7º SEMINÁRIO DE GRADUAÇÃO E PÓS-GRADUAÇÃO EM RELAÇÕES INTERNACIONAIS DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS (ABRI)

"Rumo à multipolaridade? Tensões, alianças e o lugar do Brasil na ordem global"

Porto Alegre, 7 a 9 de agosto de 2024

Evento Híbrido

Raça e Antirracismos nas Relações Internacionais

COLONIALIDADE OU RESISTÊNCIA?: O DILEMA DAS REDES SOCIAIS COMO FERRAMENTA DE COLONIALISMO DIGITAL E INSTRUMENTO DE LUTA ANTI COLONIAL NA CONTEMPORANEIDADE

Victória Louise de Sousa Quito

Instituto de Relações Internacionais da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (IRI/PUC-Rio)

Resumo

Na contemporaneidade, o que outrora sustentou a gênese e o desenvolvimento inicial do Sistema Capitalista Moderno e Colonial perdura sob a forma de colonialidade do poder. Nessa realidade em que as relações sociais são baseadas em uma dinâmica de poder racista, o desenvolvimento tecnológico emerge como símbolo cada vez mais forte da modernidade. As *Big Techs* norte-americanas, nesse contexto, representam não apenas o ápice do desenvolvimentismo, como também reforçam e possibilitam a propagação do poder imperial da potência hegemônica global, os Estados Unidos. E é nesse sentido que o colonialismo digital, que divide o território do Sul Global entre essas empresas, surge como uma nova forma de imperialismo expresso a partir da dominação econômica; do controle imperial; do capitalismo de vigilância global; da vigilância de Estado imperial e da hegemonia tecnológica. Nesse sentido, considerando a importância crescente do emprego de redes sociais detidas por essas *Big Techs* (em especial, aquelas do grupo Meta Platforms, Inc.) para o movimento indígena brasileiro, a presente pesquisa busca compreender como essa dinâmica de poder é desempenhada na prática. É possível encontrar evidências de colonialidade estadunidense expressas a partir de suas redes sociais? Se sim, pode-se provar que grupos que sofrem com a colonialidade utilizam essas mesmas redes para empreender seu ativismo contra-colonial? Para responder, objetiva-se analisar o comportamento e o funcionamento da Meta Platforms quanto às suas redes sociais, observando suas escolhas institucionais e a organização do conteúdo do website, procurando identificar vieses colonialistas nessas condições. Além disso, objetiva-se averiguar as motivações do movimento indígena brasileiro ao atuar no ambiente dessas redes, procurando apresentar as declarações do grupo quanto à utilidade desse meio de ativismo digital para sua luta política. O recorte temporal, compreendido pelo período de governo Bolsonaro (2019-2022), justifica-se pelo aumento da utilização das plataformas digitais, em especial as redes sociais, para mobilização política – principalmente considerando o contexto pandêmico. Assim, a partir de pesquisa exploratória, documental e bibliográfica, com base nas teorias decoloniais e pós-coloniais, a metodologia aplicada foi a de estudo de caso voltado para a análise de notícias; declarações de lideranças indígenas; movimentações da corporação analisada; características de publicações impulsionadas na rede social; além de configurações da própria plataforma. Por um lado, os resultados encontrados demonstraram que, tanto no caso do Instagram quanto no do Facebook, há indícios de desconsideração pelos idiomas indígenas; beneficiamento a partir da mineração ilegal em Terras Indígenas; vulnerabilidade do controle da empresa sobre a circulação de anúncios ilegais ou discriminatórios; o *data mining* praticado pela plataforma contra a

liberdade de todos os seus usuários, transformados em produtores e consumidores para a empresa e a ampliação da vigilância imperial do governo dos Estados Unidos sobre a região amazônica com a expansão do uso dessas redes por povos indígenas. Por outro, também foi possível descobrir que, de fato, os povos indígenas brasileiros que se dedicam ao ativismo utilizam e valorizam esse uso das redes sociais em prol da luta anti colonial.

Palavras-chave: colonialismo digital; demarcação de telas; ativismo digital; ativismo indígena.

1 Introdução

Embora segundo a corrente decolonial das Relações Internacionais, o projeto da modernidade seja intrinsecamente colonial (Grosfoguel, 2008), alguns elementos relacionados ao projeto moderno vêm sendo usados para uma luta contra a própria colonialidade. É o caso das redes sociais, cada vez mais empregadas por movimentos sociais do Sul. Por isso, questiona-se: é possível que algo visto como um dos maiores símbolos da contemporaneidade, como a tecnologia das redes sociais, sirva como instrumento efetivo de luta política contra repressões coloniais?

Para iniciar o debate, destaca-se que a Internet nasceu em meio às disputas por avanços tecnológicos na Guerra Fria como empreendimento da atual potência hegemônica: os Estados Unidos (Adabo, 2014). Nesse sentido, Moraes (2004) ressalta que

> as telecomunicações, desde a sua origem, estiveram relacionadas à área de defesa nacional e que hoje, mais do que nunca, *constituem uma estrutura global de poder da qual os EUA dependem para manutenção e expansão do seu poder imperial* [ênfase adicionada], no campo das armas, da moeda, da produção, das ideias e do conhecimento (pp. 348-349).

Assim, observando-se a relevância das tecnologias de telecomunicações e da Internet para a expansão e manutenção do imperialismo estadunidense, surge o questionamento quanto à função específica das redes sociais em sua estrutura de poder. Os trabalhos de Zuboff (2022) e Marzinotto & Pecequilo (2022) trazem fortes evidências de que as empresas norte-americanas de mídias digitais adequam-se à declaração de Moraes.

