

A NOVA FACE DA MANIPULAÇÃO ELEITORAL: ALGORITMOS, REDES SOCIAIS E LEGITIMIDADE DO VOTO

THE NEW FACE OF ELECTORAL MANIPULATION: ALGORITHMS, SOCIAL NETWORKS AND LEGITIMACY OF THE VOTE

LA NUEVA CARA DE LA MANIPULACIÓN ELECTORAL: ALGORITMOS, REDES SOCIALES Y LEGITIMIDAD DEL VOTO

 <https://doi.org/10.56238/arev7n7-079>

Data de submissão: 05/06/2025

Data de publicação: 05/07/2025

Felipe Frota Barroso Furtado
Mestre em Direito UNICHRISTUS
E-mail: felipefrota89@gmail.com

RESUMO

As novas tecnologias e a sociedade atual são indissociáveis, esta necessitando cada vez mais daquela, porém a evolução da Internet e Redes Sociais não é acompanhada pela legislação, e talvez seja um perigo que fosse, mas o Direito como um todo não pode se evadir destas mudanças recentes. Este cenário de evolução trouxe algumas questões problemáticas, como as eleições de 2016 dos Estados Unidos e o Movimento 05 Estrelas na Itália, os quais demonstraram o poder que os algoritmos e IA's das Empresas de Big Tech possuem na decisão dos líderes políticos. A atividade paraestatal das referidas empresas ou mobilizações terão sua análise como o Objetivo Geral, ao passo que o Objetivo Específico vai observar a Legitimidade do Voto Popular daquele que foi guiado a determinada visão política por meio dos algoritmos das Redes Sociais. O problema central a ser enfrentado pode ser resumido na seguinte pergunta: O voto do eleitor manipulado pela internet e redes sociais é válido? Como hipótese inicial tem-se que sim. A metodologia utilizada foi bibliográfica, usando estudos sobre algoritmos, IA's, Internet, Redes Sociais, neurociência e o Direito Digital. O Resultado da pesquisa é de que o setor privado está adquirindo um poder excessivo e gerando o controle das massas de maneira quase imperceptível, porém, por referencial a lei brasileira é que o privado pode fazer tudo aquilo que não contrarie a Lei, do ponto de vista legalista é um voto como qualquer outro: Legítimo, mas devemos ter outras questões adiante, como se estamos melhor com a Internet e as Redes Sociais como estão hoje.

Palavras-chave: Direito Digital. Internet. Manipulação. Redes Sociais. Voto.

ABSTRACT

New technologies and today's society are inseparable, the latter increasingly needing the former, but the evolution of the Internet and Social Networks is not accompanied by legislation, and perhaps it would be a danger if it were, but the Law as a whole cannot evade these recent changes. This scenario of evolution has brought some problematic issues, such as the 2016 elections in the United States and the 5 Star Movement in Italy, which demonstrated the power that algorithms and AI's of Big Tech Companies have in the decisions of political leaders. The parastatal activity of these companies or mobilizations will be analyzed as the General Objective, while the Specific Objective will observe the Legitimacy of the Popular Vote of those who were guided to a certain political vision through the algorithms of Social Networks. The central problem to be faced can be summarized in the following question: Is the vote of the voter manipulated by the Internet and social networks valid? As an initial

hypothesis, it is assumed that it is. The methodology used was bibliographic, using studies on algorithms, AI, the Internet, Social Networks, neuroscience and Digital Law. The result of the research is that the private sector is acquiring excessive power and generating control over the masses in an almost imperceptible way. However, as a reference, Brazilian law states that the private sector can do anything that does not contravene the Law. From a legalistic point of view, it is a vote like any other: Legitimate, but we must have other questions ahead, such as whether we are better off with the Internet and Social Networks as they are today.

Keywords: Digital Law. Internet. Manipulation. Social Networks. Vote.

RESUMEN

Las nuevas tecnologías y la sociedad actual son inseparables, siendo estas últimas cada vez más necesarias que las primeras, pero la evolución de Internet y las Redes Sociales no ha ido acompañada de una legislación, y quizás sería un peligro si así fuera, pero el Derecho en su conjunto no puede eludir estos cambios recientes. Este escenario de evolución ha traído consigo algunas cuestiones problemáticas, como las elecciones de 2016 en Estados Unidos y el Movimiento 5 Estrellas en Italia, que demostraron el poder que tienen los algoritmos y la IA de las Big Tech en las decisiones de los líderes políticos. La actividad paraestatal de estas empresas o movilizaciones se analizará como Objetivo General, mientras que el Objetivo Específico observará la Legitimidad del Voto Popular de quienes fueron guiados hacia una determinada visión política a través de los algoritmos de las Redes Sociales. El problema central que se debe afrontar puede resumirse en la siguiente pregunta: ¿Es válido el voto del votante manipulado por Internet y las redes sociales? Como hipótesis inicial, se asume que sí. La metodología empleada fue bibliográfica, con estudios sobre algoritmos, IA, internet, redes sociales, neurociencia y derecho digital. El resultado de la investigación es que el sector privado está adquiriendo un poder excesivo y generando control sobre las masas de forma casi imperceptible. Sin embargo, como referencia, la legislación brasileña establece que el sector privado puede hacer cualquier cosa que no contravenga la ley. Desde un punto de vista legal, es un voto como cualquier otro: legítimo, pero debemos plantearnos otras preguntas, como si estamos mejor con internet y las redes sociales tal como están hoy.

Palabras clave: Derecho digital. Internet. Manipulación. Redes sociales. Voto.

1 INTRODUÇÃO

Aceitamos a ideia de que a tecnologia não deve ser impedida se é uma condição para a sociedade prosperar, e dessa maneira nos rendemos ao determinismo tecnológico (Zuboff, 2021, p. 336).

A situação no Brasil e no mundo é alarmante.

