *consumidor*. Os "melhores discos", os "melhores filmes", os "melhores livros", os "melhores restaurantes", as "mais importantes" notícias, os "melhores" ou "importantes" conforme definidos pelo... *mercado*. Aquela cultura de entretenimento e consumo de uma indústria fonográfica, cinematográfica, editorial e, sobretudo, mediática, televisiva, conforme descrita e definida por Adorno e Horkheimer (1985), cultura que a internet participativa, colaborativa, aberta deveria superar em função da ação consciente dos sujeitos potencializados pela rede livre, como sonhava Barlow, aquela cultura parece que voltou –e voltou para ficar– na *web*. Se é que teria alguma vez, realmente sido superada. Até então

na *web*, a busca por um assunto [costumava] partir do leitor. Ele entra no Google ou em outro mecanismo de busca e é encaminhado a uma longa relação de *sítes*. Com os *apps*, são as notícias que chegam ao *smartphone* ou *tablet* do assinante, embora nada impeça que o usuário faça sua pesquisa. A mudança de fluxo restaura o papel do editor, o profissional encarregado de selecionar as notícias mais relevantes e garantir que sejam vistas pelo leitor (Rodrigues e Souza, 2015).

Ou seja, aos poucos restauraram-se as hierarquias, os filtros, os sistemas profissionalizados de produção que buscam produzir aquilo que sempre foi o real objetivo da indústria cultural: a *audiência* (Dantas, 2014). E sendo dado, para as agências de publicidade, o valor de uso dos números de audiência, obtém-se, para o Google, Facebook, Amazon e demais plataformas, o valor de troca do faturamento publicitário. *A lógica da mercadoria*.

## "Jardins murados"

Certamente, como lamentou Leo Germani, uma das maiores vítimas da invasão da internet pela lógica da mercadoria, foi o Bit Torrents e toda a cultura de compartilhamento de arquivos via protocolos P2P. Aos poucos, os *consumidores* foram entendendo que é muito mais prático e seguro, assinar o Netflix por R\$ 20,00 ao mês, ou o SpotiFy por R\$ 21,90, ao mês (preços em setembro de 2024), do que ficar



ocupando tempo à procura de um arquivo que pode levar muitos minutos para ser descarregado e cuja qualidade nem sempre é das melhores. E, lembremos, a maioria quer consumir aquilo que a maioria já consome. Netflix, Spotify e similares dão-nos boas "dicas"...

No início desta década, imaginava-se que o futuro da internet, logo o da própria economia capitalista, seria o produto "grátis". O jornalista Chris Anderson deve ter ganho um bom dinheiro com o sucesso do seu nada grátis livro sobre o "Grátis", ou *Free* (Anderson, 2009). Rifkin (2016) insistiu, entendendo que adentramos numa "economia do custo marginal zero". Só que os jovens do início da década que podiam achar divertido transgredir normas "pirateando" filmes e músicas, envelheceram um pouco, começaram a ganhar dinheiro nas suas atividades profissionais e agora consideram *distintivo*, no conceito de Pierre Bourdieu (2007), alardear, na roda de amigos ou amigas, estar acompanhando alguma série "no Netflix".

É o que nos sugere Marcelo Träsel, da UFRS:

A gratuidade é ótima, mas a geração que usou o Napster na adolescência cresceu, e embora tenha pouco tempo para catar músicas em servidores mundo afora, tem dinheiro para comprar um arquivo de qualidade garantida no iTunes (*apud* Garcia, 2014).

Mesmo que o violento combate à "pirataria", atingindo diretamente, nos Estados Unidos, milhares de adolescentes e donas de casa que descarregavam seus arquivos apenas para uso pessoal sem nenhuma disposição dolosa, ao lado da "caçada" a sítios de compartilhamento como Napster, Pirate Bay ou Megaupload, tenham muito contribuído para inibir essa prática, será mais sensato admitir, como diz Träsel, que

a perseguição aos consumidores que faziam downloads ilegais talvez tenha tornado menos vantajosa essa prática mas, se não houvesse serviços eficientes e de baixo custo para comprar filmes e músicas, duvido que as pessoas tivessem deixado de lado o intercâmbio de arquivos (*idem*).

