

DEMOCRACIA E ALGORITMOS: A MODULAÇÃO DA AUTODETERMINAÇÃO POLÍTICA NO PROCESSO ELEITORAL BRASILEIRO

Democracy and algorithms: the modulation of political self-determination in the Brazilian electoral process

Gabriel de Oliveira Carneiro¹
Edimar Inocêncio Brígido²

RESUMO

Este artigo analisa as interações multifatoriais entre tecnologia e política nas eleições de 2022 no Brasil, investigando de que modo e em qual medida os algoritmos reverberam no processo eleitoral, lançando mão de obras, notícias e pesquisas e, num segundo momento, efetuando uma análise qualitativa de dados jurisprudenciais relativos às eleições de 2022. Em um contexto de polarização política e influência das mídias digitais, este estudo examina como o uso de algoritmos redefiniu o processo eleitoral, impactando a formação de opinião dos eleitores e o ambiente político. Além disso, explora-se a responsabilidade das grandes empresas de tecnologia na disseminação de informações enganosas e no direcionamento de conteúdo político. Então, examinar-se-á a jurisprudência do Supremo Tribunal Federal e do Tribunal Superior Eleitoral relacionada às eleições de 2022, investigando-se a intersecção entre algoritmos e democracia para fins de responsabilização jurídica, destacando-se a inexpressiva responsabilização para big techs que recaí, em realidade, sobre os usuários no que tange à disseminação de notícias falsas, aplicando-se multas ou suspensões de conteúdo. As descobertas destacam, ainda, a emergência de uma esfera pública digital dominada por big techs, em que dados pessoais se

ABSTRACT

This article analyzes the multifactorial interactions between technology and politics in the 2022 elections in Brazil, investigating how and to what extent algorithms reverberate in the electoral process, using works, news and research and, secondly, carrying out a qualitative analysis of jurisprudential data relating to the 2022 elections. In a context of political polarization and the influence of digital media, this study examines how the use of algorithms has redefined the electoral process, impacting voter opinion formation and the political environment. Furthermore, the responsibility of large technology companies in disseminating misleading information and targeting political content is explored. Then, the jurisprudence of the Federal Supreme Court and the Superior Electoral Court related to the 2022 elections will be examined, investigating the intersection between algorithms and democracy for the purposes of legal accountability, highlighting the insignificant accountability for big tech companies that falls, in reality, on users with regard to the dissemination of false news, applying fines or content suspensions. The findings also highlight the emergence of a digital public sphere dominated by big tech, in which personal data has become valuable commodities operated by personalized algorithms, whose potential to influence

1 Acadêmico de Direito do Centro Universitário Curitiba (UNICURITIBA). ORCID: 0009-0006-2019-2769. E-mail: gabrielocar@outlook.com. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9653337370663177>.

2 Pós-doutorando em Filosofia do Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Doutor e Mestre em Filosofia pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Especialista em Ética pela mesma instituição. Professor do Centro Universitário Curitiba (UNICURITIBA). ORCID: 0000-0001-8030-1214. E-mail: edimar.brígido@unicuritiba.com.br. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6116907234419122>.

tornaram valiosas commodities operadas por algoritmos personalizados, cujo potencial de influenciar o comportamento dos eleitores levanta preocupações sobre transparência e manipulação política.

voter behavior raises concerns about transparency and political manipulation.

Keywords: *algorithms. democracy. social media. elections 2022. jurisprudence.*

Palavras-chave: algoritmos. democracia. mídias sociais. eleições 2022. jurisprudência.

Sumário: 1 Introdução. 2 A democracia foi hackeada? 3 A jurisprudência do STF e do TSE nas eleições de 2022: há responsabilização para big techs? 3.1 TSE 3.2 STF. 4 Considerações finais. Referências.

Summary: 1 Introduction. 2 Has democracy been hacked? 3 The jurisprudence of the STF and TSE in the 2022 elections: is there accountability for big tech companies? 3.1 TSE; 3.2 STF. 4 Final considerations. References.

1 INTRODUÇÃO

No cenário contemporâneo, marcado pela sobreposição entre tecnologia, comunicação e política, as eleições assumem uma nova dimensão, com os meios digitais desempenhando um papel crucial na formação do processo decisório dos eleitores. Este artigo busca analisar as eleições de 2022 no Brasil, com foco especial nas influências disruptivas dos algoritmos, a proliferação de notícias falsas (*fake news*), bem como o papel do Supremo Tribunal Federal (STF) e do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) na jurisprudência eleitoral do período. Explica-se como as tecnologias digitais transformaram os processos políticos e eleitorais pelo modo como os eleitores são informados e como os candidatos alcançam seus públicos, valendo-se, sobretudo, dos pensamentos do sociólogo Sérgio Amadeu da Silveira e do autor Eli Pariser.

