

MONOPÓLIO NA INDÚSTRIA DA INFORMÁTICA: O CASO DA GOOGLE E O SEU MONOPÓLIO DO ACESSO E DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO

Luiz Vitor Genoves, Maisa Silva, Viviane Fernanda Forner

SSC-207 Computadores e Sociedade I

Bacharelado em Ciências de Computação

Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação

Universidade de São Paulo - São Carlos – SP - Brasil

RESUMO

O surgimento da Internet possibilitou aos humanos uma experiência de comunicação nunca vista antes. Integrantes de diversas sociedades e culturas trocam grandes volumes de informação diariamente, esse fato se deve aos baixos custos e à facilidade de expansão que a Internet apresenta.

Outro ponto inovador dessa tecnologia de informação é a abertura de interação dos usuários. Diferentemente das mídias televisivas e jornalísticas, na Internet o espectador é também criador, podendo disponibilizar não apenas opiniões e argumentos sobre uma certa questão, como também em muitos casos informações pessoais acabam sendo divulgadas ou compartilhadas.

Nesse contexto empresas com a Google Inc.¹ que fornecem serviços de correspondência eletrônica, divulgação de vídeos, sites de relacionamento e de buscas a respeito de um determinado assunto nos sítios presentes na rede, concentram em seu domínio uma gama muito grande de informações, dando-lhe tanto poder de manipulação de conteúdo como, até mesmo, perseguições políticas e econômicas.

Mas, a Google não é uma empresa isolada neste ramo, podemos citar como suas principais concorrentes a Microsoft² e a Yahoo!³, e a presença dessas faz com que não possamos considerar a existência de um monopólio no acesso e disseminação da informação, muito embora é evidente o majoritarismo.

¹ <http://www.google.com/>

² <http://www.microsoft.com>

³ <http://www.yahoo.com/>

INTRODUÇÃO

Ao fim do século XX pesquisadores e professores universitários expandiram o uso do computador para o universo das comunicações fazendo desta uma ferramenta eficiente na troca de informações e na divulgação de suas pesquisas. Inicialmente foram configuradas redes locais, computadores ligados diretamente, mas com o passar de pouco tempo essas redes evoluíram para a Web tal como conhecemos hoje. A qual pode ser considerada a maior revolução na tecnologia de informação desde que Johannes Gutenberg inventou a prensa de tipos móveis, no século XV.

É neste cenário que nasceu a companhia americana Google Inc, que apresenta negócios diversificados no campo da informática e ostenta o título de maior provedora de informação do mundo. Embora não crie conteúdo, seus servidores de busca na rede fazem as informações em inúmeras páginas serem apresentadas de forma mais organizada e acessível. Tendo como principais clientes os anunciantes de marketing direto, a Google atingiu em 2009 um faturamento de US\$ 24 bilhões, e seu valor de mercado é de US\$ 173 bilhões.

Esse fato evidencia o destaque que a Google tem na Internet. E ocorre neste meio de comunicação, da mesma forma que ocorre em outros, a interferência de interesses políticos e econômicos, ora bem definidos. Esta situação torna pertinentes as perguntas a respeito do engenho com o qual a Google seleciona, administra e vende as vastas fontes de informação a sua disposição. Um fato recente que exemplifica este risco de manipulação é a auto-censura e vigilância dos usuários imposta a Google pelo governo Chinês.

Considerada uma das empresas mais inovadoras do mundo, a Google tem como ética corporativa e filosofia de negócios, o apreço pela proteção da privacidade dos usuários e visa a conquista de sua confiança. Sob esta perspectiva, a internet pode se tornar um campo de batalha de controles ideológicos políticos e consequentemente econômicos.

Vemos uma tendência a múltiplas de parcialidades, o que reflete as possibilidades sem precedentes que temos de comunicação direta com outras pessoas. Neste cenário de democracia da informação, é provável que um monopólio tendencioso do conteúdo da Web não agrade a todos os gostos.