A internet "grátis", porém, tem sobrevivido – mas tem seu preço, os *dados pessoais* que os indivíduos fornecem para as PSDs, no tempo em que estão nelas navegando. O acesso e uso do Facebook é gratuito, assim como o do WhatsApp. As buscas no Google continuam gratuitas, assim como o uso do seu Gmail e de seus muitos outros serviços. Muitos *apps* oferecem serviços "premium", pagos mas baratos, e serviços gratuitos, ligeiramente desvantajosos em relação aos "premium": é o caso do Spotify, do EverNotes e de outros. Sergey Brin e Larry Page, criadores do Google, descobriram o mapa da mina: *valor está nos dados extraídos da própria atividade viva do internauta*. Cada "clique" fornece para as plataformas, uma enorme massa de dados sobre gostos,



desejos, hábitos, relações de amizade, lugares frequentados, padrões de renda e de consumo, a respeito de cada um de nós. Esses dados tão precisamente individuados são ofertados aos negociantes que, através deles, podem identificar perfis de indivíduos que parece altamente suscetíveis a fechar uma compra de bens ou serviços. A imediatez e baixo custo do acesso a esse possível comprador aliado a essa precisão do endereçamento da mensagem, torna esse investimento publicitário muito mais rentável do que os feitos nos meios de massa.

Por outro lado, para coletar, ou "minerar", nossos dados, as plataformas sociodigitais mobilizam-nos a permanecer o máximo de tempo possível, nas nossas telas, produzindo textos, imagens, sons, *material semiótico* do qual extraem os dados mercadejáveis. Se alguém envia alguma mensagem a outra pessoa, falando de "livro" ou de "flores" ou de "viagem" etc., essas pessoas serão identificadas, pelos algoritmos do Google, Facebook, Amazon, como possivelmente interessadas em comprar livros, flores ou pacotes de turismo. Ela começará a receber pequenos anúncios de livrarias, lojas floristas, agências de turismo. Os anunciantes pagaram pela *palavra*. Como o espaço da tela do computador ou do *smartphone* é limitado, terão seu anúncio exposto, aqueles que pagaram mais, num leilão permanente. A "palavra" funciona como mercadoria. Quem a produziu foi o internauta nas suas atividades lúdicas ou profissionais. Uma parte da renda por ela gerada não reverte, porém, para esse internauta, vai toda para a Alphabet, para a Meta, para a Amazon que, em troca dessa produção *gratuita*, oferecem a esse produtor de dados um ambiente de navegação também gratuito. Pode parecer uma troca justa: gratuito por gratuito. Só que alguém ficou rico nessa troca e não foi o internauta. Pode-se definir esta nova forma de apropriação reticular de *trabalho não pago*, como *mais-valia 2.0* (Evangelista, 2007; Dantas, 2014).

Para que esse modelo funcione, as pessoas precisaram ser convencidas e foram convencidas a trocar as redes abertas, livres, colaborativas, compartilhadas, pelos ambientes cercados e vigiados do Facebook, SpotiFy, Netflix, Uber e similares.

O antropólogo Hermano Viana nos sugere uma pertinente comparação:

Na semana passada, a seção Digital & Midia deste jornal [O Globo] publicou página inteira sobre migração da internet 'tradicional' para as redes sociais [...] Muitas pessoas embarcaram na onda e até já abandonaram seus emails. Por isso, esses migrantes são apontados como pioneiros das novas tendências bacanas. Mas podem ser vistos igualmente como garotos-propaganda –não remunerados– de uma reação poderosa contra a liberdade na rede, que faz tudo para transformar nossa vida virtual [...] em propriedade de meia-dúzia de megacorporações.

Uma capa recente do Segundo Caderno [de O Globo] também mostrou pessoas que passaram a usar o Facebook para 'compartilhar seu conhecimento',





construindo excelentes guias culturais –que ‘antigamente’ teriam lugar em blogs e *sites* pessoais– dentro do território de Mark Zuckerberg [...] Não posso deixar de comparar: é como deixar as ruas comuns de uma cidade e passar a viver num condomínio cercado por muros e seguranças.

Redes sociais como o Facebook são conhecidas justamente como ‘walled gardens’ ou [...] ‘jardins murados’, que não possuem canais livres de troca de informações com o resto da rede (e que fazem inúmeras restrições técnicas para impedir a ‘portabilidade’ dos dados que criamos por lá– tente, por exemplo, transferir a sua lista de “amigos” do Facebook para uma outra rede social –é praticamente impossível). A mudança da internet ‘tradicional’ para dentro do muro é uma mudança radical de ‘estilo de vida’. Não sei se todo mundo tem consciência do que está fazendo ao trocar o ‘tradicional’ pelo ‘novo’ (VIANNA, 2011).

