

DOSSIÊ

História da Política e do Direito Internacional

Ademar Pozzatti Junior¹

Fernando Gabbi Polli²

OS DESAFIOS DAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS À INSTITUCIONALIZAÇÃO DE DITADURAS DIGITAIS³

THE CHALLENGES OF INTERNATIONAL RELATIONS TO THE INSTITUTIONALIZATION OF DIGITAL DICTATORSHIPS



RESUMO:

Ilustrado por recentes eleições presidenciais dos EUA e do Brasil, este trabalho explora alguns resultados distópicos da ausência de silogismo entre os valores da liberdade e igualdade e o condicionamento da navegação na internet. Ele sistematiza e disponibiliza à comunidade lusófona recente literatura que investiga o *modus operandi* transnacional do condicionamento *online* e evidencia como ocorrem os reflexos nocivos deste condicionamento em resultados objetivos de certames eleitorais, em determinados países. Ainda, por meio de revisão de literatura e análise documental, os resultados da investigação sugerem espaços de intervenção e regulação da internet a partir dos pressupostos do liberalismo político.

Palavras-chave: justiça global; relações internacionais; autodeterminação pessoal; internet; ditaduras digitais; democracia.

ABSTRACT:

Illustrated by the recent presidential elections in the US and Brazil, this study explores some dystopian results of the absence of a syllogism between the values of freedom and equality and the conditioning of internet browsing. It systematizes and makes available to the Portuguese-speaking community recent literature that examines the transnational *modus operandi* of this conditioning and shows how the harmful consequences of this conditioning occur in objective results of electoral disputes, in certain countries. Likewise, through literature review and document analysis, the results of the investigation suggest spaces for internet intervention and regulation based on the assumptions of the political liberalism.


Keywords: global justice; international relations; personal self-determination; Internet; digital dictatorships; democracy.


INTRODUÇÃO

Inicialmente vista sob uma perspectiva ingenuamente otimista quanto às possibilidades que permitiriam acesso à informação e comunicação livres de intermediários⁴, a rede mundial de computadores se tornou um local de controle, vigilância e condicionamento, visto que limita e direciona as escolhas dos usuários, bem como a sua própria experiência de navegação na

internet (COBO, 2019). Tal fato atenta contra a autodeterminação pessoal, impedindo que indivíduos - no mínimo conscientemente - tenham a capacidade de realizar escolhas livres, e atenta, igualmente, contra o elemento constitutivo da modernidade política, qual seja, o reconhecimento do fato do pluralismo (RAWLS, 2002).

Em que pese exista vasto lastro legal que tutele a liberdade de navegação e o livre acesso à informação⁵, como por exemplo o Artigo 13 da

¹ Professor do Programa de Pós-Graduação em Direito (PPGD), do Programa de Pós-Graduação em Relações Internacionais (PPGRI) e do Departamento de Economia e Relações Internacionais (DERI) da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM/Brasil), onde coordena o NPPDI - Núcleo de Pesquisa e Práticas em Direito Internacional (UFSM/CNPq). juniorpozzatti@gmail.com.  <https://orcid.org/0000-0001-8552-1507>

² Possui graduação em Direito - bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais pela Universidade Federal de Santa Maria (2010). Pós-graduado em Direito Processual Civil pelo Instituto Brasileiro de Direito Processual (curso ministrado pela Instituto Luiz Flavio Gomes), e em Direito do Trabalho e Processo do Trabalho pela Faculdade de Direito Damásio de Jesus. Mestrando de Direito junto ao Programa de Pós-graduação em Direito da Universidade Federal de Santa Maria (defesa aprovada em 21/01/2020). fpolli13@hotmail.com  <https://orcid.org/0000-0002-6590-1067>

³ A pesquisa de que este artigo é fruto foi realizada no âmbito do PPGD/UFSM.

Convenção Americana de Direitos Humanos (1969) e o Artigo 85 do Regulamento Geral de Proteção de Dados da União Europeia (2016), a arquitetura da internet permite o controle da comunicação e do acesso à informação dos usuários. Os dados pessoais colhidos são os elos da corrente que prendem o usuário ao “tronco” do condicionamento contemporâneo, visto que, através deles, a experiência dos indivíduos no meio virtual é direcionada de acordo com os interesses dos administradores dos espaços navegados (VAIDHYANATHAN, 2011). O sistema de algoritmos traça perfis psicométricos dos usuários, e, a partir daí a construção da “realidade” virtual é oferecida a *la carte* para atingir fins estabelecidos pelos programadores, gerando fortes consequências políticas (SUNSTEIN, 2017).

Dentre as consequências político-institucionais deste “haqueamento” da democracia, a literatura aponta suspeita de que a eleição norte-americana de 2016 (SUNSTEIN, 2017) e a eleição brasileira de 2018 (SILVEIRA, 2019) foram decididas com base no forte condicionamento das experiências *online*, direcionamento este que impactou as escolhas políticas e determinou o resultado desses certames eleitorais. Assim, a questão dos riscos à democracia deixa clara a urgência de se pensar a governança da rede mundial de computadores de modo a torná-la mais *justa*, o que passa, de acordo com as premissas do liberalismo político (RAWLS, 2002), pela reconstrução do sistema de liberdades, mais precisamente pela limitação das liberdades de certos atores (como alguns governos e empresas privadas que arquitetam a Rede) a fim de viabilizar que a totalidade dos indivíduos tenham acesso ao mesmo conjunto de liberdades (maximizar a

liberdade de todos).

Assim, o objetivo deste trabalho é identificar os efeitos nocivos à democracia causados pelo condicionamento da experiência *online*. A investigação aqui conduzida tem uma dupla função: primeiramente ela é descritiva do resultado distópico da ausência do silogismo entre o lastro legal e o condicionamento real, mas ela também é normativa, na medida em que, ao apontar para as consequências indesejadas, ela funciona como um alerta para o que pode acontecer se for radicalizada a não incidência dos pressupostos constitutivos da modernidade na regulação da vida virtual. Para tanto, a primeira parte do trabalho investiga o *modus operandi* através do qual o condicionamento influencia no processo político (1). A segunda parte (2) evidencia os reflexos do condicionamento da navegação em resultados objetivos dos certames eleitorais majoritários dos EUA de 2016 (2.1) e do Brasil de 2018 (2.2). Por fim, a terceira trata das possíveis consequências da manutenção deste panorama à organização social democrática (3).

A INFLUÊNCIA DO DIRECIONAMENTO E A LIMITAÇÃO DEMOCRÁTICA

Há algumas décadas, a sociedade tem vivenciado profundas revoluções tecnológicas e comunicacionais (CASTELLS, 2016). As relações sociais, que antes ocorriam apenas no mundo físico, passaram a se desenvolver também em ambientes virtuais, de modo que a nova arquitetura comunicacional tomou a forma de uma rede. Esta dinâmica fez surgir novos desafios às instituições sociais - inclusive ao direito - preocupadas com a operacionalização de um

⁴ O mundo que está sendo construído nesta nova era digital, no entanto, ao invés de promessas de emancipação, vem se apresentando com um horizonte onde a vigilância e a repressão por parte do Estado são práticas cotidianas e crescentes. Essa nova era digital, afirmou Bernard Harcourt, capturou os circuitos políticos, sociais e profissionais, embutindo uma nova tecnologia de notação que permite uma exploração de dados pessoais permanente, insidiosa e invasiva. Todos, rigorosamente todos os nossos movimentos na internet, destacou, são anotados e organizados. Do mais simples ‘like’ de uma postagem no Facebook às pesquisas que fazemos no Google, tudo está sendo registrado, gerando dados, perfis e algoritmos (WEISSHEIMER, 2019).

⁵ Em 2009, na decisão do caso Hungarian Civil Liberties Union vs. Hungria, a Corte Europeia de Direitos Humanos decidiu que o não fornecimento de informação necessária para o debate público constitui violação do direito à liberdade de expressão e informação. No caso, a Corte julgou uma transgressão à Convenção Europeia de Direitos Humanos quando a Corte Constitucional Húngara negou à uma associação civil local acesso a divulgação dos questionamentos dos parlamentares sobre a legalidade de uma nova lei de política pública para drogas. Decisão disponível em: [https://hudoc.echr.coe.int/eng#{\"dmocnumber\":\[\"849278\"\],\"itemid\":\[\"001-%2092171\"\]}](https://hudoc.echr.coe.int/eng#{\). Acesso em: 01 maio 2021.

sistema equânime de liberdades. A internet tomou tamanha relevância que é impossível pensar a ordem jurídica, política e social sem levar em conta as características deste espaço de convivência e interação, sendo ela também, um espaço que exige a institucionalização do programa do liberalismo político.