As eleições de 2016 nos Estados Unidos, em que ocorreu denúncia polêmica da utilização dos dados de empresas de big tech para manipular os indivíduos a votarem em determinado candidato, a aderirem a um posicionamento político específico em detrimento de outros, não de uma forma descarada - evidente -, isto seria algo muito fácil de ser notado e, também, reprimido, controlado, não, a questão é muito mais insidiosa, a indução comportamental causada pelos algoritmos das redes sociais neste, e em outros casos a frente apontados, é aplicada e administrada de maneira muito capciosa, de forma quase imperceptível.

O Movimento 05 Estrelas na Itália, que desencadeou mudanças políticas das mais drásticas que o país havia visto e demarcou um controle veemente do marketing e opinião política de seus usuários, sendo possível verificar a balança entre regulação e liberdades, afinal, é uma afirmação complexa a de que os indivíduos não estão votando em quem acreditam ser o melhor candidato por suas “puras convicções” (isto se algo assim existir), mas em virtude de terem sido induzidos a tanto, como comprovar essa indução? Não se trata de uma ciência exata, em que a soma de um algoritmo tendencioso com a sua estratégica publicização em marketing teria como conclusão a manipulação em rede, afinal, todo indivíduo é particular em si, subjetivo.

Há uma dúvida tremenda se as opiniões políticas - o voto - são concebidos pela consciência íntima dos votantes, a íntima convicção para referenciar a seara criminal, ou se se trata de uma indução do meio em que vivemos, nada está decidido pelo livre arbítrio, tudo é introduzido por um agente externo.

O Objetivo Geral do presente texto é observar as situações em que movimentos paraestatais conseguiram ter uma dominância das massas, em que empresas privadas que decidiam as eleições e não mais um Coronel em determinada província como ocorria no passado do Brasil, o cabresto mudou, e nem se notou o cabrestamento (haltering).

Buscando razões para essa manipulação ocorrer nos usuários, foram convocados conceitos da neurociência como a forma automática de agir do ser humano, a mais reflexiva e como as pessoas são induzidas ao modo automático devido às circunstâncias, sem ponderar de forma consciente suas opiniões ou escolhas.

O Objetivo Específico, dividido em três, vai primeiro fundo na parte da legitimidade do voto popular dos usuários guiados a uma posição política, tomando por base a legislação brasileira sobre o tema, entre direitos e deveres das empresas, o segundo objetivo busca refletir o passado das votações e do voto no Brasil, trazendo o poder do coronelismo em relação às eleições, e em terceiro momento se apura qual o caminho que está sendo tomado em relação ao impacto dos algoritmos nas eleições.

O problema-pergunta a ser enfrentado ao longo do texto é: O voto do eleitor manipulado pela internet e redes sociais é válido? Como concatenação deste pontapé outras questões surgem, como a atrelada ao voto, legitimidade e a parte comportamental do ser humano, como definir o livre arbítrio.

E como uma hipótese inicial têm-se que sim, haja vista as empresas privadas conseguirem fazer tudo aquilo não proibido por lei e as leis que regulam o assunto de dados serem regidas mais por princípios do que por regras, dando azo a diversas interpretações diferentes, porém que no fim convergem para uma maior permissão das empresas praticarem estas condutas do que sua negativa, isto é inclusive objeto de debate de recentes processos judiciais no Supremo Tribunal Federal (STF) que questiona a necessidade de regulação mais incisiva das redes sociais.

2 METODOLOGIA

A forma como se procedeu a pesquisa, pretende-se aplicar ideia bipartite da metodologia, de início inaugurando ideias relacionadas ao ineditismo e originalidade, critérios sempre companheiros de pesquisas de alto gabarito e pesquisas de nível de doutorado, e, em segundo momento, apontar-se-á a metodologia e método utilizados na pesquisa.

2.1 INEDITISMO E ORIGINALIDADE

Em critério mais específico, aquele correlato ao ineditismo requerido para pesquisas de acurácia mais elevada, é possível resumir este aspecto com a frase: “não se arromba uma porta aberta”, pois da mesma forma que não é lógico arrombar portas já abertas, também há sentido em pesquisar algo que já foi pesquisado, porém não é o mesmo que dizer que o trabalho deve ser necessariamente paradigmático, e com isto comprehende-se que o trabalho não precisar formar uma nova compreensão axiológica ou epistemológica em sentido amplo, nem responder a questões complexas para a academia da época, a pesquisa deve, assim sendo, transcender em alicerces como o marco teórico, objeto de pesquisa, argumentos, constatações e metodologia (Cardoso; Neto, 2023, p. 40-41).

Portanto, o trabalho inédito é aquele que modifica o referencial teórico abordado em outras pesquisas correlatas, ou adota objeto de pesquisa diverso, com argumentos e constatações próprias,

bem como uma metodologia que não foi utilizada anteriormente, e neste crivo o ineditismo se filia a originalidade, motivo pelo qual passa a desenvolver também as vertentes da originalidade.

A Originalidade é um requisito, diversas vezes, indispensável em artigos científicos ou teses de doutoramento, no entanto, definir o que seria originalidade é uma tarefa não tão simples, dessa forma, para fins do que se apura como ‘Originalidade’ neste tópico, utilizar-se-á de referência João Paulo Vagarinho (2019, p.7-12), que buscando formas de identificar características de originalidade em teses de doutoramento, conseguiu chegar a 12 aspectos genéricos de inovações em partes diferentes de uma pesquisa, elas são: Interpretação, metodologia, método, hipótese, tema, resultado, dados, testes, objetivos, pesquisa empírica, autoria e uma nova contribuição para o conhecimento científico.

Seguindo uma metodologia quantitativa, com aplicação de questionário com alternativas fechadas, apurou-se que o aspecto mais valorizado pelos jornais científicos SCImago, na categoria ‘Educação’, é o de ‘Contribuição para o conhecimento científico’, ao passo que a de menor importância foi uma ‘nova abordagem de pesquisa empírica.’

É válido apontar que o Autor da pesquisa supramencionada, de maneira expressa, jamais pretende produzir uma definição certa e objetiva sobre o que seria Originalidade, apenas colhendo dados para dar suporte a outros em suas definições subjetivas.