Em suma, a internet, ao contrário do que foi imaginada (ingenuamente) pelos seus construtores e ideólogos originais, deu lugar a *jardins murados*. Esta expressão, oriunda do ambiente empresarial, nos remete aos tempos nascentes da revolução industrial burguesa, aqueles dos *cercamentos* dos campos comuns, na Inglaterra, e expulsão dos camponeses para as cidades, onde iriam formar o crescente proletariado fabril. O que hoje assistimos acontecer na internet, é a um novo cercamento, não dos campos, por óbvio, mas do *conhecimento e da cultura comum da sociedade*..

Há quem veja nesses atuais cercamentos não os primeiros passos históricos, apesar das suas misérias, para uma grande revolução (como pensavam os teóricos e militantes políticos contemporâneos da primeira revolução industrial), mas antes um retrocesso a relações históricas pré-industriais. Bruce Sterling, autor do manifesto "A luta épica da internet das coisas", e Bruce Schneier, professor em Harvard, ambos se referem a um "novo feudalismo":

Nossos novos dispositivos conectados à internet também são fechados e controlados pelos vendedores: iPhones, Chromebooks, Kindles, Blackberries. Os benefícios são enormes, do custo à segurança. Mas é uma relação feudal. Nós cedemos o controle dos nossos dados e plataformas a essas empresas e confiamos que vão nos tratar bem e nos proteger (*apud* ROSA, 2015).

## Palavras conclusivas

A internet está "desaparecendo", como sugeriu Eric Schmidt, porque em seu lugar, na percepção e nas práticas das pessoas e das empresas, o que aparece é o



Facebook, o WhatsApp, o Telegram, o Google, o Spotify, o Netflix, o Uber etc. A internet é como as ruas e avenidas de nossas cidades que atravessamos cotidianamente sem prestar muita atenção a elas, mas sim às lojas, aos códigos de trânsito, até mesmo aos transeuntes. Vamos definir a internet como uma infraestrutura que proporciona o tráfego de pacotes de dados contendo mensagens de texto ou imagens, tratando de infinitos assuntos do interesse de indivíduos e empresas. Da mesma forma, definiríamos as ruas e avenidas de uma cidade como uma infraestrutura que proporciona o tráfego de pessoas, em veículos ou a pé, com seus afetos, interesses, projetos, necessidades. Do ponto de vista da infraestrutura viária, é necessário garantir segurança às pessoas para ir e vir sem sofrer acidentes ou algum outro tipo de violência, além de, também, preferencialmente, sem perder tempo com roteiros errados ou inúteis. Por isto, veículos e pedestres obedecem a códigos de trânsito, os endereços também obedecem a regras, as cidades são espacialmente organizadas em termos de atividades permitidas nos seus diferentes bairros, gabaritos de prédio etc. Do ponto de vista da infraestrutura da internet, também é necessário garantir segurança às pessoas para navegar sem riscos de spam ou vírus, também sem problemas para encontrar o que precisam encontrar, *sobretudo e principalmente, sem serem vítimas de discursos de ódio, discriminatórios, racistas, negacionistas* que, nos últimos anos expandiram-se por meio dessas plataformas. Para a Meta ou para o Telegram, a frase "eu te amo" ou a frase "eu te odeio" são apenas fontes de dados cujos valores de troca serão precificados em leilões.

Sobre a infra-estrutura de ruas e avenidas, é necessário regular o funcionamento das lojas, restaurantes etc.; o transporte coletivo e individual; a ocupação de terrenos... Se falamos de internet, sobre a rede técnica, trata-se de regular os *conteúdos* que sobre ela transitam.

Toda a literatura que discute a regulação dos meios de comunicação faz clara distinção entre os serviços de transporte neutros relativamente aos conteúdos transportados, e os serviços imbricados a seus próprios conteúdos. Como diz Giuseppe Richeri:

No caso das telecomunicações, a empresa que administra o serviço não se ocupa do conteúdo das transmissões, mas sim dos continentes, quer dizer, das estruturas de emissão. A radiotelevisão, pelo contrário, se ocupa precisamente dos conteúdos, quer dizer, dos programas. Por esta razão, as telecomunicações são reguladas por normas predominantemente econômicas e industriais relacionadas às infra-estruturas, enquanto que a televisão é regulada por normas predominantemente políticas e culturais, relacionadas aos programas (Richeri, 1993: 31).