Considerando-se tal contexto, esta pesquisa é orientada pelas perguntas: é possível encontrar evidências de colonialidade estadunidense expressas a partir das redes sociais norte-americanas? Se sim, pode-se chegar à conclusão de que grupos que sofrem com a colonialidade utilizam essas mesmas redes para empreender seu ativismo contracolonial? Considerando-se a grande importância das *Big Techs* para a manutenção da hegemonia dos Estados Unidos, além da intensa atuação dessas empresas no Brasil, parte-se da premissa de que as *Big Techs* e suas redes sociais servem como meio de propagação de colonialidade contra povos indígenas brasileiros, apesar de atualmente também serem necessárias para que esse movimento social lute contra outras formas de colonialidade. E são necessárias porque, cada vez mais, as redes sociais se tornam um espaço amplificador e de validação de existência e legitimação de causas.

Para testar a hipótese e responder às perguntas de pesquisa, será feito um estudo de caso com exploração bibliográfica, baseado na epistemologia decolonial.

Assim, o trabalho buscará analisar uma empresa americana de mídias digitais, observando suas escolhas institucionais e o conteúdo do *website*, para identificar vieses colonialistas nessas condições. Parte-se da experiência de um movimento indígena brasileiro, buscando evidenciar a perspectiva de lideranças sobre a função das redes. O recorte temporal é de 2019 a 2022, período de aumento da presença on-line da população global, devido ao isolamento da pandemia da covid-19.

Para a seleção do material a ser analisado, optou-se por buscar evidências ligadas a situações de colonialismo digital em detrimento de comunidades indígenas brasileiras por parte de uma *Big Tech*. Conforme as bases teóricas expostas, o critério mais importante para a seleção da empresa, cujo comportamento deveria ser analisado, era que esta tivesse sede na potência hegemônica, os Estados Unidos. Também era preciso que a empresa fosse identificada como uma *Big Tech* do ramo de telecomunicações, dados os argumentos apresentados inicialmente sobre a relação dessas características com a manutenção do poder estadunidense.

Visto que, dentre as 20 *Big Techs* com maior valor de mercado avaliadas em 2023 pela revista *Forbes* (Ponciano, 2023), apenas o grupo Meta Inc. cumpre os critérios de nacionalidade estadunidense e de posse de redes sociais, optou-se pelo enfoque em seus produtos. Dentre eles, foram selecionados Facebook e Instagram, as únicas redes sociais com circulação de informações públicas. Com base nessas escolhas e fundamentos metodológicos, buscar-se-á analisar notícias; declarações de lideranças indígenas; movimentações da corporação selecionada; características de publicações impulsionadas na rede social; além de configurações da própria plataforma.

2 Por que as redes sociais? A resistência indígena on-line

Observada a história dos povos indígenas brasileiros, que pela força de sua resistência e cultura ainda sobrevivem aos ataques desumanos muitas vezes empreendidos ou apoiados pelo Estado, compreende-se sua busca por novas formas de rejeição ao projeto colonial. Na contemporaneidade, as opressões coloniais se colocam, também, sob novas faces e estruturas, como a tecnológica. Assim, a complexidade do tema abordado reside no fato de que as mesmas estruturas que oprimem também são utilizadas como meio de resistência política por movimentos sociais.

No caso da luta dos povos originários, parte da batalha é contra o apagamento. Ao tratar das consequências culturais do colonialismo ibérico a partir do século XV, Báez (2010) afirma que “o saque cultural na América Latina foi um etnocídio e memoricídio premeditado para mutilar a memória histórica e atacar a base

fundamental da identidade de suas populações" (p. 309). É possível conceber, portanto, que um povo atingido e ainda ameaçado por esses ataques à memória coletiva pode desejar recorrer às formas de registro disponíveis para resistir ao projeto colonial.

Por mais que pareça contraditório, esse é um dos sentidos a partir dos quais se pode entender as redes sociais como ferramenta de luta anticolonial. Como afirmam Faustino e Lippold (2022, p. 155), a memória informacional pode ser compreendida como ilimitada, e são reconhecíveis as utilidades sociais das tecnologias e suas aplicações. Compreendendo que não há um limite claro de postagens possíveis em redes sociais como as do grupo Meta, a publicação nessas plataformas poderia ser um interessante recurso para manter viva a memória coletiva em um ambiente de "livre acesso" – considerando-se, é claro, as barreiras da conectividade e do letramento digital.

Também é notável o apagamento da pauta indígena no cenário político brasileiro. Segundo Txai Suruí (TV Cultura, 2021), a presença originária em espaços como o das redes sociais se justifica porque

> Hoje, os povos indígenas utilizam da tecnologia como uma arma mesmo, exatamente *para poder estar levando as nossas vozes a cada vez mais espaços* [ênfase adicionada], e é assim que a gente vai demarcando as telas. ... É levando para todo mundo a nossa realidade e levando isso também que os povos indígenas podem estar onde eles quiserem [ênfase adicionada], e devem estar onde eles quiserem, porque nós ainda somos muito *invisibilizados* [ênfase adicionada].

E a importância da tecnologia e das redes sociais como aliadas também surge como tema de debates e fomento entre organizações dos povos indígenas de todo o Brasil. No Acampamento Terra Livre de 2023, ocorreu a plenária "A importância da comunicação e tecnologia indígena na decolonização, denúncia e luta" (Associação dos Povos Indígenas Brasileiros, 2023). Dentre falas que enaltecem e alertam quanto ao uso dos dispositivos conectados à Internet, muito do que foi tratado interessa para a presente discussão.