Pelos conceitos já apresentados relativos ao Ineditismo e Originalidade, acredita-se com certa segurança de que a pesquisa aqui proposta possui os dois aspectos necessários.

2.2 METODOLOGIA

Utilizar-se-á o Método Hipotético-Dedutivo, desenvolvido por Karl Popper que, buscando explicar a problemática, extraí dela conjecturas, hipóteses e consequências, estas deverão ser testadas ou falseadas, não mais a pesquisa buscando confirmar a hipótese inicial como pretender-se-ia de uma pesquisa Cartesiana, próprio de um método dedutivo apenas, mas agora buscando evidências empíricas para derrubá-la.

Ainda no critério metodológico, a pesquisa utilizar-se-á da bibliografia especializada, principalmente de Roberto Barroso, Helly Lopes Meirelles e José Afonso da Silva, bem como julgados paradigmáticos do Supremo Tribunal Federal quanto ao Estado de Coisas Inconstitucional e Dignidade da Pessoa Humana (ADPF 347).

A metodologia, por fim, foi bibliográfica e revisão de literatura, sendo utilizado artigos científicos e livros, os quais tratam sobre os algoritmos, IA’s, Internet, Redes Sociais, Direito Digital e outros, os descritores em portais de pesquisa compuseram: “Algoritmos de controle em massa”,

“Legitimidade do Voto”, “Eleições manipuladas”, “Movimento 05 estrelas”, “Eleições de 2016 EUA”, “Neurociência aplicada ao Direito” e “Regulação de Big Techs”.

Por fim, não haverá coleta de dados, tratando-se de pesquisa majoritariamente bibliográfica e exploratória.

3 RESULTADOS

O Resultado da pesquisa foi um cotejo entre novas definições e antigas, que apesar da metodologia e métodos não tão inéditos, trouxe para a pesquisa uma reflexão em relação a democracia, legitimidades do voto e eleição dos representantes do povo, de forma a ponderar sobre a regulação de grandes empresas que detém um controle de massas que talvez não devesse ficar com o particular.

Aponta, de mais a mais, uma problemática que é real e efetiva, digna de análise pela academia científica e pela área jurídica.

4 DISCUSSÃO

Como determinado em introdução, o desenvolvimento do texto tomará em primeiro momento as definições mais pungentes em relação aos algoritmos, inteligência artificial e cunhará conceitos, já bem estabelecidos, para que seja possível observar como foram aplicados em contextos eleitorais.

Em seguida, uma abordagem de neurociência aplicada ao direito e, mais especificamente, em eleições e no ambiente democrático, servirá para compreender como os algoritmos aplicados à população em geral podem induzir seu comportamento de formas quase imperceptíveis.

O terceiro momento é dedicado, de maneira célere, a uma comparação temporal necessária entre uma forma famigerada de controle de voto que determinados estados do Brasil viveram no século XIX.

Por fim, realizar-se-á uma junção do todo ao tratar de legitimidade e voto neste contexto, de inteligência artificial, algoritmos e indução de comportamentos.

4.1 OS ALGORITMOS E AS IA'S: DO MODELO TRANSPARENTE AO INVISÍVEL

Informações. Em tempos idos era de se presumir que os mais valiosos objetos a serem possuídos seriam terras, exércitos, pedras preciosas (Harari, 2019, p. 181-182), hoje, porém, aquilo que mais tem valor são os Dados que as pessoas possuem e, inadvertidamente, entregam.

Esse conhecimento pode ser utilizado, inclusive, no cotidiano, Cathy O'Neil (2020, p. 20-23) descreve como melhorou suas habilidades culinárias tendo por base informações de seu ambiente familiar, sabendo qual alimento era mais provável de ser aceito, ela começou a modelar, com um

paradigma simples de erros e acertos, uma forma eficiente de fazer a melhor comida possível para seus destinatários.

Ocorre, no entanto, que tal modelo é suscetível aos pontos cegos de seu executor, tais pontos exprimem os julgamentos e prioridades de seu criador. Fica evidente, portanto, que modelos criados com base em dados, mesmo que possam parecer imparciais, são repletos de ideologias e objetivos.

Max Fisher (2022, p. 19-20) retrata como esses dados conseguem manejar pessoas de acordo com seus modelos, em um caso na Califórnia em que uma mãe, perplexa com o baixo índice de vacinação nas Escolas Públicas do Estado, iniciou pesquisa incansável, descobrindo que a quantidade de pessoas anti-vacina na Califórnia era de 15% e que os incentivos do governo eram pesados para a vacinação juvenil.

Com esperanças de reunir os outros 85%, a mãe criou um grupo no Facebook que buscava mobilizar pessoas pró-vacinação, enquanto um efeito intrigante tenha ocorrido: A plataforma indicava notícias e grupos anti-vacina para ela e seus seguidores.

A bem da verdade, a máquina de recomendação da plataforma indicava mais e mais proposta anti-vacina, o que foi escalonado para outras indicações polêmicas, como grupos de conspiração, fascistas e terraplanistas.

Quando pensamos nos motivos que levam a esse direcionamento, podemos ter como primeira vista os Algoritmos, instrumento matemático secular que é utilizado para absorver dados, analisá-los e produzir evidências com eles, o que gera reações de acordo com o resultado (Rossetti; Angeluci; 2021).

Porém os algoritmos sozinhos seriam inúteis, é necessária a Inteligência Artificial que, com base nas evidências, possa gerenciar formas de promover resultados satisfatórios para seu executor (O Facebook por exemplo) essas IA's são instrumentos que aprenderiam constantemente (machine learning), autônomas e executam tarefas de maneira mais sublime e rápida que um ser humano normal poderia (Taddeo; Floridi; 2018, p.751).

Pelo defeito que diversas IA's possuem, vindo da natureza humana, é possível comparar a forma de coleta de dados e sua previsão com a do Racismo, neste não há busca de dados confiáveis para confirmar previsões duvidosas, alimentado por coleta irregular e dados de correlação com os fatos ínfimos, os Racistas acabam aglutinando essas previsões com suas crenças, e isto pode ser um caminho sem volta.