Na primeira seção deste artigo, examina-se as mudanças significativas na esfera pública digital e como as *big techs* se tornaram atores-chave na disseminação de informações e na criação de bolhas de filtro ideológico. Também é analisado o impacto produzido pela coleta e uso de dados pessoais, transformando-os em mercadorias altamente valiosas num mercado concorrencial que demanda consumo. Além disso, explora-se como os algoritmos personalizados podem moldar a percepção do eleitor e influenciar seu comportamento, gerando preocupações sobre a manipulação e a opacidade por trás desses processos.

Ademais, investiga-se como as *big techs*, em especial o Google, compilam dados de várias fontes para criar perfis detalhados dos usuários a partir de bancos de dados, capacitando algoritmos a prever tendências de comportamento e direcionar informações personalizadas.

A segunda seção deste artigo concentra-se na jurisprudência das eleições de 2022, examinando como o STF e o TSE responderam aos desafios apresentados pela

disseminação de notícias falsas e pela influência das mídias sociais. São analisadas decisões-chave e investigações em andamento, destacando a responsabilização de *big techs*, o combate à desinformação e o equilíbrio delicado entre a liberdade de expressão e a proteção da democracia.

Por meio desta análise, busca-se evidenciar uma compreensão mais profunda das interações entre tecnologia, política e jurisprudência eleitoral nas eleições de 2022 no Brasil. Busca-se contribuir para um diálogo informado sobre como as sociedades contemporâneas podem enfrentar os desafios emergentes na era da tecnopolítica.

2 A DEMOCRACIA FOI HACKEADA?

O avanço contumaz da tecnologia aplicada às redes de informação fez ecoar pelo globo discursos até então silenciados. Seria este o momento de aprofundamento democrático alicerçado sob a factibilidade informacional, não fosse o exercício de uma forma peculiar de dominação pós-disciplinar: a economia da atenção³, com traços marcantes de uma sociedade movida pela captura do tempo, do espaço e das subjetividades, enfim, uma sociedade vigilante na qual as informações são utilizadas como barganha.

Uma defesa contundente contra esse processo que assujeita os corpos é a radicalização da democracia, pois “apenas um governo democrático pode proporcionar uma oportunidade máxima para as pessoas exercitarem a liberdade da autodeterminação – ou seja: viverem sob leis de sua própria escolha”⁴. Dahl se referia, mais precisamente, ao processo legislativo que contém o gérmen da expressão popular. A vontade do povo manifestada por meio da lei reflete a capacidade de autodeterminação de um povo, cuja essência é a própria liberdade. Liberdade para escolher o que deve ser juridicamente regulamentado e em que circunstâncias o fazer.

Neste sentido, Habermas *apud* Magrani (2014) defende uma forma de procedimentalismo democrático pautado na ação comunicativa, em que as demandas do mundo da vida devem ser trazidas aos espaços de comunicação e amplamente discutidas de modo argumentativo, por esta razão apenas as pautas submetidas a amplo debate pelos sujeitos poderiam avançar. Porém, para que este processo seja legítimo, o autor sustenta que devem ser obedecidos alguns critérios para se emanar uma decisão política:

3 O termo refere-se a uma abordagem conceitual que enfatiza a centralidade da atenção humana como um recurso escasso e altamente cobiçado na era da informação e da tecnologia. A economia da atenção é um campo de estudo que explora como a atenção se tornou uma moeda de troca valiosa, especialmente em ambientes digitais repletos de estímulos e distrações. Autores como Michael H. Goldhaber (1997) e Georg Franck (1998) têm discutido o papel crítico da atenção na sociedade contemporânea, enfatizando como a competição para captar a atenção do público influencia a forma como as informações são disseminadas e recebidas.

4 DAHL, Robert Alan. Sobre a Democracia. Brasília, editora Universidade de Brasília (UNB), 2001, p. 66.

a participação igualitária e inclusiva de todos os afetados pela decisão e a utilização de argumentos racionais para respaldar a ação pretendida. Trata-se do princípio democrático, ligado à ampla participação popular, e do princípio do discurso, ligado à persuasão racional. Tais princípios devem guiar os atores sociais e políticos na busca pelo consenso na esfera pública, em que pese este aspecto seja criticado por outros autores pela ideia de centralizar a finalidade de sua democracia deliberativa na busca pelo consenso, o que para Mouffe⁵ é uma ideia inatingível dada a natureza hegemônica de toda forma de consenso, pois o embate público também envolve a mobilização das paixões, portanto o antagonismo de subjetividades e o dissenso no discurso é a marca de um regime que preza pela pluralidade:

“En una política agonista, la dimensión antagonónica está siempre presente, ya que lo que está en juego es una lucha entre proyectos hegemónicos opuestos que nunca pueden ser reconciliados de manera racional, y en la cual uno de ellos necesariamente debe ser derrotado”⁶.

Mesmo Dahl⁷ asseverava que o consenso perfeito em uma democracia é um fim inconcebível, por esta razão Habermas *apud* Magrani (2014) estabelece a necessidade de haver uma “aceitação consensual ao menos quanto aos procedimentos sobre os quais as normas se instituem”⁸, tendo por referência o arcabouço do próprio ordenamento jurídico. Não obstante, todos os atos humanos estão imbuídos de política em alguma medida, por esta razão, as esferas públicas estão situadas em uma zona de intercâmbio entre os sistemas político e econômico de um lado, e o sistema de domínio privado de outro, representando “o lugar por excelência para a deliberação política e autodeterminação democrática”⁹.