SURGIMENTO DA INTERNET E DOS SITES DE BUSCA

O que conhecemos hoje como Internet surgiu durante a Guerra Fria com objetivos militares como uma forma alternativa de comunicação caso destruíssem os meios convencionais de telecomunicações – com o nome de ArphaNet.

Em 1990, com o alçanço da população geral, foi desenvolvido o *World Wide Web*⁴ pelo engenheiro inglês Tim Bernes-Lee possibilitando a criação de sites mais dinâmicos e visualmente interessantes.

O surgimento dos sites de busca começou com o estudante Matthew Gray que criou o *World Wide Web Wanderer*, utilizado inicialmente para a contagem de servidores para medir o tamanho da web e depois foi utilizado para obter URLs, formando o primeiro banco de dados de indexação de sites chamado Wandex.

Em 1993, Martijn Koster criou o *Aliweb (Archie-Like Indexing da Web)*, que permitiu que os usuários enviassem suas próprias páginas a serem indexadas para serem usadas na internet. Claramente a web tinha grande potencial rentável, fazendo investidores começarem a se envolver. Assim foram surgindo os sites de busca, Excite, Galaxy.

O Yahoo! foi criado em 1994 por Jerry Yang e David Filo. Inicialmente com uma lista de seus sites favoritos e, diferente dos outros, além da URL, cada entrada tinha uma descrição da página.

A GOOGLE E SUA INFLUÊNCIA – MONOPÓLIO?

Google foi lançado em 1997, por Sergey Brin e Larry Page, como parte de um projeto de pesquisa de Stanford, usando as ligações de entrada para classificar os sites. Após desenvolverem alguns projetos, em 1997 registraram o domínio Google, nome semelhante a palavra ‘googol’, nome dado a 10^{100} .

O buscador Google foi criado no intuito de descobrir, no contexto da web, quais links apontam para um lugar. Não contentes com as propostas recebidas, Larry Page e Sergey Brin decidiram criar sua própria empresa em 1998 no estado da Califórnia. Até expandirem o uso para milhares de pessoas a empresa ainda não havia se preocupado em conseguir dinheiro, o que era necessário para cobrir os gastos de sua manutenção e do retorno dos investidores. Eles rejeitaram os banners e utilizam um

⁴ Sistema de documentos em hipermídia que são interligados e executados na Internet

sistema de links patrocinados como forma de publicidade, chamado AdSense, de onde vem aproximadamente 95% do dinheiro da empresa [1] . Em setembro do mesmo ano, em uma garagem e apenas um funcionário, possuíam 25 milhões de páginas indexadas e 10 mil consultas por dia.

A história da Google deixa claro a preocupação da empresa com a qualidade [1], e poucas vezes com o lucro, o que é positivo para o usuário, mas fica sujeito a um possível concorrente com uma ferramenta de publicidade melhor.

Hoje o Google é dono do site buscador Google, Gmail, do Orkut e YouTube. Recentemente o Google anunciou a compra da Doubleclick, empresa líder na distribuição de banners publicitários na internet, por mais de 3 Bilhões de dólares. Certa vez um de seus proprietários disse que uma das missões da empresa era ordenar a informação no mundo [7].

O fato da Google possuir a maior parcela do mercado não necessariamente significa que isto seja um monopólio. Geralmente entende-se por monopólio o domínio completo do mercado, geralmente pela união de várias empresas em cartéis ou trustes. No entanto, a Google possui concorrentes, por exemplo o Yahoo! e a Microsoft. O foco da empresa na satisfação dos usuários aliado ao comprometimento de seus criadores a criar uma ferramenta perfeita, permitiram seu fortalecimento e destaque diante da concorrência e fizeram com que se tornassem sinônimo de busca na internet, atingindo rapidamente o sucesso.

Além disso, vemos atualmente o surgimento de um grupo de pessoas que procuram informações parciais sobre um tema. Isso acontece quando se procura argumentos para sustentar um opinião concebida previamente e não para concebê-la. Ou seja, assistimos a uma tendência a múltiplas parcialidades. E serviços como os prestados pelo buscador Google só poderão expandir o número de usuários apenas se disponibilizarem informações que atendam a todas as parcialidades.

