

Reguladores estão de olho no Google

Brad Stone

Comportamento do gigante das buscas com rivais é investigado

Na década de 1990, Gary Reback, advogado que atua no Vale do Silício, colocou quase sozinho a força das ações antitruste do governo federal dos Estados Unidos contra o peso-pesado da alta tecnologia naquela época, a Microsoft. Agora, Reback argumenta que há um perigoso novo monopólio: o gigante de buscas Google.

Neste mês, Reback ciceroneou por Washington o casal de empreendedores Adam e Shivaun Raff, responsável pelo site londrino de comparações de preços Foundem. Os três foram recebidos por assessores parlamentares e agentes antitruste do Departamento de Justiça e da Comissão Federal de Comércio dos EUA.

A meta deles era divulgar a queixa do casal de que em 2006 os algoritmos supostamente objetivos do Google de repente jogaram o Foundem para o submundo dos resultados das buscas. Eles dizem também que o Google aumentou a taxa cobrada do Foundem para anunciá-lo junto com os resultados.

Essas medidas, diz o casal, esconderam seu site de comparação de preços, e o Google posteriormente deu destaque para suas próprias listagens de compras.

O Google é "o árbitro de cada coisa na web, e privilegia suas propriedades sobre as de todos os demais", disse Reback num café em Washington, acompanhado do casal. "O que ele quer é controlar o tráfego da internet. Qualquer coisa que abale sua capacidade de fazê-lo é ameaçadora."

O Google diz que sua missão é dar ao usuário a informação que ele procura, mesmo que isso signifique priorizar o seu próprio conteúdo e "desenfatizar" sites que a empresa considere oferecer experiências ruins.

"Dizer a um mecanismo de buscas que ele não pode inovar e mostrar resultados de um jeito que beneficie os usuários afetaria os próprios objetivos das nossas leis de concorrência", disse Matthew Bye, advogado do Google.

Nos últimos anos, o Google se tornou a forma canônica de fazer buscas na web, um portal de informação que dita que tipo de conhecimento é visível ao público navegante. Esse crescente poder de mercado gerou lucros estratosféricos, mas também uma atenção indesejada das agências reguladoras.

Quase uma década depois de o Google adotar como credo o lema "Não seja mal", o governo dos EUA está examinando as aquisições e ações do Google como nunca antes, buscando indicativos de que o domínio da empresa seja nocivo à concorrência nos campos das buscas da internet e da publicidade on-line. O Google tem conseguido se safar na maioria das revisões regulatórias. Em 21 de maio, a Comissão Federal de Comércio aprovou a aquisição pelo Google, por US\$ 750 milhões, do AdMob, uma "start-up" de publicidade para celulares.

Os funcionários da comissão inicialmente pretendiam se opor à compra, porque "despertava sérias questões antitruste". Mas a agência acabou aprovando a transação, pressupondo que a entrada da Apple no mercado facilitaria a concorrência.

Mesmo assim, o gigante das buscas deve receber, em meados deste ano, uma indicação de até que ponto Washington pode ficar desconfortável com companhias tão dominantes. O juiz federal Denny Chin deve se pronunciar nos próximos meses sobre o acordo com autores e editores de livros incluídos em bibliotecas digitalizadas pelo Google. O Departamento de Justiça foi contra o acordo.

Ao mesmo tempo, os próprios tropeços do Google geraram uma nova onda de escrutínio.

Neste mês, a empresa admitiu que seus carros equipados com câmeras, que fotografam bairros do mundo para as imagens do Street View, dentro do Google Maps, recolheram inadvertidamente fragmentos de comunicações de pessoas usando redes sem fio desprotegidas. A Comissão Federal de Comércio e reguladores na Europa dizem estar examinando a questão.

Juntos, esses inquéritos são um teste para a disposição do governo dos EUA em contestar uma empresa amplamente admirada.

Executivos do Google reconhecem o escrutínio. "Estamos ficando maiores e temos sido muito perturbadores dentro de alguns setores", disse Alan Davidson, diretor de políticas públicas do Google nos EUA. "Sabemos que temos um alvo gigante nas nossas costas."

Os executivos da empresa contestam a premissa de que o Google é um monopólio, embora a participação da companhia no mercado cresça inexoravelmente. Eles argumentam que o Google ainda é pequeno no mercado publicitário geral, que totaliza US\$ 800 bilhões por ano.

O Google também diz que oferecer resultados de modo claramente acessível é algo bom para o consumidor, sem a intenção de prejudicar rivais. Mas, acima e no meio dos resultados das buscas, cada vez mais surgem links para serviços do Google, como mapas, os vídeos do YouTube e listagens de produtos e empresas. Concorrentes dizem que isso ocorre em benefício do próprio site de buscas.

Os notórios erros do Google doem porque passam a impressão de que o comportamento da empresa está cada vez mais inconsistente com o mantra "Não seja mal".

Um dos fundadores do Google, Sergey Brin, admitiu os erros recentemente na conferência anual da empresa para desenvolvedores, em San Francisco. "Pisamos na bola, e não estou querendo justificar", afirmou Brin. "A confiança é muito importante para nós, e vamos fazer tudo o que pudermos para preservá-la."

Fonte: Folha de S.Paulo, São Paulo, 31 maio 2010, The New York Times, p. 1-2.