A partir desta visão seria possível compreender as mídias sociais como um novo espaço público de deliberação surgido na modernidade. Este espaço no qual a informação atravessa os sujeitos de modo descentralizado inaugura um novo modelo paradigmático por volta da década de 70 do século XX, denominado por Castells de Paradigma da Tecnologia da Informação¹⁰. Este novo modo em que as relações humanas se desenvolvem através da rede digital permite uma maior aproximação entre diferentes sujeitos de diferentes pontos do globo. Contudo, como já alertava Castells¹¹, a ideia de um fortalecimento democrático, da redução das desigualdades e de todo tipo de benesse trazida pelas redes, se traduziu

5 MOUFFE, Chantal. Agonística: pensar el mundo políticamente. Ed. Fondo de Cultura Económica Argentina, 2014.

6 Ibidem, p. 27.

7 DAHL, Robert Alan. Sobre a Democracia. Brasília, editora Universidade de Brasília (UNB), 2001, p. 67.

8 MAGRANI, Eduardo. Democracia Conectada: a internet como ferramenta de engajamento político-democrático. Curitiba: Juruá, 2014. E-book, p. 30.

9 Ibid., p. 19.

10 CASTELLS *apud* CREMONINI, Ladimir José; OLIVEIRA, Odete Maria de. Reflexões sobre a Teoria da Sociedade em Rede de Castells e a Teoria da Rede de Ação Comunicativa de Habermas. Editora Unisul, 2018, p. 144.

11 CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede. São Paulo, 23ª edição, editora Paz e Terra, 2013.

em mera falácia. Para Habermas *apud* Cremonini (2018), os meios de comunicação são eficientes em produzir e replicar cultura de massa, não estando acima dos jogos ideológicos que compõem o mundo da vida, criticando a possível tendência manipulatória das informações, visto que apenas refletem estereótipos, sem conter autenticidade, “dessa forma, então considerando que os meios de comunicação de massa são utilizados para a realização de um controle social imposto aos indivíduos”¹².

Embora a democracia brasileira esteja aspirando ares muito distantes da atmosfera de uma democracia deliberativa, este primeiro pensamento ilustrado a partir de Habermas representa um ideal a se pensar para um devir. Contudo, a autodeterminação, uma das consequências desejáveis de uma democracia¹³, parece ter entrado em erosão. E uma das causas possíveis deste fenômeno é a operacionalização dos algoritmos enquanto meios para modular¹⁴ a vontade popular e pré-determinar as escolhas de representantes políticos, o que se reflete não somente no momento do voto, mas em toda atuação cívica-política que se precede e se sucede.

Desta maneira, importante definir o que são algoritmos. Em uma definição objetiva, Thomas Cormen¹⁵ afirma que “um algoritmo de computador é um conjunto de etapas para executar uma tarefa descrita com precisão suficiente para que um computador possa executá-la a fim de solucionar determinado problema”. Já Bocchese¹⁶, partindo de uma visão baseada na análise discursiva, descreve os algoritmos como “um conjunto de regras e procedimentos lógicos que levam a uma resolução de tarefas, produzindo clivagens subterrâneas”, ou seja, os algoritmos são programados para automatizar tarefas por meio de processos concatenados e sistemáticos de regras formadas numa linguagem computacional/matemática que produzem, na visão do autor, conflitos subjacentes e menos visíveis no corpo social¹⁷. Não obstante, Pariser afirma que os algoritmos computacionais utilizados não têm uma compreensão muito bem definida, exemplificando esta questão a partir do

12 CREMONINI, Lademir José; OLIVEIRA, Odete Maria de. Reflexões sobre a Teoria da Sociedade em Rede de Castells e a Teoria da Rede de Ação Comunicativa de Habermas. Editora Unisul, 2018, p. 151.

13 DAHL, Robert Alan. Sobre a Democracia. Brasília, editora Universidade de Brasília (UNB), 2001, p. 58.

14 A definição de modulação empregada nesta pesquisa se vincula a capacidade dos algoritmos induzirem o comportamento humano. Nas palavras de SILVEIRA (2019, p. 56-57), “está ligada à comunicação distribuída em rede e se organiza pela oferta de opções de visualização de conteúdos e pela orientação de possibilidades de ação, pelo controle das subjetividades”.

15 CORMEN, Thomas. Desmistificando algoritmos. Rio de Janeiro, Editora Elsevier Brasil, 2017, p. 13.

16 BOCHESE, Pedro Augusto. Buscador Google Hummingbird: análise discursiva do processo de individuação a partir do conceito do filtro invisível. Tese (Doutorado) – Universidade do Sul de Santa Catarina, Pós Graduação em Ciências da Linguagem, 2019, p. 14.