Segundo Kant (2009, p. 285), a liberdade é característica intrínseca ao ser humano devido ao fato de ele ser racional. Por ser racional, o indivíduo é capaz de estabelecer os fins a que se submete, e exerce sua autonomia tomando decisões de acordo com a realidade na qual está inserido. Esta noção de realidade e a possibilidade de fazer escolhas são construídas a partir das informações que o indivíduo capta do ambiente, de forma que o exercício da liberdade deriva diretamente das possibilidades concretas de fazer escolhas dentro de uma pluralidade de alternativas (RAWLS, 2002). Em uma frase: liberdade e acesso à informação são dois extremos de uma mesma equação.

Neste sentido, deve-se ressaltar que uma das formas em que a vida cotidiana foi mais impactada pela internet é a forma como os indivíduos produzem e consomem informações. Se até os anos 1990, havia um intermediário – canal de radiodifusão, ou jornal impresso, por exemplo - que balizava a “dieta” de informações que uma pessoa consumia (SUNSTEIN, 2017), a democratização do acesso à internet⁶ se apresentou inicialmente como tendo eliminado o intermediário do fluxo informacional, de forma que os indivíduos teriam acesso à uma pluralidade de informações, da fonte que quisesse e a hora que bem entendesse. No entanto, não tardou para que a promessa da internet livre se tornasse uma ilusão, visto que o controle da informação apenas mudou de nome: dos tradicionais meios de comunicação para algoritmos que decidem o que será mostrado a cada usuário de acordo com seus dados anteriormente coletados⁷.

Neste sentido, recente estudo realizado pela “Hootsuite” e “We Are Social” (2019) mostra que, em média, em uma perspectiva global, as pessoas passam 06 horas e 42 minutos na internet por dia. No Brasil, país que ocupa o segundo lugar no ranking de tempo dedicado a rede mundial de computadores, são em média 09 horas e 29 minutos conectados, o que significa que o brasileiro dedica em média cerca de 60 % do tempo ativo diário à internet. A mesma pesquisa informa que, em 2019, a média de tempo de uso de redes sociais por brasileiros era de 03 horas e 34 minutos (segundo lugar dentre os países pesquisados), enquanto a mundial é de 02 horas e 16 minutos. Deste as redes mais utilizadas estavam o Facebook, Youtube e Instagram. Já os aplicativos de mensagens que dominavam a comunicação mundial eram o WhatsApp e o Messenger (HOOTSUITE e WE ARE SOCIAL, 2019).

Dentro deste quadro, pode-se dizer que a internet é o grande ator político/comunicacional da contemporaneidade (SUNSTEIN, 2017). Estudo recente realizado por Spagnuolo (2018) aponta que 33,8 % dos usuários buscam se informar através de mídias sociais ou aplicativos de mensagens, 33,4% através de portais de pesquisa e 9,6 % através de *links* recebidos em redes sociais. Apenas a soma destas três categorias atinge um percentual de 76,8% dos usuários entrevistados. Ainda, outro ponto de destaque deste mesmo levantamento é que 75% dos entrevistados informaram terem tomado decisões em suas vidas influenciados por notícias falsas (SPAGNUOLO, 2018).

Em que pese a internet esteja praticamente toda privatizada atualmente, ainda sobrevive a narrativa de que ela é um espaço de liberdades. Esta falsa sensação de liberdade deixa os indivíduos ainda mais sujeitos às informações que recebem em suas experiências virtuais. Este fenômeno é potencializado quando usuários são estimulados repetidamente com notícias,

⁶ De fato, é cada vez mais evidente a importância das redes sociais no acesso à Internet e, portanto, à informação disponível: as pessoas estão se informando e construindo sua opinião e visão de mundo a partir das notícias que encontram nas redes. Mais que isso, as plataformas de Internet também têm moldado a maneira como essas informações circulam e são comentadas. (SORJ, 2018, p. 21)

⁷ Em depoimento ao congresso dos EUA, David Baser, então diretor do Facebook, confirmou e explicou o sistema de coleta e venda de dados para diversas empresas. Confirmou ainda que não apenas o Facebook, mas diversas empresas responsáveis por ambientes sociais na internet trabalham obedecendo a mesma lógica. Notícia veiculada pelo portal G1 (2018).

informações e propagandas que confirmam e reconfirmam determinados conteúdos. Desta forma, a realidade é construída de forma personalizada, *a la carte*, confirmando informações nem sempre verdadeiras, baseada na repetição de conteúdos que reverberam em bolhas informacionais. A este fenômeno a psicologia denomina “efeito da verdade ilusória” (FAZIO, 2015). Fazio mostra que

Trabalhos recentes sugerem que a facilidade com que as pessoas compreendem declarações (ou seja, fluência de processamento) está por trás do efeito ilusório da verdade. A repetição torna as instruções mais fáceis de processar (ou seja, fluente) em relação a novas declarações, levando as pessoas à (às vezes) falsa conclusão de que elas são mais verdadeiras. (FAZIO, 2015. p. 993, tradução nossa)

Uma percepção falseada da realidade é um dos principais efeitos nocivos da arquitetura da internet, que, a partir da coleta de dados pessoais, alimenta um robusto sistema de algoritmos que traçam perfis psicométricos dos usuários e, a partir daí, direcionam a informação e exercem controle sobre o conhecimento que este indivíduo terá acesso. Por isso não é incorreto afirmar que na internet a “verdade” vendida *a la carte*. Se o indivíduo que - imaginando-se livre - tem acesso a apenas uma espécie de informação, de um único ponto de vista, e recebe estímulos repetidamente, pode ser facilmente manipulado (FAZIO, 2015).

Nesse ínterim, Sunstein (2017) defende que a exposição a uma “dieta saudável” de informações - que agregue elementos plurais - é requisito fundamental para o desenvolvimento de sociedades democráticas. O indivíduo necessita ter acesso a um sistema plural de informações para poder, de fato, fazer escolhas livres. Dessa forma, um Estado democrático precisa regular a internet de forma que seus cidadãos vivam em um ambiente onde seja possível se ter acesso livre e não condicionado a informações. Para o mesmo autor:

A censura é de fato a maior ameaça à democracia e à liberdade. Mas um foco exclusivo na censura do governo produz sérios pontos cegos. Em particular,

um sistema de livre expressão que funcione bem deve atender a dois requisitos distintos. Primeiro, as pessoas devem ser expostas a materiais que não teriam escolhido previamente. Encontros não planejados e imprevistos são fundamentais para a própria democracia. Tais encontros geralmente envolvem tópicos e pontos de vista que as pessoas não procuraram e talvez achem bastante irritantes - mas que, no entanto, podem mudar suas vidas de maneiras fundamentais. Eles são importantes para evitar a fragmentação, polarização e extremismo, que são resultados previsíveis de qualquer situação em que pessoas com a mesma opinião falem apenas consigo mesmas. (SUNSTEIN, 2017, 15-16, tradução nossa)

Se antigamente a censura se relacionava a atos de governos que impediam determinadas informações de serem veiculadas nos meios de comunicação, hoje há uma nova ideia de censura, uma autocensura, que opera pela reverberação do mesmo ponto de vista dentro de uma bolha cibernética. Neste sentido os ambientes *online* impedem ou, no mínimo dificultam, o acesso a um sistema plural de informações, de forma que ambas as formas de censura estão diretamente relacionadas a práticas antidemocráticas. Ora, democracias liberais estão lastreadas em escolhas livres dos indivíduos, sendo que a falta de liberdade plena de escolha acaba levando ao desmoronamento de todo este sistema (SUNSTEIN, 2017; RAWLS, 2002). Dentro desta ótica, a existência de um sistema legal que tutele a livre navegação na internet, afastando o condicionamento, é requisito essencial para o fortalecimento de uma ordem global que privilegie os princípios sobre os quais se fundam uma sociedade democrática.

DOS LIMITES DA DEMOCRACIA VIRTUAL

O objetivo deste trabalho é explorar os processos recentes de “haqueamento” da democracia nas eleições dos EUA e brasileiras para entender como eles ocorreram, e possibilitar a identificação de pontos de intervenção e regulação. Os referidos casos foram selecionados em razão de tratar-se de processos eleitorais majoritários de escolha de representantes para

ocupar o mais alto posto do poder executivo. Outro fator em comum foi que em ambos os casos foi verificado grave influência de práticas empreendidas em ambientes virtuais com a finalidade de conquistar votos para as candidaturas que se sagraram vencedoras.