Talvez o fato da Web ser um meio de comunicação em massa que atinge simultaneamente milhões de pessoas com diferentes culturas, religiões e linhas de pensamento, seja nossa maior, porém não total, garantia de imparcialidade dos conteúdos apresentados pela rede.

Mas, em casos onde o objetivo da busca é puramente informativo, como na procura em artigos científicos, a garantia mencionada acima não é válida. Pois apesar da grande quantidade de sites científicos na web não há uma diversidade de assuntos correspondentes, já que um pequeno número de fontes primárias domina, essas últimas são revistas científicas bem conhecidas, tais como *Science* e *Nature*.

A MANIPULAÇÃO NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

A mídia tem sido responsável pelo fluxo de informações em nossa sociedade, e por isso exerce grande influência sobre a formação da opinião pública, podendo fazer essa ser favorável ou desfavorável, em relação à pessoas, grupos e organizações.

Os meios de comunicação de massa, que deveriam ser independentes e ter como principal objetivo informar a população, mostram-se subordinados a interesses econômicos e políticos. Estamos em uma era que recebemos informações filtradas, onde “opinião pública” se confunde com “opinião publicada” [3]. O caso recente da Google na China pode exemplificar este fato.

O CASO CHINA X GOOGLE

Em 2005, quando a Google decidiu abrir uma filial na China, que tem a terceira maior economia do mundo, ela manifestou a intenção de cumprir as diretivas do regime de censura implantado pelo governo chinês. Mas, no início do ano o Google anunciou ter sofrido ataques ao seu sistema, e que tinham como foco contas de e-mails de ativistas de direitos humanos.

Como respostas o Google anunciou que não iria mais censurar os seus resultados de busca feitos na China ou deixaria a China. Diante da inflexibilidade do governo chinês a Google acabou por deixar o país.

Os usuários do site Google.cn começaram a ser redirecionados ao Google.com.hk em Hong Kong [6], mas assuntos sensíveis, como o do Tibete, ou movimentos religiosos proibidos e aos protestos por democracia, continuavam bloqueados aos usuários chineses, isto é, a censura passara a ser feita pelo próprio governo chinês.

O Google pretende manter algumas operações em território chinês [6], incluindo pesquisa e desenvolvimento e equipe de vendas, mas o governo pode tornar as condições difíceis para a empresa. Por exemplo, a China pode não permitir que o

Google renove sua licença de internet, que segundo informações da mídia expira em um mês.

MONOPÓLIO - CONSEQÜÊNCIAS E RISCOS PARA A SOCIEDADE

Uma das consequências para a sociedade é a falta de poder de escolha que pode ocorrer quando a empresa impõe um determinado produto. Por exemplo no caso em que a Google aderiu a uma ação antitruste movida pela União Européia contra a Microsoft [2], que vincula seu navegador Internet Explorer ao sistema operacional Windows. O que na visão da empresa, geraria uma concorrência desleal ocasionando pouca competição no mercado de navegadores, impedindo a inovação.

Essa disputa no mercado de navegadores tem, ainda, um outro lado. O fato de existirem vários deles além do dominante, no momento o Internet Explorer, o desenvolvimento de um site pode se tornar bastante complicado se objetiva a visualização por muitos deles, além de poder custar mais caro para o cliente ou perder em qualidade de padrão gráfico devido às restrições de cada um deles [4]. Se não existisse um certo monopólio, também, a capacidade de navegação seria limitada pelo navegador do usuário, que teria que ter dezenas de navegadores e ficar alternando entre eles [4].