Por exemplo, conforme o citado por Suruí acima (TV Cultura, 2021), Mitã Xipaya – comunicador da Rede Jovens Comunicadores da Coordenação das Organizações Indígenas da Amazônia Brasileira (COIAB) – discursou sobre ser essencial que pessoas indígenas cubram os acontecimentos dentro de seus territórios utilizando tecnologias de comunicação. Segundo ele, os veículos tradicionais não são capazes de transmitir as mensagens da maneira que mais interessa à comunidade, algo que somente poderia ser alcançado por indígenas. Ricardo Terena (TV Cultura,

2021) – ativo nas redes TikTok e X (antigo Twitter) – corroborou essa ideia em sua fala, quando ressaltou a importância da construção de uma narrativa indígena on-line, em que a comunicação seria usada como forma de valorização cultural partindo dos próprios povos originários.

Em relação ao valor das redes como ferramenta de denúncia, destacam-se as declarações de Alexandre Pankararu (TV Cultura, 2021), que ressaltou situações em que a contribuição das redes sociais foi expressiva para a divulgação dos crimes humanitários sofridos por diversas etnias. Segundo ele, o fato de essas informações "viralizarem" (ou seja, serem compartilhadas por inúmeros usuários dos aplicativos) faz os ocorridos serem lembrados – e, portanto, julgados legalmente – e também funcionem como reforço à sua segurança. Pankararu (TV Cultura, 2021) afirma que, agora, "as pessoas pensam duas vezes antes de nos atacar, porque sabem que vai ter um indígena lá com o celular na mão". Fiiko Camargo (TV Cultura, 2021), da aldeia ywy porã, diz que esse tipo de ação on-line fortalece as ações políticas do movimento, como aconteceu quando conseguiram 23 mil votos em um mandato coletivo, graças à divulgação nas redes. Como instrumento político, ele acredita que "isso tem que avançar em todos os territórios. [...] A juventude posta no Instagram, posta no Facebook. Isso agora será nossa arma daqui pra frente" (TV Cultura, 2021).

Tais argumentos são ilustrados por eventos nada pontuais na história política brasileira. Um exemplo recente é o caso do movimento da etnia Guarani-Kaiowá em 2012, que gerou uma mobilização nacional a partir do então Twitter e do Facebook (Malini, 2017). O protesto contra as situações desumanas vivenciadas pelos indígenas sob constante ameaça de pistoleiros em Iguatemi, no Mato Grosso do Sul, começou com a "carta da comunidade Guarani-Kaiowá de Pyelito Kue/Mbarakay-Iguatemi-MS para o Governo e Justiça do Brasil" (Cimi, 2012). A partir de então, teve início uma campanha por parte da sociedade como um todo, contra tais injustiças. Mais de 200 páginas ligadas ao assunto foram criadas, e muitas pessoas modificaram seus sobrenomes no Facebook para "Guarani Kaiowá", além de cerca de 73 mil publicações no ainda Twitter (Malini, 2017). Episódios dessa natureza ilustram que a mobilização por meio das redes reverbera a luta, trazendo-lhe visibilidade.

Em outro estudo sobre a movimentação indígena nas redes, voltado para a atuação no Facebook, Almeida, Canavarro e Gonçalves (2022, pp. 7-8) descobriram que, desde 2008, a rede de mobilização indígena cresceu consideravelmente e que o engajamento dessas páginas e de suas publicações acompanhou esse avanço. Esse é mais um indício de que, além de estarem demarcando as telas, as pautas indígenas estão gerando um aumento cada vez maior de envolvimento popular.

Com base nesses argumentos, é possível conceber que o movimento pela causa indígena tem conseguido alcançar a divulgação desejada nas redes sociais. Mesmo assim, na próxima seção, argumentos que demonstram vieses de colonialidade por parte das *Big Techs* sobre esses povos serão o contraponto desses benefícios.

2.1 Colonialidade, Meta Platforms Inc. e os povos indígenas brasileiros

Kwet (2019) define como aspectos do *colonialismo digital*: dominação econômica, controle imperial, capitalismo de vigilância global, vigilância de Estado imperial e hegemonia tecnológica. Assim, o presente estudo pretende testá-los para observar se essa dinâmica pode estar sendo desempenhada por meio do grupo Meta Inc. em desfavor dos povos indígenas brasileiros.

Para a análise quanto à dominação econômica reitera-se a importância de que a voz do movimento ecoe o máximo possível. Por isso, vale destacar que, dentre as três redes sociais mais utilizadas em território nacional, duas são do grupo Meta Platforms: Instagram, com alcance de 85,1%, e Facebook, de 81,4% (Pacete, 2023). Além disso, no Brasil, o Facebook é a mais utilizada por profissionais de *marketing* como plataforma para a veiculação de publicidade on-line (Savattero, 2023). Ambas essas informações demonstram que o grupo Meta tem domínio econômico em relação às redes sociais e à publicidade nos meios digitais. O trecho abaixo, retirado do Relatório Anual 2021 do grupo (Meta Platforms, Inc., 2021), deixa clara a importância desse domínio para a empresa:

> Para a FdA [Família de Aplicativos], geramos substancialmente toda a nossa receita com a venda de canais de publicidade para profissionais de marketing. Os anúncios em nossas plataformas permitem que os profissionais de marketing alcancem pessoas com base em uma variedade de fatores, incluindo idade, gênero, localização, interesses e comportamentos. (tradução nossa).