A EXPERIÊNCIA DA ELEIÇÃO DOS EUA DE 2016

A literatura especializada é unânime em afirmar que as eleições em todo o mundo têm sido impactadas pelas redes sociais (CULLIFORD, 2019; SUNSTEIN, 2017). Este ambiente de interação social oferece ótimas condições para o “convencimento” de eleitores quanto a qual candidatura eles deveriam apoiar. As redes oferecem um campo promissor a ser explorado por campanhas publicitárias políticas, de forma que o estudo deste fenômeno pela lente da democracia liberal, ainda que descritivo-analítico, tem um forte componente normativo.

A exploração da potencialidade que a internet oferece foi utilizada pela empresa Cambridge Analytica⁸, a qual comercializava o convencimento de eleitores através do desenvolvimento de perfil psicométrico e práticas de convencimento de acordo com os resultados desta classificação. A lógica da prática empreendida nas campanhas eleitorais seguia a seguinte fórmula e respectiva sequência: (1) coleta de dados, (2) criação de metadados, (3) classificação em perfil e (4) envio de informação/notificação/propaganda/estímulo personalizado. Dentro desta lógica a Cambridge Analytica atuou na eleição dos EUA de 2016, a qual contrariou os tradicionais meios de pesquisa⁹ e levou Donald Trump à Casa Branca.

Deve ser dito que não foi a primeira vez

que comitês de campanha para presidência dos EUA fizeram uso das redes sociais. Nas campanhas anteriores, principalmente aquelas que elegeram Barak Obama (CASTELLS, 2016, p. 425), a internet foi muito importante para a mobilização de pessoas em torno do projeto do Partido Democrata. A diferença das campanhas de 2008 e 2012 (CASTELLS, 2016) para aquela que elegeu Trump se deu por dois fatores: (1) o desenvolvimento de algoritmos mais precisos nas redes sociais¹⁰, e (2) um empreendimento de campanha que soube explorar o potencial que as redes sociais e portais de pesquisa ofereciam, o que permitiu a entrega de propaganda “sob medida” para cada usuário em particular (CELLAN-JONES, 2016).

Primeiramente, na época da eleição dos EUA de 2016, a arquitetura da rede mundial de computadores já obedecia a lógica de coleta de dados atual. Os usuários já se encontravam segmentados e segregados em bolhas informacionais de acordo com suas preferências. Estes ambientes, com o objetivo de manter o usuário o máximo de tempo possível navegando naquela aplicação determinada, faziam uso de algoritmos que direcionavam ao internauta estímulos (em sua grande maioria com objetivo despertar emoções) para fazer este desejar ficar mais tempo naquele espaço (LANIER, 2018). Lanier (2018) argumenta que sistemas como estes são locais propícios para a circulação e propagação de informações e notícias sensacionalistas e fantásticas, inclusive falsas. Quanto mais a informação recebida guarda estas características, mais ela mantém a atenção do internauta, fazendo com que o mesmo siga selecionando, “clikando” e compartilhando *hiperlinks* que apresentavam conteúdo desta espécie (LANIER, 2018, p. 25). O tempo, a atenção e o “click” do usuário significava,

⁸ Cambridge Analytica Ltd. foi uma empresa privada de análise de dados com comunicação estratégica para processo eleitoral. Foi criada em 2013, como um desdobramento de sua controladora britânica, a SCL Group para participar da política estadunidense. Em 2014 atuou em 44 campanhas políticas. A empresa foi extinta em 2018.

⁹ Diversos meios de comunicação davam praticamente certa a vitória para a candidata democrata, Hilary Clinton. Este foi o caso de grades periódicos norte americanos, os quais eram reproduzidos no Brasil. Matéria intitulada: “Institutos de pesquisas e meios de comunicação tradicionais apontavam que a chance de vitória da candidata democrata atingia 90 %” foi veiculada pela Folha de São Paulo (BALLOSIER, 2016).

¹⁰ Em 2009 o Facebook incluiu a ferramenta “curtir” na rede social, de modo a viabilizar uma série de novos hábitos e informações coletadas dos usuários (ROMANI, 2019).

além de ganho financeiro, uma maior coleta de informações.

Foi dentro deste contexto que a Cambridge Analytica¹¹ agiu de forma a traçar perfis psicométricos dos usuários e potenciais eleitores norte americanos (GURUMURTHY & BHARTHUR, 2018), viabilizando o direcionamento de estímulos informacionais que tivessem maiores possibilidades de influenciar determinado indivíduo a votar em um candidato¹² (SULLIVAN, 2018). Tal acontecimento somente ocorreu em razão da forma como as redes, como um todo, estão reguladas, de forma que uma mudança neste quadro requer uma mudança regulatória¹³.

Por mais que a Cambridge Analytica tenha atuado na coleta e processamento de dados na eleição de 2016¹⁴, não se pode esquecer que o aplicativo coletor dos dados funcionava dentro do espaço virtual controlado pelo Facebook, empresa que tinha pleno conhecimento do que estava acontecendo, em especial quanto a coleta não consentida de dados dos seus usuários (VARON & SANTOS, 2018, p. 4). Com base nos dados coletados - e a favor da campanha de Trump -, foi possível o envio de mensagens, notícias e informações (verdadeiras e falsas¹⁵) personalizadas para os eleitores daquele país¹⁶. Mas este não é o único

elemento a ser ressaltado aqui. Se os espaços virtuais não estivessem alicerçados sobre uma lógica de segmentação dos usuários, de privilegiar certos conteúdos de acordo com as preferências pessoais, ou seja, de condicionar a navegação na internet, as práticas de empresas como a Cambridge Analytica não teriam tamanho sucesso. A literatura (SILVEIRA, 2019), bem como as notícias veiculadas nos meios de comunicação tradicionais, sugerem que a campanha do Partido Republicano obteve vantagem em razão do uso instrumental dos espaços virtuais, em especial da forma como estas estruturas virtuais (redes sociais e portais de busca) funcionam¹⁷. Tudo isso em detrimento da liberdade individual dos usuários/eleitores.

Além desta realidade, ainda há outros elementos que colaboraram para tornar a rede um espaço ainda mais hostil às práticas democráticas. Kakutani (2018) mostra que o modo como a rede está arquitetada permite não apenas condicionar a experiência *online* dos indivíduos, mas fazer com que estes também sejam pontos de propagação de conteúdo político. Os usuários inseridos nesta realidade repassam as informações recebidas (as quais são expostas) a seus amigos, conhecidos e familiares. Nesta mesma rede, os indivíduos manipulados, estimulados emocionalmente,

¹¹ Em depoimento no Congresso dos EUA, Mark Zuckerberg afirmou que o caso Cambridge Analytica foi, além de um fiasco, um erro, sendo que na mesma oportunidade reconheceu que a rede social Facebook é responsável pelo conteúdo repassado a seus usuários. Notícia veiculada pelo portal do The Washington Post (FUNG, 2018).

¹² “E por uma boa razão, desde que o Facebook - onde bilhões de pessoas em todo o mundo recebem suas notícias, verdadeiras ou falsas - tem sido incrivelmente irresponsável e descuidado com as informações pessoais dos usuários. Isso ficou claro no mês passado nas notícias de grande sucesso que o Facebook havia permitido que dados pessoais detalhados de talvez 87 milhões de usuários chegassem às mãos de uma empresa de dados, a Cambridge Analytica, empenhada em eleger Donald Trump como presidente” (SULLIVAN, 2018, tradução nossa).

¹³ A campanha que soube tirar maior proveito desta arquitetura foi que se sagrou vencedora no pleito de 2016. Investigações jornalísticas demonstram a ligação entre a referida campanha e a empresa Cambridge Analytica. Matéria do The New York Times veiculada na Folha de São Paulo com o título “Conselheiro de Trump contratou empresa para usar dados tirados do Facebook: Grupo político de John Bolton, novo assessor de segurança, trabalhou com Cambridge Analytica” (ROSENBERG, 2018).

¹⁴ De acordo com Gurovitz (2018) a campanha de Donald Trump tinha acesso a um banco de dados contendo informações de cerca de 220 milhões de norte americanos, os quais eram classificados de acordo com mais de cinco mil características diferentes.

¹⁵ Uma das principais notícias falsas veiculadas durante as eleições norte americanas de 2016 foi a intitulada “pizzagate”. Nesta era veiculada uma história de que, com base em e-mails vazados, Hillary Clinton mantinha uma rede de pedofilia nos porões de uma pizzaria. Tal fato levou algumas pessoas que, influenciadas, agiram de forma extrema, inclusive com um indivíduo armado invadindo o suposto estabelecimento comercial para “salvar” as supostas crianças.