17 Sem entrar em minúcias, há uma distinção entre algoritmos e inteligência artificial: enquanto os algoritmos são seqüências de instruções que descrevem como realizar tarefas específicas (uma espécie de receita de bolo), a inteligência artificial (IA) compõe-se de sistemas capazes de aprender, raciocinar e tomar decisões de modo autônomo, todavia, as próprias IAs utilizam como base os algoritmos (pode-se dizer que os algoritmos são “neurônios” e a inteligência artificial é o “cérebro” capaz de realizar “sinapses”).

buscador do Google:

O Google poderia nos revelar todos os duzentos sinais que utiliza e nos mostrar o código, e ainda não saberíamos o que fazer com aquilo. O software central do mecanismo de busca do Google contém centenas de milhares de linhas de código. Segundo um funcionário do Google com quem conversei, que tinha acesso à equipe responsável pelo mecanismo de buscas, “a equipe faz ajustes aqui e ali, não sabe muito bem o que funciona nem por que funciona, só examina o resultado”.¹⁸

Os algoritmos das mídias sociais são desenvolvidos por especialistas em computação, visando capturar o comportamento dos usuários por meio de *logs* e *cookies*, registrando cliques, tempo de permanência em páginas, preferências de conteúdo e localização. Sua origem humana e capacidade de adaptação ao padrão de uso individual os impregnam de ideologia e objetivos, afastando a ideia de neutralidade tecnológica¹⁹. Tais algoritmos, nesta toada, buscam maximizar os lucros em prol “daqueles que podem pagar para coletar, organizar e analisar gigantescas estruturas de dados que serão processados em *data centers* com milhares de servidores”²⁰. Dessa forma, a captação da atenção do usuário ocorre por meio da estratégica e conveniente veiculação de anúncios, notícias e publicidade, refletindo a atual economia centrada na oferta de bens e serviços para consumo.

Além de capturar a atenção do usuário, as mídias sociais também modulam o comportamento humano por meio do processo de reminiscência da psique humana, no qual o usuário é fisgado pelo conteúdo veiculado. Isso se deve à análise do histórico do usuário, capaz de revelar suas predileções, aversões e interesses, o que é utilizado pelos algoritmos no momento em que transportam a informação, gerando uma espécie de determinismo informativo²¹. Em suma, as mídias sociais “delimitam com sua arquitetura informacional e o desenho de suas interfaces a forma do discurso que seus usuários podem inserir. O ponto fundamental é que seus algoritmos controlam quem pode ver os conteúdos”²². Por esta razão, há uma assimetria informativa fornecida a cada usuário que busca pelos mesmos termos no Google, por exemplo.

Big techs como o Google utilizam dados pessoais de seus usuários, ora eleitores, para lhes fornecerem conteúdo customizado, as tornando capazes de indexar as informações

18 PARISER, Eli. O Filtro Invisível: o que a internet está escondendo de você? Rio de Janeiro: 1ª edição, editora Zahar, 2012, 137.

19 O'NEIL, Cathy. Algoritmos de destruição em massa. São Paulo, editora Rua do Sabão, 2021, p. 21.

20 SILVEIRA, Sérgio Amadeu. Democracia e Códigos Invisíveis: Como os algoritmos estão modulando comportamentos e escolhas políticas. São Paulo: editora edições Sesc SP, 2019, p. 50.

21 PARISER, op. cit., p. 20.

22 SILVEIRA Sérgio Amadeu. Democracia e Códigos Invisíveis: Como os algoritmos estão modulando comportamentos e escolhas políticas. São Paulo: editora edições Sesc SP, 2019, p. 56-57.

preexistentes dentro da *web* valendo-se, também, dos vestígios (*footprints*) deixados por cada usuário, o que permite direcionar conteúdo e publicidade de modo personalizado. Este mapeamento de dados pessoais só é possível em razão de enormes bancos de dados, denominados *big data* ou, mais recentemente, *data lakes*, fornecendo importante subsídio para mineração de dados. É a este fenômeno que Eli Pariser se refere na obra “O Filtro Invisível” ao questionar este enviesamento cognitivo:

[...] os defensores da personalização nos oferecem um mundo feito sob medida, adaptado à perfeição para cada um de nós. É um lugar confortável, povoado por nossas pessoas, coisas e ideias preferidas. [...] Nunca mais ficaremos entediados, nada mais nos perturbará. Os meios de comunicação serão um reflexo perfeito de nossos interesses e desejos.²³

É possível constatar que os algoritmos empregados em buscadores, como o Google, “organizam os resultados de uma consulta conforme a análise do perfil de quem a realizou, mas também podem definir a ordem dos resultados de acordo com o interesse de quem comprou os chamados links patrocinados”²⁴, interferindo, assim, em quem pode ou não acessar determinadas informações. Por este motivo os algoritmos revestem-se de um caráter performativo construído a partir das relações pretéritas com os usuários em teia (*machine learning*), assim estas ações são constitutivas dos atores na medida em que os sugestionam a adotarem determinadas condutas, hábitos, padrões de consumo, ideias ou mesmo em quem votar. Tal característica permite criar modelos algoritmos preditivos por meio das tendências de comportamento e consumo observadas.