É claro que não devemos generalizar, existe um horizonte de modelos de dados, três podem ser apontados: Modelos Saudáveis e Transparentes, que se atualizam constantemente, com presunções e conclusões claras; o Modelo das “Refeições” que pega reincidência com o aprendizado constante,

percebendo devolutivas positivas ou negativas; e os Modelos Opacos e Invisíveis, infelizmente a regra e executados de maneira quase imperceptível, quando estamos comprando produtos que não precisamos ou deitados no sofá, com o “cérebro desligado” (O’neil, 2020, p. 29).

4.2 O INCONSCIENTE ADAPTATIVO, SISTEMA 1 E O NUDGE: INSTRUMENTOS DO GRANDE MANIPULADOR

É curioso destacar o Modelo Opaco, estudiosos da mente humana já se debruçaram antes neste comportamento humano – ser passivo, fazer ações automáticas e nem perceber a manipulação – entre eles Timothy D. Wilson (2002, p.21).

Não um dos primeiros, antes havia Laycock, William Carpenter e Hamilton, cada um contribuinte de seu próprio estilo para o conceito de Inconsciente Adaptativo, porém foi Wilson aquele que uniu essas ideias e compreendeu que são a capacidade do indivíduo de produzir atos automáticos.

Posterior a eles, Kahneman (2011, p. 70) traz conceito parecido e até mais compreensível: Sistema 1 e Sistema 2, o primeiro é rápido, automático e requer quase esforço algum, não havendo percepção voluntária de sua execução, quase como uma ação involuntária, o segundo requer foco, atenção, como na resolução de problemas complexos que demanda o raciocínio.

Esse automatismo não é necessariamente algo ruim, é possível utilizá-lo para atividades propedêuticas, o problema é quando não estamos conscientes dessa inconsciência, realizando decisões das quais não sabemos seus fundamentos ou achamos que sabemos.

O Cérebro, tal como a IA, coleta informações e com ele guia seu comportamento da maneira mais oportuna, seja consciente ou não, a verdade é que a consciência é convidada eventual nas tratativas humanas e que, para nervosismo geral, vivemos constantemente em um avião sob o “piloto automático” (Eagleman, p. 16-17).

Nesta nébula, entre o Sistema 1 e os algoritmos das IA’s, as grandes empresas utilizam do “Nudge” – um empurrãozinho – instrumento que induz o comportamento dos indivíduos por meio de tornar mais fácil ou mais difícil certa conduta.

As empresas de Big Tech, reunindo as informações de seus usuários, podem calcular qual propaganda, ou estímulo no geral, pode gerar uma propensão maior a determinada conduta, como a compra dos produtos da mesma empresa.

Dentro da lógica do Nudge há a Visibilidade, instituto que traz uma questão complexa: “Será que quem escolhe tem consciência dos incentivos envolvidos na sua decisão?”, pois esta visibilidade é o que possibilita ao usuário perceber os prós e contras envolvidos em seus atos.

Porém, cabe destacar que essa visibilidade pode ser manipulada, em que os executores desse Nudge podem aderir estratégias que façam o indivíduo prestar atenção somente aos incentivos, não esquecendo as consequências destes incentivos se aderidos, mas deixando-as consideravelmente opacas (Thaler; Sustein; 2018, p. 142-146).

É válido mencionar, também, que este “empurrãozinho” pode ser utilizado pelo Poder Público em suas políticas, gerando condutas dos contribuintes de determinado tributo em utilizarem plataformas de declaração de sua renda mais críveis, ou de adotarem um regime de previdência específica aos servidores públicos efetivos (Marden; Martins; 2020, p. 11-16).

Este Nudge Estatal podia ser verificado na França na década de 90, quando havia uma implementação de videotextos, buscando uma “informatização da sociedade”, em que o governo francês integrhou a cada residência a opção da entrega de um terminal Minitel gratuito no lugar da lista telefônica (Castells, 1999, p.429-430).

Este estímulo do Estado pode ser benéfico ou prejudicial, isto é evidente se observarmos as eleições dos Estados Unidos de 2016, em que Steve Bannon, também intitulado como “O Grande Manipulador”, foi aquele que concebeu as estratégias de campanha de Donald Trump.

Posteriormente, tornou-se Conselheiro Político do então presidente, deixando transparecer suas ideias da utilização da internet e redes sociais no Nudge favorável ao plano de governo, o que descarrilou em sua demissão do cargo e foi expulso da Casa Branca.

Steve Bannon, não aquiescendo de sua expulsão, mudou-se para a Itália por um motivo justificável: O Movimento 5 Estrelas.

Esta propulsão da internet teve início quando um empresário da área de tecnologia da informação, Casaleggio, e um comediante da Itália, Beppe Grillo, se uniram e criaram o blog conhecido como “Movimento 5 Estrelas”, um portal para expor comentários ácidos, aparentemente espontâneos, sobre a política executada na Itália, parecido como um fórum de protestos, porém que não foi levado a sério, nem pelos partidos políticos e muito menos pela mídia tradicional.

Crucial dizer que os comentários colocados no blog e ditos pelo humorista eram metódicamente selecionados, usando algoritmos daquilo que teria uma devolutiva é um prazer maior da opinião pública.

A falta de notoriedade do movimento mudou em setembro de 2007, quando mais de trezentas mil assinaturas foram levantadas para determinar que os deputados não pudessem exercer mais de um mandato, e o movimento engatado pelo 5 Estrelas atingiu às ruas, nesta altura todo portal de informação e política que se preze na Itália queria saber do que se tratava

Por mais que o movimento possa parecer solidário, tornou-se muito mais próxima de uma Empresa Big Tech conhecida pela manipulação do que qualquer outra coisa, opositores do blog eram rapidamente retirados, notícias falsas, porém polêmicas, são as mais estimuladas, ao passo que as notícias verdadeiras, sem tanta repercussão, são deixadas em segundo plano.

É interessante perceber a distinção feita pelo objetivo deste movimento, o importante não é a política, mas a opinião pública, e o marketing digital é a principal ferramenta para conquistá-la.