¹⁶ “O quadro mudou completamente na campanha de Trump. Os republicanos recorreram à [Cambridge Analytica] e a informações próprias para montar uma base de dados única, conhecida como Voter Vault. Ela era capaz de identificar não apenas cada eleitor individualmente, mas de associar todas as suas preferências e inclinações, obtidas por meio dos dados recolhidos do Facebook”. (GUROVITZ, 2018)

¹⁷ Em notícia veiculada no jornal português Diário de Notícias, são explicadas algumas práticas empreendidas pela campanha de Trump nos espaços virtuais. “Foi usada também a publicidade paga da Google para dar a quem pesquisava determinados temas anúncios de Trump. Por exemplo, um dos slides mostra como a empresa garantiu que os eleitores que pesquisavam as palavras ‘Trump Iraque guerra’ viam resultados de pesquisa fatos favoráveis à campanha. ‘Controlar a primeira impressão’, refere o slide, com uma seta a apontar para um resultado de pesquisa onde se lê: ‘Hillary votou a favor da guerra no Iraque - Donald Trump opôs-se’” (DIÁRIO DE NOTÍCIAS, 2018)

tornavam-se novos pontos de disseminação de informações a favor de uma posição política (KAKUTANI, 2018, p. 139). Assim, a inteligência artificial explorou as emoções humanas para fins eleitorais.

Outro elemento que compôs as práticas condicionantes na eleição de 2016 foi a atuação de perfis falsos (muitas vezes não humanos), denominados de *bots* (robôs)¹⁸. O objetivo desta tecnologia era criar uma artificial inclinação da opinião pública em favor de um dos candidatos, através de um pretense controle do debate público, ou seja, a criação de uma narrativa artificialmente predominante. Todas estas práticas têm em comum o fato de que os usuários da internet deveriam ter a impressão (realidade viciada) de que o projeto do Partido Republicano era apoiado pela grande maioria da população, de modo que este fato poderia servir como mais um instrumento de convencimento de possíveis indecisos (MARS, 2018).

Assim, na eleição dos EUA de 2016 pode-se observar que os responsáveis pelas campanhas eletrônicas dos dois principais candidatos trabalharam diferentemente com a internet. Enquanto a estratégia do Partido Democrata utilizava a internet de forma mais tradicional, a campanha republicana soube explorar o potencial de direcionamento que a rede proporcionava¹⁹. A disputa entre as duas candidaturas no ambiente virtual apresentou uma grande diferença, o que ficou ainda mais evidente com a proximidade do dia da eleição. Para Ferguson:

O ponto crucial, porém, foi que na fase final da eleição (depois das convenções partidárias), um candidato tinha presença significativamente maior na mídia social do que a outra candidata. Trump tinha 32% mais seguidores no Twitter que Clinton, e 87 % de apoiadores no Facebook. [...] Dados do twitter contavam uma história semelhante. De 11 a

13 de maio de 2016, os posts de Trump no twitter eram reenviados quase 6 mil vezes na média, enquanto os tuítes de Clinton eram reenviados apenas 1.500 vezes. A campanha de Trump também fez uso efetivo de Youtube – por exemplo, para seu anúncio final de ataque contra a elite global: Clinton, Soros, Goldman Sachs. Acima de tudo, a campanha de Trump, como a campanha britânica do Vote Leave, fez uso intenso da capacidade do Facebook de testar anúncios, experimentando dezenas de milhares de variantes até estabelecer o que funcionava melhor com os eleitores escolhidos. (FERGUNSON, 2018, p. 413)

Assim, como pode ser visto, muito embora diversos outros fatores tenham influência sobre processos complexos como o eleitoral, pode-se afirmar que a arquitetura da internet foi um grande instrumento de condicionamento da experiência virtual dos usuários, utilizado com objetivo de convencer eleitores a se engajarem na campanha do candidato vencedor. A literatura sugere que este foi um dos elementos que tiveram grande peso no resultado apresentado, a ponto de ser reproduzido em outros contextos, como será visto a seguir.

A EXPERIÊNCIA DA ELEIÇÃO BRASILEIRA DE 2018

No cenário brasileiro, bem antes da eleição de 2018 já havia sinais que a internet seria um importante campo de embate das forças políticas que tentariam dominar o debate público. Ruediger (2017) argumenta que entre 2014 e 2016 verificou-se um intenso uso de robôs com objetivo de criar, através de perfis falsos, a impressão de uma tendência de opinião pública sobre determinados assuntos como a reforma trabalhista e o processo de impeachment da então presidenta Dilma Roussef. Quanto a este contexto, Sorj (2018) ressalta, inclusive, que parte da mobilização destes

¹⁸ De acordo com o jornal El País “o Facebook reconheceu que até 126 milhões de seus usuários foram expostos a publicações de uma empresa ligada ao Kremlin chamada Internet Research Agency durante as eleições presidenciais, o equivalente a um terço da população norte-americana. O Twitter identificou 3.814 contas dedicadas a essa atividade. Os serviços de espionagem dos EUA acusam diretamente Moscou de orquestrar todo um estratagem que incluiu a invasão dos e-mails dos democratas, notícias falsas e propaganda para favorecer a chegada de Donald Trump ao poder em detrimento de Hillary Clinton.” (MARS, 2018)

¹⁹ Brad Parscale, diretor de mídia de Donald Trump declarou que a campanha do então candidato a casa branca teria recebido ajuda de funcionários das grandes empresas da internet (Facebook, Twitter e Google). Notícia veiculada pelo site do jornal El País (CANO, 2017). chegada de Donald Trump ao poder em detrimento de Hillary Clinton.” (MARS, 2018)

perfis automatizados partiram de terminais computacionais localizados no exterior. O mesmo autor relata que,

Estudo publicado na Universidade de Oxford levantou dados sobre hashtags usadas no Twitter envolvendo temas como corrupção, reforma, protestos e questões econômicas. A ideia era entender qual público apoiava esta ou aquela palavra de ordem. No dia 1º de maio de 2017, uma das hashtags mais populares no Brasil foi #agrevefracassou. Curioso foi que essa hashtag começou a se popularizar não no Brasil, mas na Índia (onde se tornou um “trending topic”). Por que indianos estariam se importando com temas políticos brasileiros? Uma das explicações apresentadas para essa distorção foi que teriam sido usados robôs para manipular o debate público, levando essa hashtag à popularidade instantânea a partir da atividade de perfis que não necessariamente estavam no país. O mesmo levantamento apontou, ainda, que bots utilizados na eleição presidencial de 2014 pelas duas principais campanhas continuaram a atuar nas redes sociais após o pleito, passando a fazer parte da “paisagem” de nossa esfera pública virtual. (SORJ, 2018, p. 59)

Neste contexto, também nas eleições brasileiras que se aproximavam, a internet seria um dos principais campos de disputas entre os candidatos à presidência, e tudo indicava que a campanha que dominasse o fluxo informacional na rede teria vantagem sob as demais. E assim aconteceu. Como no caso da eleição estadunidense de 2016, a disputa eleitoral brasileira também teve na internet um dos fatores decisivos para os resultados. Guardadas certas especificidades, também no Brasil a arquitetura da internet favoreceu determinada campanha, a qual soube explorar os fenômenos que já vinham apresentando-se em outras eleições ocorridas em diversos países (CULLIFORD, 2019). No caso brasileiro, as notícias falsas (*fake news*) tiveram um papel de destaque nas práticas de condicionamento de decisões políticas.

Itagiba (2017) argumenta que as notícias falsas de cunho eleitoral não são fato novo na

história da política. Ocorre que antigamente não era tão fácil criar um ambiente fundamentalmente baseado em *fake news*. Os meios para propagação dessas notícias não eram tão rápidos, bem como não possuíam um alcance tão alargado e direcionado. Com a popularização das redes sociais, as notícias falsas passaram a ter grande eficiência em campanhas de desinformação (ITAGIBA, 2017, p. 3).

Neste sentido, recente pesquisa do Instituto IPSOS aponta que o Brasil é o país onde as pessoas mais acreditam em notícias falsas (GARCIA, 2019). No contexto de parco pensamento crítico, os indivíduos frequentemente não questionam a origem e o conteúdo do que leem e compartilham os conteúdos em suas mídias sociais²⁰. Referido movimento substituiu narrativas saudáveis de uma sociedade democrática, baseada na produção de consensos a partir do embate de ideias, teses e fatos da realidade compartilhada, por ondas de notícias viciadas e tendenciosas. Os apoiadores da candidatura brasileira que se sagrou vencedora compreendiam as potencialidades da internet, em especial a forma como ela poderia ser explorada de modo a aumentar o número de pessoas engajadas ao seu projeto político (OLIVEIRA, 2018, p. 239).