A internet, quando surgiu, mais parecia um serviço de mera transmissão de mensagens diretamente suportado em alguma rede de telecomunicações. Mas Facebook ou



Netflix, independentemente das suas outras óbvias diferenças, não são serviços de mera transmissão de mensagens. São produtores e reprodutores de *conteúdos audiovisuais*, sejam gerados por indivíduos anônimos, sejam gerados por organizações empresariais. Aqui já não estamos mais falando de internet, mas de negócios específicos suportados na internet, negócios que além de extremamente lucrativos, estão se tornando também determinantes na formação de mentes e subjetividades, na produção de cultura, no cotidiano vivido de qualquer um de nós. *Não são neutros*. Se no passado e no presente, rádio e televisão, fosse em que país fosse, inclusive nos Estados Unidos, eram e são regulados precisamente devido à dimensão e força ética e ideológica dos conteúdos que produzem e veiculam, o mesmo princípio também se pode aplicar a tais plataformas.

É por isto que, cada vez mais, aquele terceiro ator que vinha sendo mantido aparentemente à margem da evolução da internet –o Estado–, está sendo chamado a intervir e elaborar normas regulatórias. Como já comentado, multiplicam-se, mundo a fora, os conflitos de governos, parlamentos e poderes judiciários com o Google, o Facebook, o WhatsApp, o YouTube, o Netflix. Tendo-se infiltrado por aí protegidos pela capa neutra e liberal da internet, agora revelam-se amiúde instrumentos de subversão das leis nacionais, seja as que tratam de crimes, seja as que tratam da cultura, buscando se protegerem sob o manto das leis estadunidenses. Esses conflitos revelam que, enquanto infra-estrutura, a internet pode ser supranacional, mas enquanto interesses econômicos e culturais, a internet tem geralmente uma pátria: a mesma de Tio Sam. E nem se fale nas escandalosas revelações de Edward Snowden, comprovando o que há muito já se suspeitava: a internet também serve abusivamente para a espionagem política, militar, inclusive industrial ou econômica, dos Estados Unidos em outros países.

Gerir e operar a internet tornou-se, como vimos, um negócio altamente lucrativo para o capital financeiro. Por isto mesmo, quanto mais desregulamentado for esse negócio, melhor ainda. Porém, exatamente por isso, a internet precisa ser regulada. Essencialmente, essa regulação reconhecerá a distinção entre a rede em si, seus sistemas técnicos de acesso e tráfego, com seus agentes econômicos, os serviços contedísticos lucrativos que se apóiam nela. Não será necessário acrescentar que essa regulação é nacional, obediente às constituições e leis de cada país, às quais obrigatoriamente se curvarão as empresas que hoje se pretendem acima de estados soberanos: o caso mais recente e escandaloso é o conflito entre a rede X (ex-Twitter) do oligarca Elon Musk e o Estado brasileiro, representado pelo seu Supremo Tribunal Federal (STF), que levou à suspensão das operações da plataforma no Brasil, ainda em vigor quando essas linhas estavam sendo escritas.

No Brasil, a regulação tem sido exercida, na prática, pelo Poder Judiciário, desde juízes de primeira instância até o STF, devido à ausência de uma lei regulatória abrangente. O Marco Civil da Internet (MCI), inspirado naquela ilusão liberal barlowiana ainda



dominante nas duas primeiras décadas do século, praticamente isentou as plataformas de maiores responsabilidades quanto aos conteúdos que nelas trafegam, ao transferir essas responsabilidades exclusivamente para o autor do conteúdo, após decisões judiciais. Sendo sabida a extrema velocidade com que os conteúdos trafegam e se disseminam na rede ante a lentidão natural da Justiça; e, hoje em dia, não havendo também maiores dúvidas quanto ao papel dos algoritmos na seleção e propagação dos conteúdos, o MCI tem funcionado mais para acobertar todo tipo de aberrações veiculadas nas e pelas PSDs, do que para assegurar, como era seu propósito, efetiva liberdade de expressão, porém pressuposta a responsabilidade de quem se expressa. Diante desse vazio legal, o Judiciário tem agido, não raro de modo um tanto autocrático, visando manter o debate político e cultural nos limites minimamente aceitáveis, sejam políticos, sejam éticos, ao Estado democrático de direito (liberal).

Concluindo:

a) a internet é uma infra-estrutura *sobre* a qual efetuam-se negócios e práticas sociais, logo deve ser regulada entendendo-se a distinção necessária entre a camada de infraestrutura e a camada de conteúdos, de comunicação social e prestação comercial de centenas de serviços dos mais variados.

b) a internet já se tornou de tal modo massificada e ubíqua, que precisamos regulá-la não mais como "internet" mas como os tipos de negócios e práticas que nela se efetuam, considerando os poderes de mercado, os aspectos políticos e culturais, a soberania nacional, dentre outros pontos;

c) a internet já se tornou um espaço dominado pelo investimento financeiro, para o bem ou para o mal, logo precisa ser regulada conforme critérios econômicos: controle e combate a monopólios, geração de empregos no país, obediência ao regime fiscal do país e, em especial, tratamento isonômico relativamente a outros atores regulados do mercado, a exemplo das telecomunicações e da radiodifusão.