Há, inclusive, analogia intrigante com um formigueiro.

As formigas seriam os indivíduos pertencentes a sociedade, enquanto há um gerenciador observando este formigueiro, percebendo se as formigas precisam de um estímulo ou outro e como elas reagem aos mesmos, as formigas, por óbvio, estão ignorantes em relação aos diversos fatores que as fazem impulsionar seus projetos conjuntos, o motivo de ter sido colocado um cubo de açúcar em determinado lugar, não importa, apenas o açúcar importa.

A principal regra deste formigueiro é: As formigas não podem saber como ele funciona. Isto engaja bem com a ideia de internet que os administradores do blog Movimento 5 Estrelas têm em detrimento de seus usuários, estes entendem-na como sinônimo de participação, porém aqueles a veem como controle (Empoli, 2019, p. 17 - 33).

Esta manipulação que ocorre na Itália é atrativa demais para Steven Bannon, haja vista que ele teve papel decisivo na hipertrofia da extrema direita que ocorreu nos Estados Unidos.

Inclusive, lá ocorreu uma campanha online chamada Gamergate, rodeada de polêmicas de misoginia, assédio e que recebeu apoio da extrema direita, um movimento que desencadearia no Trumpismo e tornaria as eleições de 2016 duvidáveis, no mínimo (Fisher, 2022, p. 45 – 48).

No Brasil, a plataforma do Facebook foi uma das principais utilizadas em um estudo elaborado pela Faculdade Getúlio Vargas (FGV), demonstrando que o impulsionamento que ocorre próximo das épocas de eleições tem um impacto tremendo no eleitorado, não tendo um dispor monetário não alto para isso.

Nesta pesquisa, dando seguimento, restou demonstrado que o impulsionar de conteúdos de políticos eram mais frequentes com homens brancos e de ideologia política de direita (Ramos et al, 2023, p. 44-46).

Antes de adentrarmos na legitimidade do voto popular de indivíduos manipulados por essa maior visibilidade perpetuada pelas plataformas de informação é preciso, porém, fazer uma reflexão histórica, a qual será mais bem apreciada no tópico seguinte.

4.3 DO CABRESTO AOS LIKES

Por mais enfadonho que possa ser, é preciso fazer uma pintura histórica de como eram as eleições antigamente e como passam a ocorrer atualmente.

O Coronelismo é concebido, entre outras qualificadoras, como uma expressão do poder privado que se manifestava na esfera pública, sendo neste quesito muito semelhante à influência exercida pelas empresas de big tech.

O poder dos “coronéis”, conquanto, vinha principalmente das terras que possuíam e a dependência que as massas do meio rural tinham, gerando um controle direto em seu eleitorado (Leal, 1997, p. 42-45).

Em analogia, o efeito das Redes Sociais e Internet em seus usuários é mais sutil, porém algumas conclusões são possíveis, ao trocarmos as Terras por Informação há uma relação plácida entre o passado e o presente.

O controle atual pode ser visto com a dependência dos usuários da Internet de informações, como likes, compartilhamentos ou comentários em publicações nas Redes Sociais.

Em um estudo feito nos Estados Unidos, em que diversos participantes de amplas idades tinham sua movimentação cerebral monitorada enquanto eram submetidos à diferentes tipos de publicações, denominadas de risky (arriscadas) e neutral (neutras), aquelas traziam cigarros, bebidas e imagens de exposição corporal, nestas coisas normais do cotidiano, como comida, lugares ou animais de estimação.

Na pesquisa foi possível notar uma atividade cerebral maior de adolescentes frente a uma quantidade maior de likes recebidos ou vistos em determinada publicação.

O mesmo nicho tinha uma atividade cerebral mais rápida com publicações classificadas como risky, tendo um aumento de dopamina, o hormônio da felicidade, o que perpetuava um ciclo de mais apreço por publicações arriscadas, bem como seu compartilhamento (Sherman et al, 2016, p.1031-1033).

Essa modificação de perspectiva do usuário não se limita, no entanto, apenas aos adolescentes, trata-se de uma dependência que se arraigou na sociedade moderna mais do que qualquer suserano poderia, as atividades cotidianas, de lazer e trabalho, tornaram necessário o uso das Redes Sociais e Internet (Abreu et al, 2008).

4.4 A LEGITIMIDADE DO VOTO POPULAR EM UM TEMPO DE “FORMIGUEIROS”

A Legitimidade. Como Defini-la?

Bem, poderíamos buscar respostas em sua etimologia “legitimus” – “Aquilo que está de acordo com a Lei” – (Veschi, 2020, p.2), tendo por base de que algo legítimo deve estar conforme a Lei, é possível encontrarmos respostas para a manipulação ocorrida no Princípio da Legalidade, Art. 5, II, da Constituição Federal, que estabelece que “ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei” (Brasil, 1988).

Di Pietro (2022, p. 17) nos explica que o Princípio acima exposto tem dois lados: Legalidade Ampla e Legalidade Estrita, a primeira é direcionada para o civil comum, que pode fazer tudo aquilo que uma lei não proíba, já a segunda é focada na Administração Pública e estabelece que esta pode fazer apenas o previsto em Lei.

É mais prudente abordarmos os Princípios, ao menos de início, pois um problema aparente encontrado nas leis envolvendo temas como Internet e Redes Sociais é que o Direito Digital, que comprehende essas Normas, será regido preferencialmente por Princípios.

Haja vista que sua evolução é rápida demais, mudando constantemente, não sendo o legislador capaz de acompanhá-la, motivo que justifica haver uma sobreposição de Princípios às Regras (Pinheiro, 2021, p. 50).

Se pensarmos na legislação brasileira, seria possível deduzir que as Empresas de Big Tech, o Movimento 5 Estrelas e a Campanha Eleitoral de Trump foram todas legítimas se não contrariavam a Lei, pois eram ações do setor privado.