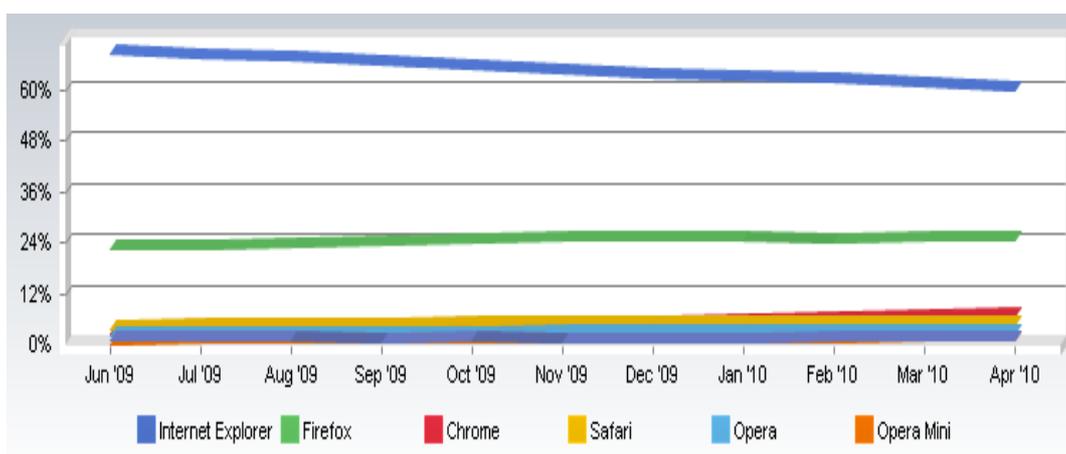


Figura 1: Gráfico⁵ da utilização de navegadores

Apesar das vantagens de um mercado de informática monopolizado, a estagnação é inevitável, pois a baixa concorrência não incita a empresa a evoluir.

⁵¹ Fonte: www.netapplications.com

Ter uma empresa que detém o monopólio da informação é prejudicial à sociedade, pois esta fica sujeita a opinião publicada, ou seja de parcelas de interesse da empresa criando um espaço controlado de discussão, e não à opinião pública [3].

Alguns acham que pode ferir o direito a privacidade, como no caso em que o Japão pediu à Google para que não mostrasse imagens detalhadas de cidades do país através de seu serviço Street View, alegando ‘uma violação profunda de um direito humano básico’ [5].

A sociedade fica a mercê do que a empresa quer mostrar, pois ela pode esconder fatos. Pode surgir a dúvida se não estamos entrando em uma era onde, a suposta democracia da internet não está acabando e estamos começando a receber informações filtradas. Uma empresa como a Google pode ter um importância estratégica para os EUA afinal, dominar a informação no mundo não é pouca coisa [7].

Além da perda de diversidade, o monopólio causa uma dependência total daquela única empresa. Imagine por exemplo só poder comprar carros da Fiat ou tomar sorvetes Kibon. O problema é que a empresa que monopoliza pode aumentar os preços.

A Google vende serviços para as empresas, por exemplo a Motorola utiliza tudo da Google atualmente. Além disso, vende propagandas através do Google AdSense, Google Ads, e também espaço extra no Gmail, no Google Docs, resultados melhores nas buscas, publicidade baseada no perfil do usuário, Google Desktop, Orkut, Chrome para prender o usuário na nuvem, e planejam até fazer um Sistema Operacional. Com a concorrência estimula a competitividade e a consequente redução de preços, o que força as empresas a funcionarem melhor para oferecer algo melhor.

BENEFÍCIOS DE EMPRESAS FORTES PARA A SOCIEDADE

Um dos maiores benefícios para a sociedade é a qualidade de serviço decorrente da concorrência. Essa disputa gera criatividade, novas tecnologias e novas soluções.

Empresas sem capacidade de reinvestimento não desenvolvem novas tecnologias e não contribuem com o desenvolvimento científico. A ideia é a seguinte: se uma empresa está preocupada em não falir, ela provavelmente não vai desenvolver tecnologia de ponta. É claro que uma empresa em um estado de emergência pode criar uma inovação salvadora, mas isso é muito difícil. É mais provável que uma empresa cujas finanças

estão estáveis possa investir em pesquisa e desenvolvimento, e assim trazer à sociedade novas tecnologias, capazes de facilitar e melhorar suas vidas.