Juridicamente, a proteção dos dados pessoais está incluída no rol de direitos fundamentais desde a Emenda 115 de 2022 (art. 5º, inciso LXXIX da CRFB), cuja *occasio legis* (oportunidade da lei) se deu em razão de uma série de violações no que tange ao tratamento²⁵ de dados pessoais de usuários; e o motivo maior deve-se ao principal empecilho visualizado num contexto democrático: a falta de transparência no tratamento dos dados pessoais, visualizado mormente em escândalos de vazamento de dados²⁶. Assim,

23 PARISER, Eli. O Filtro Invisível: o que a internet está escondendo de você? Rio de Janeiro: 1ª edição, editora Zahar, 2012, p. 13.

24 SILVEIRA, op. cit., p. 37.

25 Tratamento de dados, segundo dispõe o art. 5, inciso X, da LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados), é “toda operação realizada com dados pessoais, como as que se referem a coleta, produção, recepção, classificação, utilização, acesso, reprodução, transmissão, distribuição, processamento, arquivamento, armazenamento, eliminação, avaliação ou controle da informação, modificação, comunicação, transferência, difusão ou extração”.

26 Um famoso exemplo é o caso de vazamento de dados pessoais pela empresa Cambridge Analytica, responsável pela compra de dados de cerca de 50 milhões de usuários do Facebook com o intuito de direcionar informações que favorecessem a candidatura do presidente Trump nas eleições estadunidenses de 2016. Tais fatos foram bem enquadrados no documentário “Privacidade Hackeada”, de 2019.

os algoritmos são instrumentos para o tratamento de dados pessoais e sua arquitetura é opaca, dificultando a prestação de contas ao usuário.

3 A JURISPRUDÊNCIA DO STF E DO TSE NAS ELEIÇÕES DE 2022: HÁ RESPONSABILIZAÇÃO PARA BIG TECHS?

Durante o ano de 2022 o Brasil experimentou uma marcante polarização política entre ideologias mais à direita e mais à esquerda do espectro político. De acordo com a análise de dados empíricos realizada por Renno²⁷, houve uma involução da posição política da população brasileira em temas polêmicos, tais como a redução da maioria penal, o aborto, o casamento civil de pessoas do mesmo sexo e a descriminalização do uso de drogas ilícitas, além da evolução de posicionamentos autoritários, denotando “a predominância de preferências ideológicas conservadoras e de direita em vários casos”.

Tal cenário demonstra que, embora as mídias tradicionais ainda correspondam a maior parcela do conteúdo acessado pelos eleitores, as mídias sociais se tornaram mais relevantes para o desfecho eleitoral, “basta analisar a campanha de 2018, na qual o atual presidente [Jair Bolsonaro] tinha apenas oito segundos de tempo de propaganda eleitoral no primeiro turno e chegou ao poder, muito em razão das redes sociais”²⁸.

Pari passu, uma das características nefastas das eleições de 2022 consistiu na explosão de notícias falsas impulsionadas pelo engajamento de grupos políticos nas mídias sociais, o que gerou, inevitavelmente, uma resposta institucional do TSE e do STF em virtude de sua incitação constante a fim de salvaguardar o processo eleitoral. Esta reverberação jurídica-institucional pode ser melhor observada pela análise sintética de alguns julgados advindos do panorama fático das eleições de 2022.

Para isso, a pesquisa se fundou na coleta de dados jurisprudenciais nos sítios eletrônicos do STF e do TSE, coletando decisões vinculadas às eleições de 2022 a partir de 01/07/2022. Para a pesquisa no STF foram selecionados 04 resultados pertinentes utilizando as palavras-chave: “*fake news*”, “*big tech*” e “mídias sociais”, dos quais 3 serão analisados. Já para a pesquisa no TSE, foram selecionados 13 resultados pertinentes utilizando as palavras-chave: “*fake news*” e “Google”, dos quais 4 serão analisados.

27 RENNÓ, Lucio. Bolsonarismo e as eleições de 2022. *Estudos Avançados*, v. 36, p. 147-163, 2022, p. 152.

28 SIMÃO, Luziane de Figueiredo & FILHO, José Filomeno de Moraes. (2020). Inteligência artificial e democracia: os algoritmos podem influenciar uma campanha eleitoral? Uma análise do julgamento sobre o impulsionamento de propaganda eleitoral na internet do Tribunal Superior Eleitoral. *Revista Brasileira De Direitos Fundamentais & Justiça*, 13(41), p. 350.

