“Merdificação” em curso: porque é que a Internet está pior?

Claudia Carvalho Silva – Público, 19 de novembro de 2025

Sentes que as plataformas digitais estão cada vez piores? Só não abandonas uma rede social porque os teus amigos e memórias continuam por lá e tens receio de ficar isolado? O escritor Cory Doctorow tem um nome para isso: é a “*enshittification*”, ou “merdificação”. No fundo, descreve um fenómeno em que as plataformas deixam de ter o utilizador como prioridade e passam a focar-se no lucro. Essas plataformas perdem qualidade e entram em decomposição; mas, paradoxalmente, continuam vivas.

Cory Doctorow – um activista pela Internet e pelos direitos digitais, que é também autor de vários livros de não-ficção e ficção científica – inventou esta “palavra engraçada” (escolhida como Palavra do Ano de 2024 pelo Dicionário Australiano Macquarie) como forma de descrever uma causa para tudo aquilo a que chama de “decadência das plataformas digitais”, explica em conversa com o PÚBLICO durante a sua passagem por Lisboa para discursar na Web Summit. O autor acredita que é o que está a acontecer com plataformas como a Google, o Facebook, a Uber, a Amazon ou a Apple.

É isso que defende no seu novo livro, *Enshittification: Why Everything Suddenly Got Worse and What to Do About It* (Merdificação – Porque é que tudo ficou pior de repente e o que fazer em relação a isso, numa tradução livre), publicado este ano pela editora MCD nos Estados Unidos e pela Verso Books no Reino Unido — e ainda sem previsão de lançamento em Portugal. (…)

Neste livro sobre o termo que definiu em 2023, o escritor trata a “merdificação” como uma doença (fazendo o seu diagnóstico, analisando os sintomas e conjurando uma cura) e faz uma análise do processo de “merdificação” de quatro produtos: o Facebook, a Amazon, o iPhone e o Twitter (agora X). Mas em que consiste, ao certo, este padrão?

1. Primeiro, as plataformas começam por ser boas e úteis para os utilizadores;
2. Assim que esses utilizadores ficam “agarrados”, as plataformas abusam dos utilizadores para que sejam mais vantajosas para os seus clientes empresariais;
3. Depois, as plataformas abusam desses clientes para ficarem elas próprias com os lucros;
4. Por fim, transformam-se num "monte de bosta".

No final, as plataformas passam a oferecer “o mínimo possível que seja suficiente para manter os utilizadores colados uns aos outros, e os *publishers* e anunciantes colados aos utilizadores. Cada cêntimo de excedente é recuperado” para dar aos executivos e accionistas da plataforma em questão, descreve Doctorow. O utilizador não só fica com um serviço pior como corre o risco de ter os seus dados usados de forma maliciosa. Resumindo: “A Internet está a ficar pior e de forma rápida.”.(…)

“Foram avisados na altura de que isto aconteceria se os deixássemos violar a nossa privacidade, se os deixássemos comprar os seus concorrentes, se os deixássemos utilizar a lei de propriedade intelectual para impedir a entrada de novos concorrentes no mercado, se os deixássemos conquistar os seus trabalhadores para que estes não possam dizer: 'Não, não quero estragar isto em que trabalhei tanto'". E foi assim que aqui chegámos. (…)

Tal como previsto na tese de tecnofeudalismo de Yanis Varoufakis, Cory Doctorow escreve no livro que “é impossível negar que a maioria da receita da Big Tech [grandes empresas de tecnologia] vem destas rendas”. E dá exemplos: a Apple e a Google lucram uma percentagem do valor pago pelas aplicações de terceiros; a Amazon lucra milhares de milhões pelo que pagam os vendedores pelo lugar que ocupam na pesquisa do site; a Uber recebe pelo sistema que conecta motoristas a clientes, “que produz receita mesmo quando os motoristas estão a ficar falidos”. “É um sistema económico em que a maior parte do valor é capturado por pessoas que são proprietárias das coisas, à custa das pessoas que fazem as coisas.” Independentemente do sistema, “a pessoa que realmente faz o trabalho é a que menos recebe”.

Em termos lógicos, não deveria a “merdificação” ser nociva para as empresas a longo prazo? Doctorow responde: "Se estivermos no aeroporto e uma garrafa de água custar 15 euros... nunca ninguém diz que adora pagar esse preço, mas compram-na à mesma. Será que é prejudicial para eles a longo termo? Podia ser prejudicial, deveria ser prejudicial, podemos torná-lo prejudicial para eles a longo prazo”, mas não é o que está a acontecer. “Se o fizermos, podemos torná-las melhores empresas." Isso já foi provado, defende o escritor: "Estas pessoas horríveis fizeram com que as empresas ficassem melhores quando enfrentaram consequências." (…)

E o que é que cada um de nós pode fazer? Cory Doctorow sugere a acção colectiva, não a individual. “Juntem-se a um grupo de defesa dos direitos digitais ou a um grupo político na região e envolvam-se como membro de uma comunidade e não como consumidores. A razão pela qual um bilionário quer que votes com a tua carteira é porque a carteira dele é mais grossa do que a tua”, diz. “Se quisermos fazer a diferença na sociedade, temos de actuar como parte de um sistema político.”

https://www.publico.pt/2025/11/19/p3/noticia/merdificacao-curso-internet-pior-2155061