Mas tal conclusão seria temerária sem antes observada a legislação brasileira, afinal, é dever do legislador fazer uma análise dos valores e pretensões que uma sociedade pode possuir, com isto o poder legiferante produz uma norma que, em tese, será eficaz, este conceito envolto na aceitação e obediência da norma pela sociedade (Pinheiro, 2021, p.36).

Entre uma das leis centrais na regulação da Internet é o Marco Civil da Internet (MCI), também batizada como a Constituição da Internet, complementada depois pelo Decreto nº 8.771/2016, se caracterizando bem como uma Lei Princiológica, trazendo-os acompanhados de direitos, garantias e deveres das empresas e usuários da Internet no Brasil.

Esta Lei foi produto do Projeto de Lei nº 2.126/2011, em algumas de suas justificativas estava o fato de a falta de um Marco Regulatório causar algazarra no Poder Judiciário, havendo decisões conflitantes e contraditórias, muitas vezes colocando em risco os princípios constitucionais (Teixeira, 2020, p.111-112).

É curioso apontar essa justificativa, pois o Art. 18 da respectiva legislação é contraditória com o Art. 3º, VI, da mesma lei, este estabelece o princípio da responsabilização dos agentes conforme

suas atividades, porém aquele determina que o provedor de internet não se responsabiliza civilmente pelos danos que venham a ocorrer pelo conteúdo gerado por seus usuários (Brasil, 2014).

A Lei também é precária em sua definição, talvez pelo fato de ser quase toda principiológica não tenha se preocupado em definir o que seriam os “conteúdos” gerados por terceiros, o conteúdo gerado pelo Movimento 5 Estrelas, Gamergate, entre outros, seriam passíveis de responsabilização pela lei brasileira?

Nesta penumbra o Poder Judiciário trouxe seu viés Tópico-Problemático, adicionando compreensão adequada ao aplicar a lei ao caso concreto, no Recurso Especial nº 1.193.764/SP julgado pelo STJ.

No respectivo julgamento restou consignado o entendimento que não é de responsabilidade do provedor fazer análise prévia do conteúdo colocado na web, porém se determinado texto ou imagem possui conteúdo ilícito é dever do provedor agir ativamente para retirar o material de circulação, respondendo solidariamente com causador do dano, sendo o caso de responsabilização subjetiva por culpa in omittendo (Brasil, 2010, p. 47).

Esse entendimento vê abusos como excepcionais e prioriza o Princípio da Presunção da Não Culpabilidade, ao mesmo tempo o legislador decidiu por não trazer previsão sobre cadastramento necessário para utilizar a internet, dando azo a certo anonimato, o qual é criticado por parte da doutrina, alegando que só beneficia os indivíduos que a utilizam para fins escusos.

Dando continuidade, onde a Lei falhou em definir conteúdo, acertou em categorizar Internet, em seu Art. 5, I, a define como:

o sistema constituído do conjunto de protocolos lógicos, estruturado em escala mundial para uso público e irrestrito, com a finalidade de possibilitar a comunicação de dados entre terminais por meio de diferentes redes (Brasil, 2014).

Também convoca três entendimentos principais: Garantia a Liberdade de Expressão, Inviolabilidade da Privacidade e a Neutralidade da Internet, os quais merecem ser explorados.

A Liberdade de Expressão, que poderia entrar em conflito com a retirada ou não de mecanismos da internet que ensejam movimentos revoltosos, como o das 05 Estrelas e o Gamergate, afinal, estavam exercendo sua expressão por plataformas válidas, devendo estas retirar de circulação o produto dessa livre expressão mediante decisão judicial apenas, e em casos extremos de ofensa à ordem moral ou patrimonial.

A Privacidade, garantida pela Constituição Federal, confere sigilo aos dados pessoais dos que utilizam a internet, não sendo permitido a fiscalização e monitoramento destes dados, podendo ser quebrado seu sigilo mediante, também, ordem judicial.

A Neutralidade, ou Princípio da Neutralidade, se resume a avalizar os usuários da internet seu acesso para o fim que quiserem, sejam pesquisas, compras, comunicações ou outras, não podendo ocorrer tratamento diferente em razão do uso dado a Internet, devendo ser transparente, equânime e proporcional seu tráfego de dados (Teixeira, 2020, p. 113-116).

Estes três pilares são trazidos pelo MCI em seu Art. 11, o qual delimita que as operações de coleta, armazenamento, guarda e tratamento de dados pessoais deverão respeitar a legislação brasileira sobre o assunto, bem como a privacidade de seus usuários, o sigilo e a proteção desses dados e comunicações.

Se houver violação desta disposição, o Art. 12 prevê penalidades às Empresas, de advertência à proibição de exercer sua atividade relativa aos dados dos indivíduos (Brasil, 2014).

Agora tratando especificamente dos Dados, estes princípios também foram levados à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), como a não discriminação (neutralidade), porém outros princípios são colocados em relevo também: Finalidade, Adequação, Necessidade, Transparência, entre outros, porém todos buscando dar o melhor tratamento possível aos dados dos usuários (Brasil, 2018).

Estas disposições obrigam as empresas a descartar os dados coletados, porém isto causa uma renovação dos dados e perfis que os usuários constantemente dão às empresas (Pinheiro, 2021, p.62), além disso, uma pesquisa recente feita pela internet lab demonstra que há falha veemente das empresas submetidas a esses regimes de cumprirem com os mandos legislativos (Internetlab, 2020).

Esta ausência de obediência à norma, sua ineficiência, pode se dar em virtude de a regulamentação direta causar um impacto significativo na economia digital, mudando o desenvolvimento da internet.

Se houver, no entanto, a criação e aplicação de uma lei mais severa podem ocorrer dois efeitos: Sua desobediência ou a retirada dos serviços das empresas, como uma forma de protesto.

O Legislativo, sozinho, não é o problema apenas, a falta do poder de polícia, fiscalização razoável, torna o meio da internet muitas vezes livre para a prática de atos típicos, ou condutas reprováveis pela sociedade, os quais, como não são alcançados pelo Estado, ou este nem tem o condão de puni-los, acabam saindo impunes.