REGULAÇÃO DO MERCADO

É importante evitar monopólio, e para isso é necessário sim regular o mercado, pois se não há regulação pode acontecer das empresas mais fortes irem comprando as mais fracas e, assim, não há garantia de que o monopólio não vai surgir, pois se esse processo acontecer repetidas vezes, pode sobrar apenas a mais forte no final, tendo total controle do mercado naquele segmento.

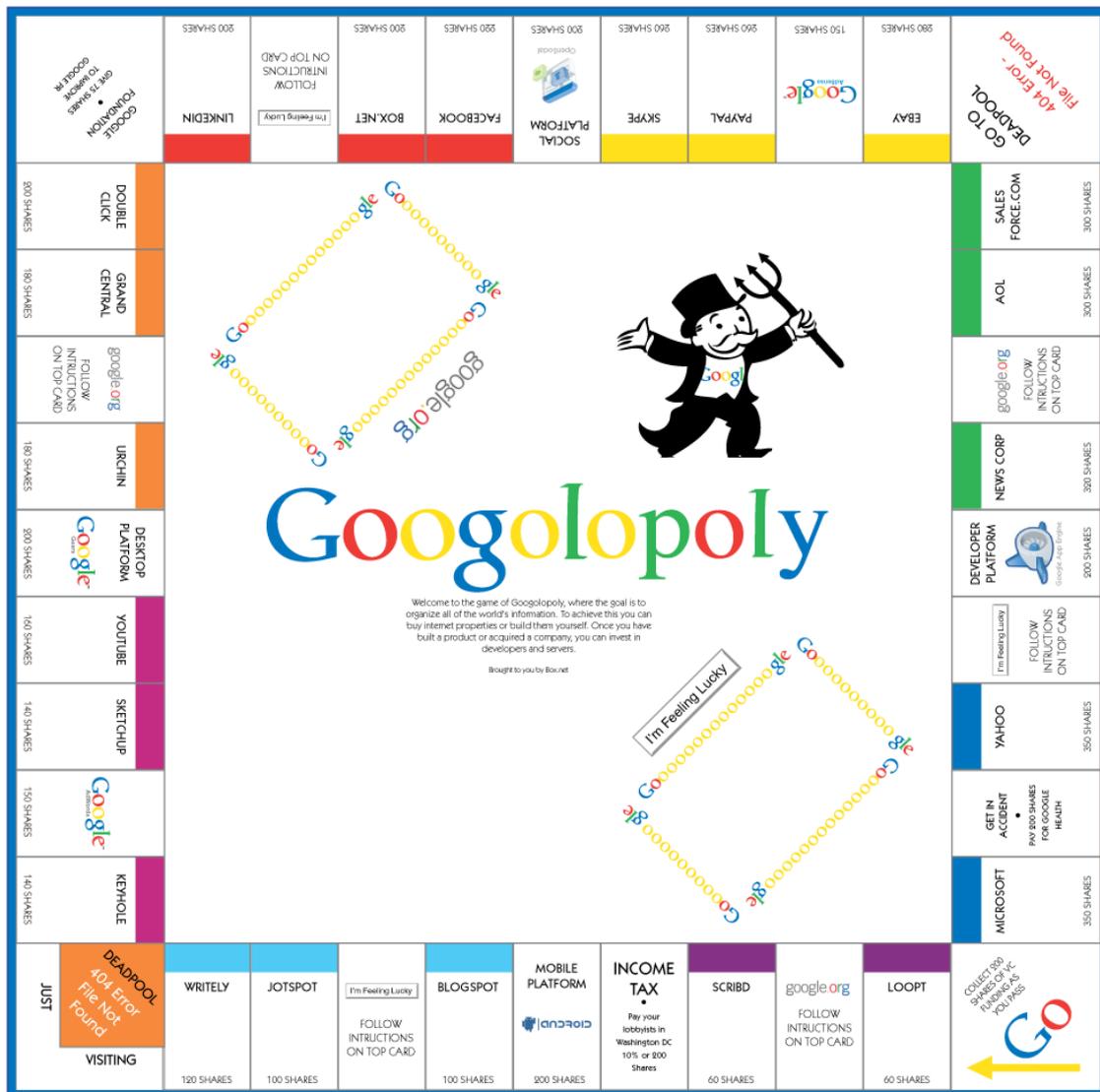


Figura 2: Paródia com jogo⁶ em relação ao monopólio da Google

⁶ Fonte: blog.box.net

Pode acontecer também de uma empresa que não seja do ramo querer entrar no ramo e comprar uma empresa fraca, por exemplo a Google queria comprar a Motorola, nesse caso a empresa fraca deixa de existir e a Google se fortalece, mas a diversidade, que é importante, se mantém.

Essa regulação de mercado relacionada à informática é um desafio no que se refere à garantia de liberdade de escolha do consumidor, mas de modo a evitar violação de direitos. A regulação deve ser feita pelo governo, já que a população não tem muito poder para defender seus interesses perante o mercado, assim é o governo quem supostamente a defende perante as empresas. O governo muitas vezes recorre à aplicação de multas às empresas que configurarem um monopólio.

A censura, como no caso da China, não é válida, pois apesar de evitar o monopólio naquele país, impede a liberdade de escolha do consumidor, quando se deve evitar violação de direitos.

CONCLUSÃO

Em face dos motivos apresentados nota-se que, em muitos casos, o monopólio da informação pode não ser positivo para o usuário. Já que este pode ficar à mercê de informações filtradas ou parciais.

A Google, porém, se destaca bastante no mercado devido à alta qualidade de seus serviços, ou seja, ela cresce por ser a melhor opção segundo os critérios da maioria dos usuários. Há concorrência como a Yahoo! e a Microsoft, entre outros, mas a Google detém já há um bom tempo a maior parcela do mercado, sem impor um monopólio. Não existe uma imposição de preços e nem de produtos de baixa qualidade.