Oliveira (2018), além de descrever o crescimento da campanha do atual presidente na internet, lembra que foi desenvolvida robusta relação entre colaboradores que atuavam através de uma verdadeira rede de convencimento de pessoas. Para o mesmo autor:

conta também a favor de sua campanha a colaboração de redes de apoiadores responsáveis por gerenciar páginas assumidamente empenhadas em promover a imagem e posições do candidato. Um levantamento preliminar identificou 98 páginas ativas no Facebook – todas com associação ao nome Bolsonaro. Destas, apenas três – “Bolsonaro Presidente 2018”, “Bolsonaro Opressor 2.0” e “Bolsonaro – Eu apoio” somam juntas cerca de um milhão e setecentos mil curtidas. A considerar as restrições de estrutura partidária, palanques escassos pelo território nacional e ausência de

²⁰ Segundo matéria do jornal El País intitulada “Os ‘whatsapp’s de uma campanha envenenada”, cerca de 66% dos brasileiros compartilham notícias de cunho político em redes sociais, sendo quem 90% destes as compartilha com uma frequência maior do que 30 vezes ao dia (EL PAIS, 2018).

consultores de marketing de peso à disposição do candidato, as informações apuradas somente reforçam a hipótese de seu desempenho nas pesquisas depender em larga medida do uso das MSD [mídias sociais digitais]. (OLIVEIRA, 2018, p. 239)

O principal canal utilizado neste empreendimento de convencimento foi as redes sociais, mas o uso do aplicativo WhatsApp (pertencente à então Facebook) foi muito importante²¹, na medida em que potencializou a eficiência da campanha de promoção do candidato vencedor, bem como da campanha de desmoralização do adversário através do uso de notícias falsas²². Zanatta (2018) mostra que esta já era uma preocupação dos órgãos de fiscalização eleitoral meses antes do pleito de 2018.

No que diz respeito a propagação, na época o referido aplicativo permitia o compartilhamento massivo das *fake news* a diversos grupos fechados de forma praticamente instantânea. Para Bava,

Como o uso da inteligência artificial foram desenvolvidos programas capazes de coletar os números de telefone de milhares de brasileiros no Facebook, segmentá-los de acordo com seus interesses específicos, gênero, cidade onde moram, etc., criar automaticamente grupos que até há pouco podiam abrigar até 256 pessoas cada e enviar milhões de mensagens específicas, produzidas especialmente para cada grupo de interesse. (BAVA, 2019, p. 03)

No que concerne ao poder de convencimento, os grupos de WhatsApp criavam

câmaras de eco “artificiais”, onde os indivíduos nelas incluídos eram bombardeados com notícias falsas ou tendenciosas, desconectadas de fatos e negligenciando checagem, as quais eram confirmadas por discursos de outros usuários do mesmo grupo. Referida prática acabava tendo um poder de convencimento muito grande, vez que o usuário tinha a impressão de que todos a sua volta (no grupo) seguiam uma certa linha de pensamento, sendo que, se “todos” estavam pensando daquela forma, certamente aquilo deveria ser verdade.

Neste sentido, esta prática tornava os grupos de WhatsApp verdadeiras máquinas de convencimento de eleitores, fazendo com que os mesmos agissem de forma a efetivar três comportamentos importantes: (1) receber as notícias e informações veiculadas (falsa ou tendenciosas); (2) aceitar estas notícias como sendo verdadeiras; e (3) distribuir estas notícias, áudios, vídeos e *memes* para outros grupos. Somando-se a isso o impulsionamento milionário patrocinado por empresas privadas²³, a literatura afirma que foi formado um verdadeiro empreendimento de manipulação da experiência virtual dos usuários através da distribuição de *fake news* com finalidade eleitoral (PEREIRA; TOLEDO & MONNERAT, 2018).

A peculiaridade da eleição brasileira advém da utilização do WhatsApp, visto que ele concentrava a maior parte do fluxo informacional no país²⁴ e a campanha do candidato vencedor soube fazer um uso instrumental da rede, a fim de convencer eleitores²⁵. Um relatório de pesquisa

²¹ O jornal El País, no dia 07 de outubro de 2018, publicou reportagem que trazia como título “WhatsApp, um fator de distorção que espalha mentiras e atordoamento até o TSE”, o que demonstra a extrema relevância deste ambiente virtual no processo eleitoral nacional (OLIVEIRA & ROSSI, 2018)

²² O Congresso Nacional, no mês de outubro de 2019, deu início as atividades de uma comissão parlamentar de inquérito onde está sendo investigada a influência de notícias falsas nas eleições de 2018. Diversos especialistas, técnicos e congressistas estão sendo ouvidos. Até o final desta pesquisa a comissão não emitiu suas conclusões e relatórios.

²³ Notícias detalharam a forma como empresários contratavam disparos em massa em redes sociais, em especial no WhatsApp, em benefício da campanha vencedora das eleições de 2018 (ALESSI & VIEJO, 2019).

²⁴ De acordo com a revista exame, o WhatsApp é o aplicativo de mensagens mais utilizado no Brasil (LOUREIRO, 2019)

²⁵ Importante lembrar que empresa de telefonia ofertavam, em seus pacotes de internet móvel, o uso de redes sociais e aplicativos de mensagens sem consumo de banda - franquia de internet -, prática conhecida como zero rating. Esta prática realizada ao arrepio das regras de neutralidade da rede previstas no Marco Civil da Internet, incentivaram o uso de aplicativos. Tal fato era ainda mais gritante quando se trata de pessoas com menor poder aquisitivo, os quais contratavam plano de internet de baixa franquia, o que permitia o uso indiscriminado de redes sociais e inviabilizava a navegação de outros espaços cibernéticos. Um dos reflexos disso é que usuário que recebiam links e notícias em suas redes não poderia checar a veracidade ou a fonte das mesmas, em razão de não possuírem mais franquia ou não quererem gastar sua limitada banda de internet navegando fora do espaço da rede social onde receberam o conteúdo.

recente apresentado pela Oxford Internet Institute aponta o Brasil como um dos países onde se verificou grande uso das redes sociais para manipulação (BRADSHAW & HOWARD, 2019), e este uso era feito por indivíduos e partidos políticos, bem com contratantes privados. O relatório ressalta o expressivo número de contas falsas que buscaram influenciar a opinião pública, sendo que estas eram de três espécies: robôs, humanos e cyborgs. Estes agentes utilizavam-se, entre outras estratégias, de desinformação e orientadas por dados²⁶. De acordo com Bradshaw e Howard (2019, p. 18), as práticas empreendidas no Brasil estariam classificadas como capacidade média de tropas cibernéticas, ocupando a posição 3 em uma escala de 1 a 4, onde 4 seria o ponto mais alto.

No mesmo sentido, não é possível afastar da eleição brasileira a influência conjunta de diversas redes sociais, em especial Facebook, Youtube, além do já referido WhatsApp. Todas tiveram suas parcelas de influência, cada uma a seu modo. No Facebook e Youtube²⁷ (pertencente à empresa Google) foi possível observar o efeito que já tinham sido verificadas em eleições de outros países. Nestas redes, algoritmos acabavam segregando as pessoas em bolhas informacionais onde era priorizada a distribuição e reverberação de conteúdo específico. A navegação na internet era condicionada de modo que o usuário tinha sua atenção apreendida, o que beneficiou notícias, vídeos e informações direcionados. Muitas destas notícias e informações eram flagrantemente sensacionalistas e baseadas em teorias conspiratórias, com alta carga emocional. As notícias e propagandas extremistas também melhor serviam aos interesses dos administradores dos ambientes virtuais, pois davam-lhes mais *clicks* e mantinha o usuário mais tempo na aplicação (BAVA, 2019, p. 03).

Soma-se a isto o envio personalizado de informações baseado na coleta de dados pessoais e comportamento *online*²⁸, exatamente como já tinha acontecido na eleição estadunidense de 2016. Redes sociais que obedeciam a esta lógica, em especial do Youtube, foram essenciais para o desenvolvimento de canais de teorias conspiratórias e de extrema direita (FISHER & TAUB, 2019).

Recentemente a então Facebook Lti, empresa então proprietária do aplicativo WhatsApp admitiu que nas eleições brasileiras de 2018 houve o uso massivo do envio de mensagem de forma não orgânica no seu ambiente (MELLO, 2019). Foi confirmada a criação de grupos fechados, bem como a contratação de envio de mensagens no aplicativo através de fraude (utilização de CPF de terceiras pessoas, normalmente idosas, visto que a contratação de serviço para campanha por parte de empresas poderia configurar doação indireta para campanha por pessoas jurídicas, o que é proibido no Brasil). Em recente reportagem da Folha de São Paulo (MELLO, 2019), noticiou-se que empresários financiaram campanha de envio massivo de mensagens para favorecer a campanha eleitoral do candidato que se sagrou vencedor, o que foi confirmado por empresas do ramo sediada na Espanha.