Dessarte, para amplificar a comunicação, os comunicadores indígenas precisam de uma conta nessas redes sociais. Apesar de haver outros meios de comunicação utilizados por organizações indígenas para troca de informações, como *websites* próprios – com destaque para os endereços “www.apiboficial.org”; “www.cimi.org.br”; “wwwcoiab.org.br” e “www.amazoniareal.com.br” –, e outras plataformas, é distintiva a presença expressiva dessas instituições e projetos, bem como de ativistas individuais, nas redes do grupo Meta. A Tabela 1 apresenta os números dessa presença, com base nas principais redes de comunicação da área e nas das ativistas Sônia Guajajara (atual ministra dos Povos Indígenas) e Txai Suruí (única brasileira a discursar na COP 26 e incluída na lista “Forbes Under 30”). Com

base nessas informações, conclui-se que há um domínio econômico da Meta Platforms sobre a área de comunicação com relação à pauta indígena.

Tabela 1

Número de seguidores e publicações de páginas de ativismo indígena no Instagram e no Facebook

Organização, projeto ou ativista individual	**Número de seguidores**		**Número de Publicações**[1]
	Facebook	**Instagram**	**Instagram**
APIB	123.000	296.000	12.218
COIAB	15.000	52.700	5.220
Amazônia Real	23.000	69.000	3.103
Cimi	90.000	33.800	2.977
Txai Suruí	-	137.000	312
Sônia Guajajara	158.000	772.000	12.663
Mídia Guarani Mbya	7.100	57.700	1.712

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados dispostos nos perfis do Facebook e do Instagram dos ativistas, organizações e projetos selecionados. Dados acessados em 24 jan. 2024.

Isso posto, também cabe observar o aspecto de “controle imperial a partir do desenho da arquitetura”. A arquitetura de código proporciona às empresas de tecnologia americanas o poder de controlar o funcionamento da plataforma, de modo que é impossível aos usuários sua personalização. Como no exemplo do PL 2630/20, conhecido como PL das *Fake News*, em que as *Big Techs* se opuseram explicitamente ao projeto, esse controle pode ocorrer à revelia da legislação nacional.

Por conta desse descompromisso, não surpreende que o Facebook já tenha sido usado para anúncios ilegais de comercialização de terras indígenas (Fellet, 2021). Segundo a investigação da BBC News Brasil, em muitos anúncios os próprios vendedores reconheciam não ter propriedade dos lotes e que as áreas foram

[1] Não foi possível encontrar o número de publicações realizadas por usuários do Facebook.

desmatadas. Mesmo assim, o conteúdo criminoso passou pelo crivo do Facebook, já denunciado por Zuboff (2021, p. 571) como o mais permissivo possível. No livro *Racismo Algorítmico*, Silva (2022, pp. 36-40) também demonstra que os algoritmos do Facebook já se provaram, por vezes, ligados a tomadas de decisões que privilegiam o grupo branco hegemônico.

Com relação à mineração de dados, é importante destacar que essas redes obtêm praticamente todo o seu lucro da publicidade. E esses anúncios são tão valiosos graças ao *Big Data*, a extração de dados para análise em sistemas que os transformam em matéria-prima (Zuboff, 2019, p. 86). Em um cenário em que cada vez mais indígenas precisam usar as redes do grupo Meta, isso proporciona à empresa gradativamente mais dados obtidos gratuitamente a partir da navegação dessas pessoas nas plataformas. Tais informações, por sua vez, podem ser vendidas para anunciantes com a finalidade de, a partir do *data mining* (a mineração de dados por Inteligências Artificiais), direcionar os conteúdos publicitários para aumentar sua eficácia. Esse ponto depõe fortemente a favor da tese de que há colonialidade nas práticas da empresa. Chamada de “colonialismo de dados” por Faustino e Lippold (2023), essa mineração submete a vida humana, com ou sem consentimento, ao extrativismo capitalista.

Tal estrutura de poder possibilitada pelo *Big Data* e pela mineração de dados é o que proporciona ao governo dos Estados Unidos uma gama cada vez maior de dados sobre o Sul Global e, neste caso, sobre grupos que até pouco tempo atrás mal tinham acesso à Internet. Assim, a ampliação do acesso de pessoas indígenas, principalmente aquelas que habitam as regiões mais profundas do país, significa, também, a ampliação da vigilância proporcionada às agências de segurança norte-americanas.

Nesse sentido, cabe mencionar que a Amazônia – onde localizam-se 98,22% das terras indígenas (TIs) nacionais (Instituto Socioambiental, 2023) – é considerada território-chave nas discussões globais sobre o clima e que o governo de Joe Biden (2021-presente) mencionou priorizar a agenda ambiental na política externa e na segurança nacional (The White House, 2021). O então embaixador dos EUA no Brasil, Todd Chapman (2020-2021), chegou a afirmar que há um “compromisso” dos Estados Unidos para com o povo da região amazônica, ao anunciar mais de US$ 2 milhões para o tratamento da crise de coronavírus que assolava o território à época (Navarro, 2020). Ou seja: existe também grande interesse declarado por Washington na área onde está concentrada a maior parte das TIs no Brasil, e a estrutura de vigilância de dados proporcionada pela Meta lhe pode ser bastante útil como forma de controle

sobre essa área. É a vigilância imperial estatal, última das características citadas por Kwet, em ação.