É neste contexto em que ocorre a “Lei de Talião Digital”, uma pessoa com grande visibilidade digital domina os terceiros por meio do medo daquilo que possa publicar nos meios digitais, gerando uma justiça pelas próprias mãos, ou melhor – controle – pelas próprias mãos.

Voltando nesta temática de controle, como já dito anteriormente algumas disposições legais são descumpridas pelo setor privado, entre elas a transparência com que o dado é tratado, pois mesmo quando se utiliza de determinado mecanismo aparentemente gratuito, é preciso que a plataforma

informe como os dados entregues no processo de uso do mecanismo serão utilizados e descartados, senão será como um cheque em branco.

Porém, um problema considerável está nesta transparência ser conferida ou não aos usuários, porém outro também importante é o usuário ter a paciência e prudência de ler todos os termos de uso antes de pressionar o botão “OK”.

Se o fizer então concorda estar ciente de como os dados serão usados e, neste ponto, não há legislação que obrigue a Empresa a demonstrar que o indivíduo de fato leu e depois confirmou com os termos de uso (Pinheiro, 2021, p. 62 – 68).

Vista a Legitimidade que as empresas têm para executar esse mecanismo de manipulação de dados, que deve ser feito com transparência, porém se o usuário estiver sob o Sistema 1 (automático) acabará por entregar “o ouro ao bandido” de maneira inconsciente.

Agora será observada a Legitimidade do voto de um indivíduo manipulado pelos algoritmos.

Como antes abordado, a fonte legislativa será a principal a busca de bases, no que se pese esta fonte o Código Eleitoral nada fala quanto a esta utilização de IA’s e algoritmos de Empresas de Big Tech (BRASIL, 1965).

A Lei 9.504, que também disciplina matéria eleitoral, trás previsão que talvez possa ser a do caso observado: Propaganda, o Art. 36 até o 41-A trata sobre a propaganda no geral e o Art. 57-A até o 57-J trata especificamente de propaganda na internet.

Já no Art. 36-A têm-se previsão expressa de que não é propaganda eleitoral antecipada a menção de candidatura e exposição de qualidades dos pré-candidatos, desde que não haja pedido explícito de voto, feito pelas Redes Sociais e Internet.

Já no Art. 57-A prevê a possibilidade da propaganda na internet, após o dia 15 de agosto, a ser realizada no sítio eletrônico do candidato ou seu partido, mas uma coisa curiosa vem no Art.57-C, que veda propaganda eleitoral paga na internet, exceto se for para impulsionar seu conteúdo, aqui poderíamos ver um ataque ao Princípio da Neutralidade (MCI) e da Não Discriminação (LGPD)? (Brasil,1997).

Talvez uma questão a ser mais bem debatida em outra oportunidade, pelo que se expôs da legislação vigente no Brasil é o suficiente para que cheguemos a uma conclusão proporcional.

5 CONCLUSÃO

Por todo o exposto foi possível compreender como o mundo e o Brasil mudaram drasticamente com o advento das novas tecnologias, as IA’s e os algoritmos que agem pela via da internet e redes

sociais são capazes de incutir um controle social completamente diferente do experimentado outras eras.

Podendo ser um instrumento benéfico ou também prejudicial, o modelo que é mais visto e o mais nefasto é o opaco, que se aproveita do mundo acelerado, uma sociedade líquida que torna boa parte de seus integrantes uma automação, utilizando mais do sistema 1 do que o 2, preferindo, ou talvez sendo obrigados pelas circunstâncias, a agirem de maneira mais automática do que reflexiva.

E essa automação é mais atraída por movimentos polêmicos, fervorosos, mas não necessariamente verdadeiros, formas de manipulação das massas já não são mais teorias da conspiração sem plano de fundo, a campanha política dos Estados Unidos em 2016, Gamergate, o Movimento 05 Estrelas na Itália, são todos exemplos de como um ente paraestatal pode controlar os indivíduos a tal ponto que isto impacta diretamente no caminho que a nação vai tomar nos anos por vir.

É possível visualizar que a ascensão da Direita mais extrema não foi fato do acaso, Max Fisher deixa claro como essas novas tecnologias favoreceram este viés político, motivo que torna compreensível diversos líderes mundiais deste alinhamento terem chegado ao poder nos Estados Unidos, Europa e Brasil.

É dedutível até que as eleições já são decididas anos antes de sua realização, não pelas coligações políticas seculares, mas pelas empresas de big tech que detém os perfis de seus usuários e conseguem calcular qual a propaganda pode ser mais efetiva para que o indivíduo tenha determinada propensão política.

Recorrendo à legislação brasileira, buscando formas de sustentar um voto conferido por um indivíduo manipulado, encontramos que não existem Regras proibitivas deste tipo específico, mas as normas que cuidam dessa temática são regidas por princípios em sua maioria, o que dá uma margem interpretativa muito maior.

Ao observarmos os princípios do MCI, LGPD e da Constituição Federal, é possível achar mais argumentos permissivos as empresas perpetuar a utilização dos dados como estão sendo feitos do que em contrário, inclusive pelo princípio da legalidade que permite a elas agir desta forma, haja vista que se respeitarem os demais princípios no MCI e na LGPD em nada contrariam a Lei.

As leis eleitorais, além disso, dão margem às propagandas eleitorais na internet, sem caracterizam-na como antecipada, porém é inegável pensar que essas propagandas geram propensões políticas, principalmente se ficam no ar por anos, permitindo a maturação de vieses.

Pode ser argumentado, neste ponto, certa antinomia na Lei 9.504 frente ao MCI e à LGPD, pois que aquela prevê uma exceção de privilégio de propaganda na internet para aqueles que pagaram a

mais, ao passo que estas duas últimas trazem seus princípios da neutralidade e não discriminação de dados.

Ao final, frente a pergunta-problema que deu início a este debate: O voto do eleitor manipulado pela internet e redes sociais é válido? É possível convalidar a hipótese exposta no início do texto, de que o voto é válido.

Os objetivos da pesquisa também foram alcançados, o Geral se importava mais com essa manipulação dos indivíduos em movimentos políticos e o específico com a legitimidade do voto desses usuários induzidos.