3.1 TSE

No âmbito do TSE, destaca-se a **Representação eleitoral nº 060096636**, a qual apreciou a regularidade de site supostamente criado por agência independente de checagem de notícias, contudo as informações estavam contaminadas por um viés ideológico, desabonando a campanha eleitoral de oposição em prol de campanha enviesada. Ao analisar a questão, o TSE verificou que o site de notícias não esclareceu a qual partido político estava vinculado, induzindo o eleitor em erro e incorrendo na coleta irregular de dados pessoais. No mesmo sentido, a **Representação nº 060135788** culminou na remoção de conteúdo manifestadamente falso exibido em desfavor do candidato Lula, no qual se veicularam mensagens atribuindo falsamente ao candidato a prática do crime de homicídio, cabendo destacar a seguinte fundamentação, *in verbis*:

A desinformação e a desconstrução de figuras políticas a partir de fatos sabidamente inverídicos ou substancialmente manipulados devem ser rapidamente reprimidas pela Justiça Eleitoral, por configurarem verdadeira falha no livre mercado de circulação das ideias políticas, que pode desembocar na indução do eleitor em erro, com comprometimento da própria liberdade de formação da escolha cidadã. (Representação nº 060135788, Acórdão, Min. Maria Claudia Bucchianeri, Publicação: PSESS - Publicado em Sessão, 25/10/2022)

Já a **Ação de Investigação Judicial Eleitoral (AIJE) nº 060152238** apura a ocorrência de uso indevido dos meios de comunicação, abuso de poder político e abuso de poder econômico, supostamente perpetrados em decorrência da utilização de dezenas de perfis em redes sociais, inclusive mantidos por pessoas jurídicas, para, de forma orquestrada, produzir e difundir exponencialmente conteúdos desinformativos com o objetivo de direcionar a opinião político-eleitoral de seus seguidores e influenciar no resultado da disputa presidencial. Tal quadro redundou na suspensão da monetização de quatro canais mantidos pelas empresas bem como dos seus conteúdos político-eleitorais, além da suspensão de conteúdo áudio visual com teor enganoso por ordem judicial.

O julgado acima desvela uma prática recorrente no âmbito das eleições relacionada a propagação de *fake news*: o uso da influência política e econômica de *big techs* para monetizar sites que exibem conteúdo pervasivo (com maior potencial de engajamento) assumindo, antes de tudo, uma escolha moral. A despeito da ausência de reprimenda legal em face do Google, por hospedar e difundir tais conteúdos por meio de algoritmos, é evidente seu papel decisivo na formatação da opinião pública²⁹.

²⁹ Muito embora a LGPD ainda não tenha sido amplamente debatida no âmbito dos Tribunais dada sua recente vigência, sua relevância é premente. Neste sentido, tanto a ANPD (Autoridade Nacional de Proteção de Dados) cumpre

Por derradeiro, a **AIJE n° 060131284** apura a suposta utilização mercantil dos algoritmos do Google Ads pela Coligação Brasil da Esperança³⁰ de modo a modular e filtrar as buscas dos candidatos para que, ao se buscar informações sobre o candidato Lula e seu vice, fossem fornecidas matérias positivas produzidas pela própria coligação em destaque, configurando, em tese, abuso de poder econômico e de uso indevido dos meios de comunicação. Neste caso, a ação ainda tramita, porém pode-se destacar um ponto nodal observado em casos análogos: a imposição de multa ao controlador de dados das mídias sociais em caso de descumprimento de decisão, o que se verificou neste caso pela aplicação de multa no importe de R\$60.000,00 em desfavor do Google ao deixar de prestar informações no prazo determinado por decisão mandamental, conquanto a ação não apure a responsabilização desta *big tech*.

3.2 STF

De outra sorte, a jurisprudência do STF se inquinou para a apuração de ilícitos perpetrados no âmbito das mídias sociais por meio da abertura de inquéritos, dentre os quais o **inquérito 4.879**, o qual se refere a apuração das responsabilidades advindas dos atos atentatórios à democracia ocorridos em 8 de janeiro de 2023, no qual a corte impôs, para fins desta análise, o imediato bloqueio dos perfis dos usuários que instiguem e divulguem informações em apoio aos atos antidemocráticos de 08 de janeiro. O extremismo visualizado na ocasião em muito foi maturado através e a partir das mídias sociais, pois as bolhas de filtro algorítmicos geram engajamento. Neste sentido, uma pesquisa realizada pela FGV durante as eleições de 2022 apontou que 97% das interações de apoiadores de Bolsonaro nas redes sociais ocorreram sem sair da própria bolha:

Se formos comparar o padrão de interação entre os participantes dessa bolha aos dos outros dois maiores grupos – que, para simplificar, chamaremos de Lulaverso e Amigos do Ambiente, a autorreferência é esmagadora: 97% das interações da Bolhanaro ocorrem dentro do próprio grupo, contra 60% no Lulaverso e 55% nos Amigos do Ambiente.³¹

função relevante ao atuar administrativamente sancionando àqueles que infringirem a LGPD, quanto o TSE ao aplicar a referida lei para fins de responsabilização eleitoral, desde que observadas as matérias legais reservas a competência do Tribunal.

30 A Coligação Brasil da Esperança é formada pelo Partido dos Trabalhadores (PT), Partido Comunista do Brasil (PCdoB) e Partido Verde (PV). Na AIJE em comento as informações visam favorecer os candidatos Lula e seu vice, Alckmin.