2.2 Análise prática: investigação em busca de indícios de colonialidade na exploração da plataforma

Com base nas informações acima, cabe também à presente pesquisa realizar uma investigação preliminar quanto aos possíveis indícios de colonialidade embutidos nos *softwares* das redes da Meta Platforms. A esta parte da pesquisa, interessam as evidências relacionadas com a característica de "controle imperial a partir do desenho de arquitetura", mesmo considerando-se a dificuldade posta pelo aspecto "caixa-preta" – ou seja, não auditável – dos *apps*. Por esse motivo, optou-se por analisar elementos que não precisassem do estudo de um grande volume de dados e que estivessem disponíveis para observação superficial. Decidiu-se, portanto, pela verificação de dois pontos: a disponibilidade de idiomas no Facebook e no Instagram, tendo em vista a importância dessa propriedade em contextos coloniais; e as informações sobre a funcionalidade dos Anúncios da Meta sob o viés de moderação desse conteúdo, posta a já fundamentada relevância da publicidade para a empresa.

2.2.1 Disponibilidade de idiomas

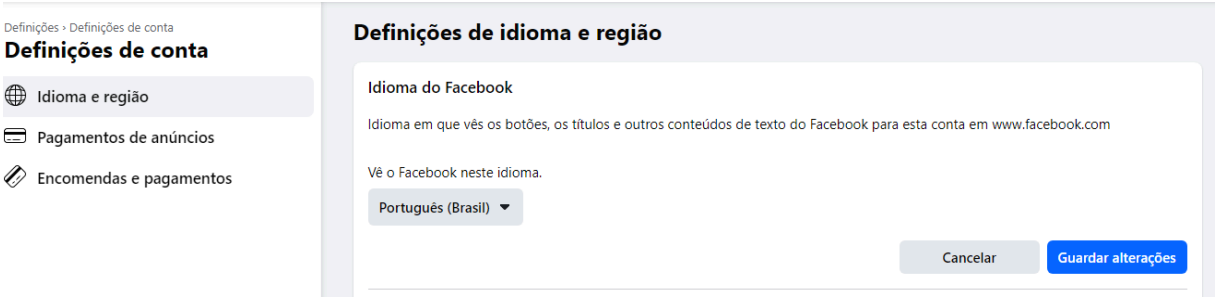
A colonização envolve a imposição do monolinguismo, e o próprio desastre cultural do colonialismo teve como efeito mais imediato justamente o ataque à diversidade linguística (Báez, 2010). Aliado a isso, Veronelli (2019) parte da crítica decolonial para entender que "o monolinguismo desumaniza ao negar/apagar/silenciar a linguagem comunitária do grupo colonizado" (p. 156, tradução nossa), uma vez que, segundo ela, essa ação envolve seres que se consideram plenamente humanos – os colonizadores – e seres racializados linguisticamente – os colonizados –, vistos pelos primeiros como desprovidos de razão (p. 154). Tais análises significam que a prática de imposição de uma única língua é nitidamente colonial, desumanizante e projetada pelo colonizador como forma de dominação.

Dessa forma, cabe aplicar essas noções ao caso estudado. Verificando os idiomas disponíveis no Facebook (seguindo as instruções da Meta Platforms, 2024d) e no Instagram (instruções da Meta Platforms, 2024a), identificou-se que, em relação ao primeiro, a única língua indígena brasileira com a qual é possível navegar nos *apps* é o Guarani, e com ressalvas: ao selecioná-lo para a navegação no *site*, a interface mostra outra caixa de seleção, para que o usuário escolha qual outro idioma deseja visualizar, caso o primeiro não esteja disponível (algo que não ocorre quando o português é escolhido inicialmente), conforme as figuras 1 e 2. Para o Instagram, a

alteração do idioma parece ser ligada ao sistema operacional do dispositivo e, no teste realizado (com um sistema iOS, 17.1.2), nenhuma língua indígena estava disponível para seleção.

Figura 1

Tela de alteração de idioma de navegação do Facebook: seleção do Português (Brasil)



Fonte: Facebook.com (2024e).

Figura 2

Tela de alteração de idioma de navegação do Facebook: seleção do Guarani

Fonte: Facebook.com (2024e).

Segundo a Fundação Nacional dos Povos Indígenas (Funai) a partir de dados de 2010, no Brasil há 305 etnias indígenas, falantes de 274 línguas distintas (Funai, 2022). Isso significa que a inclusão – parcial – do Guarani na plataforma está longe de compreender a grande variedade linguística existente entre esses povos. Portanto, tendo por base os argumentos de Báez e Veronelli acima, conclui-se que o grupo Meta Platforms reafirma a prática colonial de imposição do monolinguismo. Essa disposição obriga os grupos originários que buscam as redes como ferramenta contra o colonialismo a lidar com o idioma do colonizador, como foi imposto tantas vezes na história moderna.