A empresa tem tomado medidas para permanecer líder de mercado, por exemplo, comprando o YouTube e a Doubleclick, recentemente, mas sem deixar de lado seu comprometimento com a satisfação do usuário. Diante desses fatos, é provável que essa empresa ainda seja sinônimo de buscas na internet por bastante tempo.

REFERÊNCIAS

1. Soares B. A Google pode falir. [Online; acessado em: 09 de abril de 2010], 2007. Disponível em: <<http://www.undergoogle.com/blog/2007/09/google-pode-falir.html>>.
2. Redação Portal Imprensa. Google vai à justiça contra suposto monopólio da Microsoft. [Online; acessado em: 09 de abril de 2010], 2009. Disponível em: <http://portalimprensa.uol.com.br/portal/ultimas_noticias/2009/02/26/imprensa26387.shtml>.
3. Arles A. O interesse é manter o monopólio da informação. [Online; acessado em: 10 de abril de 2010], 2009. Disponível em: <<http://www.arlesophia.com.br/?p=545>>.
4. Castro A. Prós e Contras do Monopólio. [Online; acessado em: 09 de abril de 2010], 2004. Disponível em: <<http://www.sobresites.com/alexcastro/artigos/monopolio.htm>>.
5. Reuters. Japoneses pedem que Google pare de mostrar imagens de cidades. [Online; acessado em: 10 de abril de 2010], 2010. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u481422.shtml>>.
6. Folha Online. Google redireciona buscas na China a Hong Kong para burlar censura . [Online; acessado em: 11 de abril de 2010], 2010. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u710364.shtml>>.
7. Cardutto. Centro de Mídia Independente. Google e o monopólio da informação. [Online; acessado em: 10 de abril de 2010], 2007. Disponível em: <<http://www.midiaindependente.org/pt/blue/2007/04/380496.shtml>>.