31 SOARES, Marcelo. ‘Bolhanaro’: 97% das interações de apoiadores de Bolsonaro nas redes sociais ocorrem sem sair da própria bolha. FGV DAPP. Sala de Democracia Digital. Acesso em: 10 ago. 2023.

O perigo deste fenômeno reside na dispersão acelerada de notícias falsas, as quais possuem um fator atrativo maior para os usuários dada as características sensacionalistas dos fatos e sua propagação acelerada entre os usuários da bolha. Assim, quando esta informação é dada como verdadeira pelo grupo, há uma tendência de o usuário daquela bolha aceitá-la mais facilmente, engendrando uma falsa sensação de consenso coletivo³², pois ela adquire um potencial ainda mais destrutivo ao passo que sua veiculação midiática aumenta. Após adquirir estes esquemas, o usuário fica predisposto a fortalecê-los. Na psicologia esse processo se denomina de viés da confirmação – “a tendência a acreditar no que reforça nossas noções preexistentes, fazendo-nos enxergar o que queremos enxergar”³³.

Ainda, o **inquérito 4.781** (Inquérito das *Fake News*) investiga o direcionamento ideológico de informações acerca do Projeto de Lei (PL) 2.630, conhecido como “PL das *Fake News*”, em grandes mídias sociais, tais como Google e Meta. Embora tais fatos tenham ocorrido em abril de 2023, eles representam uma extensão política das eleições de 2022. No caso específico do Google³⁴, fora veiculada mensagem disposta abaixo do campo de pesquisa de sua página principal intitulada: “O PL das *Fake News* pode aumentar a confusão sobre o que é verdade ou mentira no Brasil”. Paradoxalmente, esta manobra lança uma cortina de fumaça no debate democrático do PL pois o pré-ordena, o que configura, em tese, abuso de poder econômico pelo Google.

À vista disso, a pretensão de as *big techs*³⁵ atuarem como ágoras nunca se efetivou, na medida em que este espaço público não é imparcial e fomenta a difusão de informações que geram maior engajamento. Não à toa uma pesquisa coordenada pela UFRJ³⁶, também utilizada como fundamento judicial do inquérito, sugere que “o Google vem se aproveitando de sua posição de liderança no mercado de buscas para propagar suas ideias e influenciar negativamente a percepção dos usuários sobre o projeto de lei em prol de seus interesses comerciais”, reforçando a tese de abuso de poder econômico, também por induzir o usuário a relacionar o PL 2.639 ao termo “PL da censura”. Além disso, a pesquisa ainda

32 MAGRANI, Eduardo. Democracia Conectada: a internet como ferramenta de engajamento político-democrático. Curitiba: Juruá, 2014. E-book, p. 125.

33 PARISER, Eli. O Filtro Invisível: o que a internet está escondendo de você? Rio de Janeiro: 1ª edição, editora Zahar, 2012, p. 60.

34 PINOTTI, Fernanda. Google retira mensagem contra PL das Fake News da página inicial. São Paulo, CNN Brasil. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/google-retira-mensagem-contra-pl-das-fake-news-da-pagina-inicial/>. Acesso em: 08 out. 2023.

35 No âmbito do STF, a questão acerca da responsabilização das big techs por conteúdos indevidos disseminados por usuários será apreciada num julgamento conjunto, tendo por standard a análise da constitucionalidade do art. 19 do Marco Civil da Internet, cuja responsabilização apenas se perfectibiliza caso a empresa não tome as providências para indisponibilizar conteúdo divulgado por terceiros apontado como infringente, havendo determinação judicial específica. SCHREIBER, Mariana. Poderá o STF enquadrar as Big Techs? São Paulo, BBC Brasil, 16 maio 2023. Disponível em: <https://outraspalavras.net/outrasmidias/podera-o-stf-enquadrar-as-big-techs/>. Acesso em: 09 ago. 2023.

36 UFRJ. A Guerra das Plataformas contra o PL 2.630. Laboratório de Estudos de Internet e Mídias Sociais. Abr. 2023, p. 2. Disponível em: <https://encr.pw/7AcEg>. Acesso em: 03 ago. 2023.

aponta para um direcionamento dos usuários a links vinculados às bolhas conservadoras de direita (p. 6), apontando que a causa deste movimento estratégico, assim como já abordado nesta análise, repousa na maximização do capital³⁷.

Outra reverberação institucional das eleições de 2022 foi marcada pelo controle de constitucionalidade da Resolução 23.714/2022 do TSE, apreciada na Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental 7.261 (**ADI 7.261**) pelo STF. A normativa de 09 artigos exarada pelo TSE estabelece procedimentos e orientações para fortalecer o combate às notícias falsas tendentes a desestabilizar a lisura do processo eleitoral. Em juízo de cognição sumária (análise de medida cautelar), o relator Edson Fachin frisou que tal ato-regra emanado pelo TSE não usurpa a competência normativa da União, estando em conformidade às suas atribuições legais.