2.2.2 Biblioteca e gerenciamento de anúncios

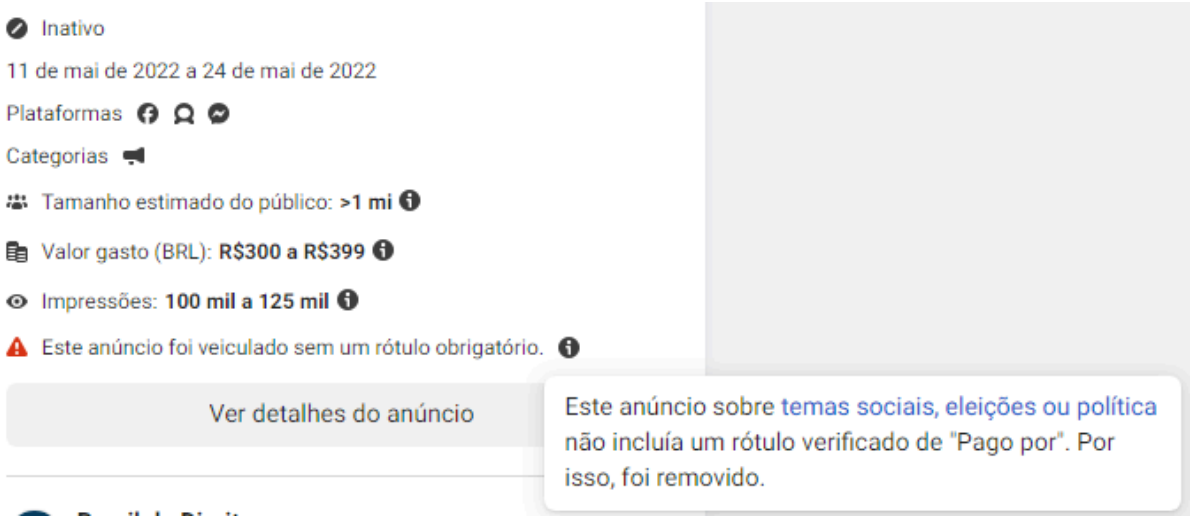
O funcionamento da Biblioteca de Anúncios é explicado na própria plataforma, em uma página que traz informações interessantes (Meta Platforms, 2024g). Primeiramente, é possível visualizar dados sobre todos os anúncios ativos no momento da pesquisa. Além destes, aqueles classificados como “sobre temas sociais, eleições ou política” também podem ser observados quando estiverem inativos pelo prazo de até sete anos. Neste caso, o usuário também pode ver “informações adicionais” – o financiador, o valor gasto e o alcance do anúncio. Como evidenciado nos episódios de anúncio ilegal de TIs e da publicidade do Google contra o PL das *Fake News*, há, porém, uma grande vulnerabilidade na classificação de publicações. Isso porque é o próprio anunciante que estabelece essa definição, e o Facebook pode readequá-la em caso de inconsistência. No entanto, quando o Google fez publicações políticas contra o PL das *Fake News*, viu-se que, apesar do grande alcance das postagens e da notoriedade do anunciante, essa moderação pode não ser confiável.

Outro dado significativo nessa página é a informação de que as opções de anúncios são “diferentes” na “Região Europeia”. No *link* disponível ao lado dessa informação, que abre o artigo “Assinatura de opção sem anúncios” (Meta Platforms, 2024b), compreende-se que aos usuários dessa região é permitida a realização de uma assinatura paga para que não haja anúncios durante a navegação no Instagram e Facebook. Apesar de não esperado durante o planejamento da pesquisa, a descoberta dessa informação corrobora a ideia de colonialidade na arquitetura do código, dada a região que pode ter acesso a uma opção livre da lógica exploratória imposta pelos anúncios.

Por fim, dentro da Biblioteca, nota-se que diversos anúncios inativos apresentam o aviso “Este anúncio foi veiculado sem um rótulo obrigatório.”, conforme exemplo da Figura 3. Ao clicar no ícone de “mais informações”, descobre-se que tais publicações não incluíam o dado do pagador, o que mostra que foram classificadas incorretamente. Esse é mais um indício da vulnerabilidade da plataforma, pois seus anúncios realmente podem ser distribuídos com informações faltantes, e a moderação pode ser aplicada somente após expirado seu tempo de circulação.

Figura 3

Exemplo de anúncio com a etiqueta “Este anúncio foi veiculado sem um rótulo obrigatório”



Fonte: Biblioteca de Anúncios da Meta Platforms (2024c).

Ao navegar no Gerenciador de Anúncios (Meta Platforms, 2024f), o primeiro *pop-up*[2] que aparece na tela orienta o usuário quanto à "política de não discriminação" da empresa. Na conta utilizada para testes, optou-se por visualizar a interface em português (Brasil). Nessa mensagem, porém, há um texto que mescla orações em inglês e português, o que pode dificultar a compreensão dos usuários – e impor o idioma hegemônico aos usuários brasileiros, indígenas ou não. Considerando-se que esse produto é o maior gerador de receita da companhia, surpreende o "erro" de tradução justamente em uma mensagem que orienta contra a discriminação em anúncios.

Tratando-se do conteúdo desse *pop-up*, interessa o fato de que a empresa orienta os usuários contra o direcionamento discriminatório de anúncios, como se fosse deles a responsabilidade, e não da própria Meta Platforms, quanto às possíveis tomadas de decisão "injustas" operadas por seus algoritmos. Também é curioso verificar que a legislação anexada no corpo da mensagem em formato de *hiperlink* é a dos Estados Unidos, e não a nacional do país escolhido pelo usuário nas configurações pessoais (no caso desta pesquisa, o Brasil). Para compensar esse fato, ainda há um aviso ao fim da mensagem, orientando a "cumprir as leis relevantes para sua localização e a localização do direcionamento". Isso torna todo o conteúdo ainda mais confuso e vago, visto que traz informações inválidas para o contexto, e não as que são válidas. Finalmente, há uma espécie de "termo de compromisso" – sem indicação de sua validade legal – com orientação ainda mais ampla: o usuário deve se

[2] Chamaremos de *pop-up* uma funcionalidade da interface de *websites* que permite a visualização de uma tela sobreposta àquela da página inicialmente acessada. Costuma contar com textos de aviso, ou de ações simples, e desaparece após a ação ser finalizada.

comprometer a “respeitar as Políticas de Publicidade e todas as leis aplicáveis” e “não usar a Publicidade na Meta para nenhuma prática discriminatória”.