De outro lado, importante referir que as instituições de controle do sistema eleitoral, em especial os relacionados ao judiciário (Tribunais Regionais Eleitorais e Tribunal Superior Eleitoral) não conseguiram lidar com o problema da forma e no tempo necessários. Em nenhum momento foram tomadas medidas efetivas contra o comportamento noticiados acima, bem como nenhuma resposta definitiva foi tomada em tempo hábil para elidir ou reduzir a influências destes fatos sobre o curto processo eleitoral de 2018,

²⁶ Matéria do jornal CGN afirma que “Facebook identifica empresa israelense que espalhou fakenews nas eleições brasileiras”. (PORTAL GGN, 2019).

²⁷ Reapresentando matéria investigativa do jornal The New York Times, o portal eletrônico da Estadão publicou reportagem com o título “Como o Youtube impulsionou a extrema direita e elegeu Bolsonaro”, onde a apresenta como o funcionamento do algoritmo da referida rede social ajudou a fortalecer canais de extrema direita (FISHER & TAUB, 2019)

²⁸ Antes mesmo das eleições brasileiras de 2018, os dados de usuário brasileiros do Facebook estavam sendo capturados e processados por empresas como a própria Cambridge Analytica. De acordo com notícia do portal O Globo, 443 mil brasileiros tiveram seus dados coletados pela empresa britânica (O GLOBO, 2018).

visto que pela primeira vez, a campanha eleitoral brasileira durou apenas 45 dias.

Portanto, no cenário brasileiro verificou-se a utilização da rede para disseminar propagandas personalizadas, *fake news* e notícias de sites sensacionalistas, todas reverberando em bolhas formadas por algoritmos e grupos artificialmente criados. Referida prática condicionava a experiência virtual dos usuários, de modo a beneficiar determinada candidatura. Deste modo, também no caso brasileiro é possível verificar como a arquitetura da rede permite a manipulação da experiência de navegação do usuário, determinando suas escolhas na vida privada que acabam por interferir nas escolhas com dimensão pública. A adaptação do *modus operandi* da campanha norte americana à realidade brasileira, impossibilitando o exercício de uma navegação livre nos mais diversos espaços cibernéticos, manipulou a opinião dos eleitores, resultando na eleição do candidato que melhor soube explorar este ambiente.

As consequências distópicas desse processo demandam uma nova engenharia regulatória da internet, como será visto a seguir.

DOS DESAFIOS À INSTITUCIONALIZAÇÃO DE DITADURAS DIGITAIS

Como visto, arranjos e práticas que condicionam a experiência de navegação na internet - determinando quais informações serão acessíveis ou quais não serão, falseando a percepção da realidade - impedem a autodeterminação do indivíduo. Esta determinação privada reflete na supressão da liberdade pública, colocando em risco os pressupostos liberais das democracias deliberativas. Ora, para Rawls (2002, p. 461), um dos elementos fundamentais da organização democrática é a capacidade dos indivíduos de exercer sua racionalidade deliberativa, e para isso é fundamental que o indivíduo tenha acesso a um sistema plural e completo de informações, a fim de subsidiar as suas escolhas pessoais e os seus

projetos políticos.

Portanto, para uma organização minimamente democrática, não é possível que a liberdade dos indivíduos seja tolhida ao ponto de não poderem se autodeterminar enquanto indivíduos e, também, como sociedade. Se o povo não tem a capacidade de escolher livremente seus governantes e, por consequência, os rumos desta coletividade, não há que se falar em democracia. As distorções causadas pela navegação viciada na internet acabam em uma experiência democrática igualmente falsa. Se a percepção da racionalidade individual resta prejudicada pela arquitetura da rede, todo o sistema sobre o qual se baseia a ideia da democracia liberal se desfaz (MEIRELES, 2016, p. 12).

Ao que se observa, a lógica sobre a qual operam as empresas privadas que dominam a rede não tem apreço aos princípios democráticos e liberais (MEIRELES, 2016). Uma vez que os lucros existem, e que os seus financiadores consigam atingir os seus objetivos políticos, elas não se interessam se o regime político de um ou outro país é democrático ou autoritário, se a organização social presa pela liberdade ou pela opressão. Esta conclusão é possível a partir do momento em que se verifica que os espaços por elas administrados não são espaços de liberdade, mas sim de controle. Uma vez que a governança da internet não é democrática e a sua arquitetura operacional observa esta mesma lógica, ao invés de potencializar as liberdades de todos, atende a interesses que tolhem a autodeterminação dos indivíduos, e, por consequência, atenta contra o fortalecimento da democracia.

O que se tem observado é que as mídias sociais digitais manipulam os usuários através do condicionamento de sua navegação (VAIDHYANATHAN, 2018), impedindo o exercício do direito à liberdade, seja ela no meio físico como no virtual. As práticas empreendidas, baseadas em questões subjetivas dos indivíduos/usuários, alcançam resultados objetivos - como em questões eleitorais (POTCHEPTSOV, 2017, p. 18). Evidencia-se que a internet é um importante instrumento para um sistema de vigilância que é avesso a

regras democráticas²⁹ e, em última escala, à própria liberdade - tanto individual, como coletiva (MENEZES NETO & BOLZAN, 2013, p. 899).

Resumidamente, a ausência de liberdade de navegação online ofende a liberdade em pelo menos dois níveis: no nível imediato, que se refere a navegação em sentido estrito, acontece quando o usuário está navegando no seu espaço privado, passando pela sua experiência pessoal na rede. Já no nível mediato há uma outra dimensão da liberdade que também é ofendida, no sentido de que, na hora do voto, a escolha deste mesmo indivíduo é direcionada de acordo com a mesma experiência de navegação realizada. Por consequência, a liberdade é ofendida no campo privado e público. Tal fato configura um “crack” da governança contemporânea, na clausura democrática, e por fim da governança global (SILVEIRA, 2019).

Entender os ambientes virtuais e os interesses dos diversos atores que neles atuam permite verificar a forma pela qual as relações de poder na internet têm operado e como afetam a organização social democrática contemporânea. Compreender a influência da internet sobre os processos democráticos é o início de um caminho para institucionalizar limites aos atores que dominam estes espaços. Esta regulação da internet deve dar conta da tutela dos direitos fundamentais à liberdade e igualdade também nas experiências virtuais, e deve intervir em pelo menos três processos em que o ambiente virtual manipula os indivíduos.

(I) O primeiro objeto de regulação desses espaços deve ser a coleta de dados pessoais. A cadeia econômica da internet tem como produto base a produção, coleta e tratamento de dados. Estes dados são produzidos pelo usuário, o qual os entrega (muitas vezes sem perceber) ao administrador do espaço virtual em troca de poder fazer uso das comodidades que ele oferece.

Portanto, os dados são extraídos do usuário, colhidos e processados pelas empresas que os armazenam e vendem a interessados. Quanto mais completos e complexos são os dados colhidos, mais sofisticados tornar-se-ão os seus sistemas de processamentos, o que leva a um aprimoramento constante dos instrumentos de condicionamento e controle.

(II) Nesta empreitada, os algoritmos são a chave mestra que limita ou até inviabiliza o exercício da liberdade individual, razão pela qual a sua publicidade deve ser o segundo objeto de regulação. Eles são o “motor” sobre o qual se dá o funcionamento das aplicações dos espaços virtuais, ou seja, são as fórmulas que, alimentados pelos dados, apresenta um certo resultado que é vendido para os atores políticos e personalizam a experiência dos usuários na internet.

(III) Os dados e os algoritmos permitem direcionar a navegação para atingir os fins estabelecidos pelos programadores, o que dificulta a circulação das mais plurais informações e pontos de vista, criando uma verdadeira bolha de navegação, caracterizada pela monopolização da informação que ali circula, razão pela qual a sua interdição deve ser o terceiro objeto de regulação e intervenção. Uma vez que os indivíduos são segregados em ambientes “fechados” da internet, onde apenas têm acesso a informações e notícias que reafirmam posições e modos específicos (unilaterais) de ver a “realidade”, eles acabam presos a uma “realidade” excludente, o que os leva, muitas vezes, a assumir posições extremadas, alheias ao espírito crítico necessário ao desenvolvimento da racionalidade democrática.