O resultado da pesquisa, então, é de que as Empresas de Big Tech estão reunindo mais poder que diversas nações unidas teriam, por meio do marketing digital estão conseguindo guiar a opinião política para onde preferirem, conseguindo determinar aonde as formigas irão e para onde deixarão de ir, sem nunca lhes deixar consciente do ambiente em que vivem.

Uma situação em que candidatos são escolhidos ou banidos ao querer das empresas de big tech.

Em um ambiente em que decisões tomadas podem não ser tomadas de maneira lúcida, mas que não havendo previsão legal, ou melhor, se houver previsão legal realmente efetiva – rígida – as consequências podem ser ainda mais catastróficas.

A questão seguinte a ser feita é: Estamos melhor com a Internet e as Redes Sociais?

Devemos escolher, entre aceitá-las ou deixá-las?

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meu sempre cúmplice, meu boêmio perpétuo, quinhoísta do meu inteiro, ao meu marido Yvo Gabriel Sousa Galvão, em vida ou morte severina, será meu eterno parceiro.

REFERÊNCIAS

ABREU, C. N. et al. Dependência da Internet e de jogos eletrônicos: uma revisão. *Revista Brasileira de Psiquiatria*, 2008. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbp/a/T8y3pYpXy7wWj9v6DRdRxfR/?lang=pt>. Acesso em: 12 jun. 2025.

BRASIL. Código Eleitoral. Lei nº 4.737. Brasília, DF: Senado Federal. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4737compilado.htm. Acesso em: 9 jun. 2025.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 8 jun. 2025.

BRASIL. Lei nº 9.504. Brasília, DF: Senado Federal. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9504.htm. Acesso em: 9 jun. 2025.

BRASIL. Lei Geral de Proteção de Dados. Lei nº 13.709. Brasília, DF: Senado Federal. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 9 jun. 2025.

BRASIL. Marco Civil da Internet. Lei nº 12.965. Brasília, DF: Senado Federal. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 8 jun. 2025.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. Princípio da legalidade. In: CAMPILONGO, Celso Fernandes; GONZAGA, Alvaro de Azevedo; FREIRE, André Luiz (coords.). *Enciclopédia jurídica da PUC-SP. Tomo: Direito Administrativo e Constitucional*. 2. ed. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2021. Disponível em: <https://enciclopediajuridica.pucsp.br/verbete/86/edicao-2/principio-da-legalidade>. Acesso em: 1 jun. 2025.

EAGLEMAN, David. *Incógnito: as vidas secretas do cérebro*. Tradução: Ryta Vinagre. Rio de Janeiro: Rocco, 2012.

EMPOLI, Giuliano Da. *Os engenheiros do caos*. Tradução: Arnaldo Bloch. 1. ed. São Paulo: Vestígio, 2019.

FISHER, Max. *The chaos machine*. 1. ed. New York: Little, Brown and Company, 2022.

HARARI, Yuval Noah. *Sapiens: uma breve história da humanidade*. Tradução: Janaína Marco Antônio. 45. ed. Porto

Alegre: L&PM, 2019. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5387999/>. Acesso em: 12 jun. 2025.

INTERNETLAB. Quem defende seus dados? 2020. Disponível em: <http://quemdefendeseusdados.org.br/pt/>. Acesso em: 9 jun. 2025.

KAHNEMAN, Daniel. *Rápido e devagar: duas formas de pensar*. Tradução: Cássio de Arantes Lei. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

LEAL, Victor Nunes. *Coronelismo, enxada e voto: o município e o regime representativo no Brasil*. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1997.

MARDEN, Carlos; MARTINS, Gabriela. *Direito e neurociência: além das primeiras impressões*. Curitiba: Juruá, 2020.

O'NEIL, Cathy. *Algoritmos de destruição em massa*. Tradução: Rafael Abraham. 1. ed. São Paulo: Rua do Sabão, 2020.

PINHEIRO, Patricia Peck. *Direito digital*. 7. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2021.

RAMOS, Luciana de Oliveira et al. *O uso do Facebook como ferramenta de campanha eleitoral: estudo a partir do gênero, raça, perfil socioeconômico das candidaturas à Câmara Federal por São Paulo nas eleições de 2022*. São Paulo: FGV Direito SP, 2023.

ROSSETTI, Regina; ANGELUCI, Alan. *Ética algorítmica: questões e desafios éticos do avanço tecnológico da sociedade da informação*. SciELO, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gal/a/R9F45HyqFZMpQp9BGTfZnyr/?lang=pt>. Acesso em: 31 mai. 2025.

SHERMAN, Lauren E. et al. *The power of like in adolescence*. *Psychological Science*, v. 27, n. 7, p. 1027-1035, 2016.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça (Pleno). Recurso Especial 1.193.764/SP. Direito civil e do consumidor. Internet. Relação de consumo. Incidência do CDC. Gratuidade do serviço. Indiferença. Provedor de conteúdo. Fiscalização prévia do teor das informações postadas no site pelos usuários. Desnecessidade. Mensagem de conteúdo ofensivo. Dano moral. Risco inerente ao negócio. Inexistência. Ciência da existência de conteúdo ilícito. Retirada imediata do ar. Dever. Disponibilização de meios para identificação de cada usuário. Dever. Registro do número de IP. Suficiência. Recorrente: IP da SB. Recorrido: Google Brasil Internet LTDA. Relatora: Min. Nancy Andrighi. Julgamento: 14 dez. 2010. Diário de Justiça Eletrônico, 13 fev. 2011.

TADDEO, M. R.; FLORIDI, L. *How AI can be a force for good*. *Science*, v. 361, n. 6404, p. 751-752, 2018.

TEIXEIRA, Tarcisio. *Direito digital e processo eletrônico*. 5. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2020.

WILSON, Timothy D. *Strangers to ourselves: discovering the adaptive unconscious*. 1. ed. Cambridge, MA: Belknap Press, 2022.

ZUBOFF, Shoshana. *A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder*. Tradução: George Schlesinger. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.