Silva (2022, p. 38) explica o motivo dessas informações serem consideradas vagas ou ineficazes contra a discriminação. De acordo com o autor, é possível evadir as categorias de raça, cor, religião, sexo, deficiência, nacionalidade e tipo de família a partir de táticas que relacionam as “preferências do usuário” a esses grupos. Dessa forma, por exemplo, compreendeu-se que é “possível identificar um grupo étnico-racial de um indivíduo somente com base em seus *likes*, com índice de 95% de acerto”, enquanto categorias como “afinidade étnica” foram criadas de modo a “burlar” o que seria considerado discriminatório. O autor resume:

> Respaldado pelo recurso legal-discursivo, o Facebook negou que seu serviço promovesse discriminação e afirmou que iria rever suas práticas, mas manteve a opção [de seleção da categoria de “afinidade étnica”] durante anos. Nas milhões de exibições de anúncios com o objetivo de excluir determinadas categorias populacionais, não é necessária uma sobreposição exata com os conceitos de grupos raciais vigentes, mas a lógica do excesso do big data [sic] permite que a discriminação alcance o objetivo com aproximações indutivas (p. 39).

Isso significa que, apesar do aparente interesse da empresa na não discriminação, as práticas concretas de seus algoritmos continuam a permitir uma filtragem preconceituosa por meio da indução das categorias sociais a partir das práticas comportamentais dos grupos de usuários. Mais uma vez, a arquitetura do código permite que o racismo – bem como outras opressões sociais – seja impresso no comportamento da plataforma, apesar do malabarismo discursivo e institucional para que a empresa não seja responsabilizada.

Considerações finais

É possível constatar que a temática tratada neste artigo carrega em sua contradição a sua complexidade. Partindo da concepção de que os diversos povos nativos do nosso país re(x)istem aos dias de hoje, apesar dos reconhecidos e incessantes esforços da dominação colonial que já perdura há mais de 500 anos, este trabalho busca reconhecer a validade de seus esforços contemporâneos. Até mesmo utilizando as ferramentas do Senhor, os povos indígenas desta terra empreendem com sucesso sua luta. Apropriam-se dos símbolos da modernidade capitalista e colonial para reforçar sua própria cultura e denunciar as violências capitalistas, coloniais e desenvolvimentistas.

Mesmo assim, o colonialismo digital está à espreita, e não deve ser ignorado. Por isso, este trabalho incentiva o fomento às tecnologias contra-hegemônicas, desenvolvidas no Sul e para o Sul, que sirvam melhor aos objetivos de luta dos movimentos sociais desta parte do mundo. Também busca estimular a pesquisa-denúncia com relação às demais empresas de tecnologia norte-americanas – *Big Techs*, ou não – e à colonialidade que elas podem disseminar fora do território do Norte.

REFERÊNCIAS

ADABO, G. Ciência e guerra: era uma vez a internet. ComCiência, n. 158, 2014. Disponível em: http://comciencia.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-76542014000400002&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt. Acesso em: 27 out. 2024.

ALMEIDA, S.; CANAVARRO, M.; GONÇALVES, D. Povos e lideranças indígenas na disputa dos espaços de poder: uma análise longitudinal e multiplataforma do ativismo digital indígena no Brasil. 46º Encontro Anual da ANPOCS, 2022. Disponível em: https://www.encontro2022.anpocs.com/arquivo/downloadpublic?q=YToyOntzOjY6InBhcmFtcyI7czozNToiYToxOntzOjEwOiJJRF9BUlFVSVZPIjtzOjQ6Ijk4MDkiO30iO3M6MToiaCI7czozMjoiMWE3MGQwM2E4OTA1YzlkMWM3YThmNGU2MDUyODRmZGUiO30%3D. Acesso em: 27 out. 2024.

ASSOCIAÇÃO DOS POVOS INDÍGENAS BRASILEIROS. A importância da Comunicação e tecnologia Indígena na decolonização, denúncia e luta. APIB Oficial, 2023. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=G46iLOcspoI. Acesso em: 27 out. 2024.

BÁEZ, F. A história da destruição cultural da América Latina: da conquista à globalização. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2010.

CIMI. Violência contra os Povos Indígenas no Brasil – Dados de 2011. 2012.

FAUSTINO, D.; LIPPOLD, W. Colonialismo Digital: por uma crítica hacker-fanoniana. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2023.

FELLET, J. Investigação revela terras protegidas da Amazônia à venda no Facebook. BBC News Brasil, 2021. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/brasil-56211156. Acesso em: 27 out. 2024.

FUNAI. Brasil registra 274 línguas indígenas diferentes faladas por 305 etnias. 2022. Disponível em: https://www.gov.br/funai/pt-br/assuntos/noticias/2022-02/brasil-registra-274-linguas-indigenas-diferentes-faladas-por-305-etnias#:~:text=Segundo%20dados%20do%20%C3%BAltimo%20Censo,ind%C3%ADgenas%20de%20305%20diferentes%20etnias. Acesso em: 27 out. 2024.

GROSFOGUEL, R. Para descolonizar os estudos de economia política e os estudos pós-coloniais: Transmodernidade, pensamento de fronteira e colonialidade global. Revista Crítica de Ciências Sociais, n. 80, p. 115-147, 2008. Disponível em: https://journals.openedition.org/rccs/697. Acesso em: 27 out. 2024.