### Referências bibliográficas

- Adorno, T. W. y Horkheimer, M. (1985 [1944]). *Dialética do esclarecimento*. Jorge Zahar Editor.
- Anderson, C. (2009). *Free-Grátis, o futuro dos preços*. Elsevier.
- Barber, B. R. (2003 [1996]). *Jihad x McMundo: como o globalismo e o tribalismo estão transformando o mundo*. Record.
- Barbrook, R. (2009). *Futuros imaginários: das máquinas pensantes à aldeia global*. Petrópolis.
- Bourdieu, P. (2007). *A distinção*. Zouk.
- Castells, M. (2003). *A galáxia da internet*. Zahar.
- Dantas, M. (1996). *A lógica do capital-informação*. Ed. Contraponto (2ª ed.: 2002).
- Dantas, M. (2014). Mais-valia 2.0: produção e apropriação de valor nas redes do capital. *EpticOnline*, 16(2), 89-112. Disponível em <http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/2167/1948>
- Dantas, M. (2021). Dois anos de desgoverno – bolsonarismo e capitalismo-lumpem. *A Terra é Redonda*, 19/04/2021. Disponível em



<https://aterraeredonda.com.br/dois-anos-de-desgoverno-bolsonazismo-e-capitalismo-lumpem/>, acessado em 12/09/2024.

Dash, A. (2012). A web que perdemos. *Gizmodo Brasil*. Disponível em [http://gizmodo.uol.com.br/a-web-que-perdemos/?utm\\_source=feedburner&utm\\_medium=feed&utm\\_campaign=source=feedburner](http://gizmodo.uol.com.br/a-web-que-perdemos/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=source=feedburner), 17/12/2012, acessado em 12/09/2024.

Dosi, G., Freeman, C., Nelson, R., Silverberg, C., & Soeste, L. (Eds.). (1988). *Technical change and economic theory*. Pinter.

Empoli, G. da. (2019). *Os engenheiros do caos*. Vestígio.

Evangelista, R. (2007). Mais-valia 2.0. *A Rede*, 28. Disponível em <http://www.aredo.inf.br/inclusao/edicoes-anteriores/83-%201120>

Flichy, P. (1991). *Une histoire de la communication moderne: espace public et vie privée*. La Découverte.

Garcia, A. (2014). Cerco ao grátis. *Eu&Fim de Semana, Valor*, 17/01/2014, 4-7.

Germani, L. (2012). Alerta: o P2P está morrendo? Disponível em <http://leogermani.com.br/2012/02/28/alerta-o-p2p-esta-morrendo/>, acessado em 12/09/2024.

Kurbalija, J., & Golbstein, E. (2005). *Governança da internet: questões, atores, cisões*. RITS/NUPEF.

Levy, P. (1993). *As tecnologias da inteligência*. Editora 34.

Marx, K. (1984 [1885]). *O capital: crítica da economia política, livro segundo*. Abril Cultural.

Mazzucato, M. (2021). *O estado empreendedor*. Schwarcz.

Mounier, P. (2006). *Os donos da rede: as tramas políticas da internet*. Loyola.

Richeri, G. (1993). Sobre a convergência entre telecomunicações e televisão. *Diálogos de la comunicación*, 36, 31-47. Felafacs.

Rifkin, J. (2016). *A sociedade do custo marginal zero*. Bertrand.

Rodrigues, A. y Souza, J. L. R. (2015). A febre dos aplicativos. *Eu&Fim de Semana, Valor*, 27/02/2015, 5-8.

Rosa, J. L. (2015). É outra web que justifica seu preço. *Eu&Fim de Semana, Valor*, 27/02/2015.

Sartori, C. (1987). O olho universal. In G. Giovannini (Coord.), *Evolução na comunicação: do sílex ao sílicio*, 249-282. Nova Fronteira.

Standing, G. (2014). *O precariado: a nova classe perigosa*. Autêntica/Nupsi-USP.

Vianna, H. (2011). Jardins murados. *O Globo*, 29/07/2011.

Vogelstein, F. (2014). *Briga de cachorro grande: como a Apple e o Google foram à guerra e começaram uma revolução*. Intrínseca.