Ainda, como a internet está bastante capilarizada na sociedade, a regulação da atuação de determinados atores deve ser acompanhada de um plano de educação pública para a convivência em ambientes virtuais, plano educacional este que deve ser conjugado com um incremento do

²⁹ A democracia resta maculada em dois aspectos principais. O primeiro diz respeito a impossibilidade de controle democrático das questões da internet. Não é acessível ao público informações de como os algoritmos operam, quais critérios são levados quando do processamento dos dados, bem como qual a verdadeira relação entre governo e empresas do TI. A segunda, refere-se diretamente a capacidade deliberativa dos indivíduos. Como foi visto, a internet tem condicionado a experiência de navegação do usuário, impossibilitando ou dificultando o acesso a determinadas informações, criando uma falsa noção de realidade, a qual pauta as escolhas deste mesmo sujeito. Este fato relaciona-se com as escolhas democráticas (escolha de representantes, deliberações coletivas, etc.) que restam maculadas, inviabilizando a democracia.

discernimento cultural dos indivíduos. Esta educação cibernética deve ser apta, pelo menos, a desconstruir no imaginário coletivo a compreensão da internet como sendo um ambiente de liberdade em razão da falta de regras³⁰.

Portanto, é dever da organização social democrática impor limites jurídicos a atuação de atores privados, a fim de possibilitar que a rede seja um instrumento potencializador de capacidades e garantidor das liberdades individuais e coletivas. Isto passa por compreender que os espaços *online* são locais públicos, os quais devem obedecer a interesses públicos. Da mesma forma que a ordem jurídica reconhece regimes especiais para exploração de bens primários, também a internet poderá ser explorada por empresas privadas dentro de uma ordem jurídica que entenda a comunicação e a informação como bens públicos aos quais todos devem ter acesso³¹. Seguindo esta ideia de construção social, será possível caminhar para o desenvolvimento de ambientes virtuais que possam refletir os valores do liberalismo político - liberdade e igualdade -, o que, por consequência, acabará fortalecendo e aprofundando as relações democráticas e a própria democracia em si.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Se é evidente na literatura especializada “se” e “como” o direcionamento da navegação na internet atenta contra os direitos fundamentais, ainda são raras as pesquisas que se debruçam sobre as consequências distópicas deste processo. Para a construção de uma sociedade democrática, a qual inevitavelmente tutele e potencialize as liberdades nas suas mais diversas dimensões, é necessário a proteção da capacidade de autodeterminação pessoal na internet,

representada pelo direito à livre navegação *online*. Se é verdade que o direito à livre navegação na internet possui relação direta com o direito à autodeterminação individual e o direito de acesso à informação, é igualmente evidente que a arquitetura da internet não operacionaliza estes direitos.

Desta forma, para evidenciar as consequências nefastas do condicionamento, este trabalho observou dois exemplos nos quais o exercício de liberdades públicas - representado pelas escolhas eleitorais - tiveram seus resultados direcionados por práticas que se valeram das características dos ambientes virtuais. Estes estudos demonstraram que, tanto na eleição estadunidense de 2016 como na brasileira de 2018, as campanhas presidenciais utilizaram-se das lógicas de funcionamento dos espaços virtuais para condicionar a experiência de navegação dos usuários, influenciando na forma como estes obtinham informação. Tais práticas foram empreendidas para direcionar o voto de eleitores em benefícios das campanhas que saíram vencedoras, tendo consequências em duas dimensões: uma privada e outra pública. O direcionamento empreendido no ambiente virtual condicionou a navegação do usuário, o que impactou na dimensão privada da liberdade individual, e também levou à manipulação de escolhas coletivas representadas pelo exercício do sufrágio, impactando na dimensão pública da liberdade individual. Tudo isso em um sistema que distribui desigualmente as liberdades entre os atores que operam a rede e na rede, privilegiando aqueles que detém o poder político e econômico, em um ciclo vicioso que aprisiona a democracia liberal.

Portanto, este trabalho ressalta a urgência de uma mudança na governança da internet. Mais do que nunca, é necessário que a rede passe a tutelar os direitos fundamentais da liberdade e

³⁰ “Apesar de sua aparência de grandes propiciadoras de igualdade social, as redes sociais são assim ‘inerentemente injustas e excludentes. [...] Ao contrário do passado, hoje existem dois tipos de pessoas no mundo: aquelas que são donas da rede e as operam e aquelas que meramente as usam.” (FERGUNSON, 2018, p. 431)

³¹ Rushkoff (2018) vai ainda mais além, ao desenvolver a ideia de que as plataformas digitais deveriam ser públicas. Para o autor, “o problema com a regulação é que as empresas que supostamente estão reguladas são com frequência as que terminam escrevendo as regras. E as escrevem de modo a garantir seus próprios monopólios. Creio que o mais fácil é converter as plataformas tecnológicas mais gigantescas – as que todos usam – em bens públicos” (RUSHKOFF, 2018)

igualdade. Com base nesta constatação, o modelo de organização social democrática fornece os instrumentos para se pensar uma forma de re-arquitetar a rede, o que, inevitavelmente, passa por uma regulamentação que limite as liberdades daqueles que detêm o poder político e econômico e a promoção das liberdades dos usuários. Deve-se, então, construir um sistema que possibilite a todos os atores envolvidos o acesso a um sistema equitativo de liberdade. Apenas assim será possível o desenvolvimento e fortalecimento da sociedade plural e democrática.

REFERÊNCIAS

- ALESSI, Gil & VIEJO, Manuel. Empresários financiaram disparos em massa pró-Bolsonaro no WhatsApp, diz jornal. **El País**, 2019. Disponível em https://brasil.elpais.com/brasil/2019/06/18/politica/1560864965_530788.html. Acesso em 19 out. 2021.
- BALLOUSIER, Anna Virginia. Hillary tem 90% de chances de ganhar, diz pesquisa. **Folha de São Paulo**, 2016. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2016/11/1830275-hillary-tem-90-de-chances-de-ganhar-diz-pesquisa.shtml>. Acesso em 06 out. 2021.
- BAVA, Silvio Caccia. Google, Facebook e a extrema direita. **Le Monde Diplomatique Brasil**. Ano 13, nº 146. Setembro 2019.
- BRADSHAW, Samantha & HOWARD, Philip N. **The Global Disinformation Order 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation**. Oxford Internet Institute. 2019.
- CANO, Rosa Jimenez. Facebook, Twitter e Google se envolveram na campanha de Trump. **El País**, 2017. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/10/09/internacional/1507524039_928191.html. Acesso em 19 out. 2019.
- CASTELLS, Manuel. **O Poder da Comunicação**. São Paulo: Paz & Terra, 2016.
- CELLAN-JONES, Rory. Como o Facebook pode ter ajudado Trump a ganhar a eleição. Portal da BBC. Disponível em <http://www.bbc.com/portuguese/geral-37961917>. Acesso em 08 fev. 2021.
- COBO, Cristóbal. **Acepto las condiciones: Usos y abusos de las tecnologías digitales**. Madri: Fundación Santillana. 2019.
- CULLIFORD, Elizabeth. **Interferência online afeta eleições em todo o mundo**, diz relatório. Portal de notícias Extra: 2019. Disponível em <https://extra.globo.com/noticias/economia/interferencia-online-afeta-eleicoes-em-todo-mundo-diz-relatorio-24062925.html>. Acesso em 22 dez. 2021.
- DIARIO DE NOTÍCIAS. **O documento que explica como a Cambridge Analytica ajudou a eleger Trump**. 2018. Disponível em <https://www.dn.pt/mundo/como-a-cambridge-analytica-ajudou-na-eleicao-de-trump-9209379.html>. Acesso em 19 out. 2021.
- EL PAIS. **Os 'WhatsApps' de uma campanha envenenada**. 2018. Disponível em <https://brasil.elpais.com/especiais/2018/eleicoes-brasil/conversacoes-WhatsApp/>. Acesso em 19 out. 2019.
- FAZIO, Lisa K. **Knowledge does not protect against illusory truth**. *Journal of Experimental Psychology: General*, v. 144, n. 5, p. 993, 2015.
- FERGUSON, Niall. **A praça e a torre: redes, hierarquia e a luta pelo poder global**. São Paulo: Planeta do Brasil. 2019.
- FISHER, Mark & TAUB, Amanda. **How YouTube Radicalized Brazil**. **The New York Times**, 2019. Disponível em <https://www.nytimes.com/2019/08/11/world/americas/youtube-brazil.html>. Acesso em 26 out. 2021.
- FUNG, Brian. 'Your user agreement sucks': Mark Zuckerberg's Senate grilling, in 10 key moments. **The Washington Post**, 2018. Disponível em:

<https://www.washingtonpost.com/news/the-switch/wp/2018/04/10/your-user-agreement-sucks-mark-zuckerbergs-senate-grilling-in-10-key-moments/>. Acesso em 11 abr. 2018

GARCIA, Maria Fernanda. Brasil tem a população que mais acredita em fake news no mundo. **Observatório do Terceiro Setor**. 2019. Disponível em <https://observatorio3setor.org.br/noticias/brasil-tem-a-populacao-que-mais-acredita-em-fake-news-no-mundo-3/>. Acesso em 13 nov. 2021

GURUMURTHY, Anita & BHARTHUR, Deepti. Democracia e a virada algorítmica. **Revista SUR 27**. 2018. Disponível em <http://sur.conectas.org/democracia-e-a-virada-algoritmica>. Acesso em 14 ago. 2020.