INSTITUTO SOCIOAMBIENTAL. Terras Indígenas no Brasil: Onde estão? Diário Oficial da União, 2023. Disponível em: https://terrasindigenas.org.br/pt-br/brasil#onde. Acesso em: 27 out. 2024.

KWET, M. Digital Colonialism: US Empire and the New Imperialism in the Global South. Race & Class, v. 60, n. 4, p. 3-26, 2019. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3232297. Acesso em: 27 out. 2024.

MALINI, F. Tecnopolítica: a viralidade indígena em rede e os novos modos de mobilização. Mídia Ninja, 2017. Disponível em: https://midianinja.org/fabiomalini/tecnopolitica-a-viralidade-indigena-em-rede-e-os-novos-modos-de-mobilizacao/. Acesso em: 27 out. 2024.

MARZINOTTO JÚNIOR, F.; PECEQUILO, C. O poder dos EUA e as multinacionais tecnológicas na Era Digital: uma análise da oligopolização nos governos Obama e Trump (2009-2021). Austral, v. 11, n. 21, p. 41-76, 2022. Disponível em: https://seer.ufrgs.br/austral/article/download/124268/85845. Acesso em: 27 out. 2024.

META PLATFORMS, INC. Alterar suas configurações de idioma no Instagram. 2024a. Disponível em: https://www.facebook.com/help/instagram/111923612310997. Acesso em: 27 out. 2024.

META PLATFORMS, INC. Assinatura de opção sem anúncios. 2024b. Disponível em: https://www.facebook.com/help/1241090626576242?helpref=faq_content. Acesso em: 27 out. 2024.

META PLATFORMS, INC. Biblioteca de Anúncios. 2024c. Disponível em: https://www.facebook.com/ads/library/?active_status=all&ad_type=political_and_issue_ads&country=BR&media_type=all. Acesso em: 27 out. 2024.

META PLATFORMS, INC. Como alterar as configurações de idioma no Facebook. 2024d. Disponível em: https://www.facebook.com/help/327850733950290/?helpref=uf_share. Acesso em: 27 out. 2024.

META PLATFORMS, INC. Configurações de idioma e região. 2024e. Disponível em: https://www.facebook.com/settings?tab=language. Acesso em: 27 out. 2024.

META PLATFORMS, INC. Gerenciador de Anúncios. 2024f. Disponível em: https://adsmanager.facebook.com/adsmanager/onboarding. Acesso em: 27 out. 2024.

META PLATFORMS, INC. O que é a Biblioteca de Anúncios da Meta e como faço para pesquisar nela? 2024g. Disponível em: https://www.facebook.com/help/259468828226154. Acesso em: 27 out. 2024.

META PLATFORMS, INC. Annual Report 2021. 2021. Disponível em: https://s21.q4cdn.com/399680738/files/doc_financials/annual_reports/2023/2021-Annual-Report.pdf. Acesso em: 27 out. 2024.

MORAES, G. Telecomunicações e o poder global dos EUA. In: FIORI, J. L. (Org.). O poder americano. Petrópolis: Vozes, 2004. p. 347-392.

NAVARRO, S. U.S. Expands Influence in the Brazilian Amazon during Pandemic. North American Congress on Latin America, 2020. Disponível em: https://nacla.org/news/2020/08/07/us-influence-brazilian-amazon. Acesso em: 27 out. 2024.

PACETE, L. G. Brasil é o terceiro maior consumidor de redes sociais em todo o mundo. Forbes, 2023. Disponível em: https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/03/brasil-e-o-terceiro-pais-que-mais-consome-redes-sociais-em-todo-o-mundo/. Acesso em: 27 out. 2024.

PONCIANO, J. The World's Largest Tech Companies In 2022: Apple still Dominates as Brutal Market Selloff Wipes Trillions in Market Value. Forbes, 2022. Disponível em: https://www.forbes.com/sites/jonathanponciano/2022/05/12/the-worlds-largest-technology-companies-in-2022-apple-still-dominates-as-brutal-market-selloff-wipes-trillions-in-market-value/?sh=b6c0bc734488. Acesso em: 27 out. 2024.

TV CULTURA. "Hoje, povos indígenas utilizam a tecnologia como arma", diz Txai Suruí. YouTube, 2021. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=mQspqVaNaYA. Acesso em: 27 out. 2024.

SAVATTERO, R. PMEs devem anunciar no TikTok ou no Facebook? E as Enterprises? Exame, 2023. Disponível em: https://exame.com/bussola/pmes-devem-anunciar-no-tiktok-ou-no-facebook-e-as-enterprises/. Acesso em: 27 out. 2024.

SILVA, T. Racismo Algorítmico: inteligência artificial e discriminação nas redes digitais. São Paulo: Edições Sesc, 2022.

THE WHITE HOUSE. Fact Sheet: Prioritizing Climate in Foreign Policy and National Security. 2021. Disponível em: https://www.whitehouse.gov/briefing-room/statements-releases/2021/10/21/fact-sheet-prioritizing-climate-in-foreign-policy-and-national-security/. Acesso em: 27 out. 2024.

VERONELLI, G. A. La colonialidad del lenguaje y el monolenguajear como práctica lingüística de racialización. Polifonia, v. 26, n. 44, p. 146-159, 2019. Disponível em: https://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/polifonia/article/view/9002. Acesso em: 27 out. 2024.

ZUBOFF, S. A Era do Capitalismo de Vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. 1. ed. São Paulo: Intrínseca, 2019.