HOOTSUITE e WE ARE SOCIAL. **Digital 2019 Global Digital Overview**. 2019. Disponível em <https://datareportal.com/reports/digital-2019-global-digital-overview>. Acesso em 13 nov. 2021

ITAGIBA, Gabriel. **Fake News e Internet: Esquema, Bots e Disputa pela Atenção**. 2017. Disponível em <https://itsrio.org/pt/publicacoes/fake-news-internet-esquemasbots-disputa-atencao>. Acesso em 29 de jan 2021.

KANT, Immanuel. **Fundamentação da Metafísica dos Costumes**. Tradução de Guido Antônio de Almeida. São Paulo: Barcarolla e Discurso Editorial, 2009.

KAKUTANI, Michiko. **A morte da verdade: Notas sobre a mentira na era Trump**. Rio de Janeiro: Intrínseca. 2018.

LANIER, Jaron. **Dez argumentos para você deletar agora suas redes sociais**. Editora Intrínseca, 2018.

LOUREIRO, Rodrigo. Pesquisa revela os aplicativos de mensagens mais utilizados no Brasil. **Exame**, 2019. Disponível em <https://exame.abril.com.br/tecnologia/pesquisa-revela-os-aplicativos-de-mensagens-mais-utilizados-no-brasil/>. Acesso em 27 out. 2021.

MARS, Amanda. Como a desinformação influenciou nas eleições presidenciais? **El País**, 2018. Disponível em https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/24/internacional/1519484655_450950.html. Acesso em 19 out. 2021

MEIRELES, Adriana Veloso. Autonomia e privacidade no ambiente digital. **Revista Eletrônica de Ciência Política**, 2016. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/politica/article/view/48241>. Acesso em 24 nov 2020.

MELLO, Patrícia Campos. WhatsApp admite envio maciço ilegal de mensagens nas eleições de 2018. **Portal Folha de São Paulo**, 2019. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/10/WhatsApp-admite-envio-massivo-ilegal-de-mensagens-nas-eleicoes-de-2018.shtml>. Acesso em 09 out. 2020.

MENEZES NETO, Elias Jacob de & MORAIS, Jose Luis Bolzan de. Direitos Fundamentais, Democracia E Surveillance: As Insuficiências do Modelo Estatal Na Sociedade em rede. 2º **Congresso de Direito e Contemporaneidade**. Edição 2013, p. 891-904. Disponível em: <http://coral.ufsm.br/congressodireito/anais/2013/6-11.pdf>. Acesso em: 27 jun. 2020.

OLIVEIRA, Joana & ROSSI, Marina. WhatsApp, um fator de distorção que espalha mentiras e atordoa até o TSE. **El País**, 2018. Disponível em https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/07/politica/1538877922_089599.html. Acesso em 19 out. 2019

OLIVEIRA, Rodrigo Regazoni. Mídias sociais digitais: implicações sobre o processo democrático. Cadernos de Campo: **Revista de Ciências Sociais**, n. 25, p. 229-246, 2018.

O GLOBO. **Escândalo do Facebook: uso indevido de dados pode ter afetado 443 mil no Brasil**. 2018. Disponível em <https://oglobo.globo.com/economia/escandalo-do-facebook-uso-indevido-de>

-dados-pode-ter-afetado-443-mil-no-brasil-22558696. Acesso em 19 out. 2020.

PEREIRA, Pablo; TOLEDO, Luiz Fernando & MONNERAT, Alessandra. Disseminação de “fake news” para atacar candidatos marca eleição. **Exame**, 2018. Disponível em <https://exame.abril.com.br/brasil/disseminacao-de-fake-news-para-atacar-candidatos-marca-eleicao/>. Acesso em 19 out. 2019.

PORTAL G1. **Facebook admite coletar dados de pessoas sem perfil na rede social**. 2018. Disponível em https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/facebook-admite-coletar-dados-de-pessoas-sem-perfil-na-rede-social.ghtml?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=g1. Acesso em 12 ago. 2020.

PORTAL GGN. **Facebook identifica empresa israelense que espalhou fakenews nas eleições brasileiras**. 2019. Disponível em <https://jornalggm.com.br/na-rede/facebook-identifica-empresa-israelense-que-espalhou-fakenews-nas-eleicoes-brasileiras/>. Acesso em 19 out. 2020.

POTCHEPTSOV, George (ПОЧЕПЦОВ, Георгий). **Победа Над Массовым Сознанием и Мышлением: Как Работает Объективный Инструментарий на Субъективной Основе**. Kiev, 2017. Disponível em: <https://cyberleninka.ru/article/n/pobeda-nad-massovym-soznaniem-i-myshleniem-kak-rabotaet-obektivnyy-instrumentariy-na-subektivnoy-osnove>. Acesso em: 18 de jun. 2020.

RAWLS, John. **Uma teoria da Justiça**. 2ª Edição, São Paulo: Martins Fontes, 2002.

RUEDIGER, Marco A (Coord.). **Robôs, Redes Sociais e Política no Brasil: Estudo sobre a interferência ilegítima no debate público na web, risco a democracia e processo eleitoral de 2018**. Rio de Janeiro: FGV, DAAP, 2017.

SILVEIRA, Sergio Amadeu da. **Democracia e os códigos invisíveis: como os algoritmos estão**

modulando comportamentos e escolhas políticas. São Paulo: Edições Sesc, 2019.

ROMANI, Bruno. Como o botão Curtir mudou a internet nos últimos dez anos. **Estadão**, 2019. Disponível em <https://link.estadao.com.br/noticias/cultura-digital,como-o-botao-curtir-mudou-a-internet-nos-ultimos-dez-anos,70002714110>. Acesso em: 08 set 2019

RUSHKOFF, Douglas. Máquinas Digitais: hora de desconectar? **Outras Palavras**. 2018. Disponível em <https://outraspalavras.net/tecnologiaemdisputa/maquinas-digitais-hora-de-desconectar/>. Acesso em 26 out. 2019

SORJ, Bernardo. O filtro bolha: ouvindo ecos de nossa própria opinião. **Sobrevivendo nas redes – Guia do Cidadão**. Disponível em http://www.plataformademocratica.org/Arquivos/Sobrevivendo_nas_redes.pdf. Acesso 21 set. 2019

SPAGNUOLO, Sérgio. 11 gráficos que mostram como as pessoas consomem notícia na internet. **Site Aos Fatos**. 2018. Disponível em <https://aosfatos.org/noticias/11-graficos-que-mostram-como-as-pessoas-consoem-noticia-na-internet/>. Acesso em: 13 nov. 2020.

SULLIVAN, Margaret. Members of Congress can't possibly regulate Facebook. They don't understand it. **The Whashington Post**. Publicado em: 10 abr. 2018.

SUNSTEIN, Cass Robert. **#Republic: divided democracy in the age of social media**. New Jersey: Princenton University Press, 2017.

VAIDHYANATHAN, Siva. **A googlelização de tudo: e por que devemos nos preocupar**. A ameaça do controle total da informação por meio da maior e mais bem sucedida empresa do mundo virtual. São Paulo: Editora Cultrix, 2011.

WEISSHEIMER, Marco. Neoliberalismo e contra-insurgência: como a era digital, com nossa colaboração, constrói regime de vigilância e repressão. **Sul 21**, 2019. Disponível em <https://>

www.sul21.com.br/areazero/2019/10/neoliberalismo-e-contra-insurgencia-como-a-era-digital-com-nossa-colaboracao-constroi-regime-de-vigilancia-e-repressao/. Acesso em 02 nov. 2021

VARON, Joana & SANTOS, Bruna. Quem dá mais na companhia eleitoral na internet. **Le Monde Diplomatique Brasil**. Ano 11, número 132, julho 2018

ZANATTA, Rafael A. Eleições de Fake News; o tortuoso caminho do Brasil. **Outras Palavras**. Publicado em 01/02/2018. Disponível em <https://outraspalavras.net/brasil/eleicoes-e-fake-news-o-tortuoso-caminho-do-brasil>. Acesso em 12 out. 2021.