Assim, a disseminação de *fake news* no período eleitoral tem o condão de restringir a formação livre e consciente da vontade do eleitor, ameaçando o exercício livre do direito à informação caso não fiscalizado pela autoridade eleitoral. Em síntese, a Resolução do TSE é constitucional pois reflete a competência do TSE no que diz respeito ao controle da circulação de informações eleitorais salvaguardando o processo eleitoral.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A problemática discutida neste artigo buscou enfatizar a natureza disruptiva dos algoritmos enquanto dispositivos de poder capazes de determinar “vocações eleitorais” por meio da modulação da escolha dos eleitores, não esgotando o tema, ao contrário, abrindo novas frentes para se intensificar tais discussões. Em suma, o controle performativo dos algoritmos no processo eleitoral tem exercido papel cada vez mais decisivo na escolha pública de representantes democráticos e na definição das fronteiras de disputa política. As técnicas do dispositivo algorítmico defluem da vigilância permanente do neoliberalismo, próprio do sistema concorrencial do mercado, em que os dados pessoais dos eleitorais tem valor econômico e ideológico imensurável, pois a partir deles é possível definir as melhores táticas para cooptar as escolhas individuais deles.

Neste diapasão, o maior óbice enfrentado pela democracia reside na opacidade dos códigos algorítmicos, não só engessando o usuário em relação aos estágios de tratamento de seus dados pessoais com o conseqüente ferimento de sua privacidade, como também enfraquecendo valores democráticos. Não se pode desvincular, portanto,

37 Somente em 2022 o faturamento da Google foi de R\$279,8 bilhões de dólares. Deste valor, o faturamento com anúncios publicitários foi “a principal fonte de financiamento das plataformas. Sem a devida transparência, não é possível saber qual o percentual desses valores advém de anúncios criminosos e irregulares, que seriam impactados com o PL 2630” (UFRJ, 2023).

o caráter eminentemente tecnopolítico das sociedades democráticas contemporâneas, pois a realidade pessoal de cada usuário é minuciosamente capturada e armazenada em bancos de dados, a partir dos quais se constroem modelos preditivos, capazes de induzir comportamentos. Tal processo deve ser reavaliado para garantir a deliberação democrática e a gestão inclusiva, a fim de se evitar que representantes políticos sejam eleitos segundo interesses hegemônicos do corpo social.

Pôde-se constatar que durante as eleições de 2022, a responsabilização legal dos ilícitos eleitorais concentrou-se nos usuários e nas pessoas jurídicas que promoveram a disseminação de notícias falsas ou campanhas em desacordo com as normas eleitorais. Multas foram aplicadas, bem como contas e sites de mídia social foram suspensos como resultado. No entanto, *big techs* como o Google permaneceram em grande parte isentas dessa responsabilização, pelo menos nas Cortes Superiores, pois, até o momento, não há um posicionamento consolidado do STF e do TSE sobre o papel das *big techs* na regulação do processo eleitoral para fins de responsabilização legal.

Destarte, o processo algorítmico propiciado pelas mídias sociais põe em xeque importantes valores democráticos, como a privacidade de dados pessoais e a lisura do processo eleitoral. Embora não haja uma saída fácil para a demarcação das fronteiras em que os algoritmos possam operar dada sua natureza difusa, esta pesquisa objetivou desenhar um quadro geral das eleições brasileiras de 2022, abrindo espaço para que futuras pesquisas incursionem sobre o tema.

REFERÊNCIAS

BOCCHESI, Pedro Augusto. **Buscador Google Hummingbird: análise discursiva do processo de individuação a partir do conceito do filtro invisível.** Tese (Doutorado) – Universidade do Sul de Santa Catarina, Pós Graduação em Ciências da Linguagem, 2019. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/3172>. Acesso em: 27 jul. 2023.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede.** São Paulo, 23ª edição, editora Paz e Terra, 2013.

CLARAMUNT, Jorge Castellanos. LA DEMOCRACIA ALGORÍTMICA: inteligencia artificial, democracia y participación política. **Revista General de Derecho administrativo,** 2019. Disponível em: https://scholar.google.com.br/scholar?cluster=15245007280753464683&hl=pt-BR&as_sdt=0,5. Acesso em: 27 jul. 2023.

CORMEN, Thomas. **Desmistificando algoritmos.** Rio de Janeiro, Editora Elsevier Brasil, 2017.

COSTA, Fabricio Veiga; BARROS, Frederico Kern Ferreira; SANTOS, João Manoel Miranda Gomes dos. Contornos sobre a Responsabilidade Civil das Grandes Empresas de Tecnologia “Big Techs” em casos de violação ao Direito Fundamental à proteção de dados. **Revista Brasileira de Direito Civil em Perspectiva**, v. 8, n. 1, 2022. Disponível em: <https://indexlaw.org/index.php/direitocivil/article/view/8602>. Acesso em: 05 ago. 2023.

CREMONINI, Lademir José; OLIVEIRA, Odete Maria de. Reflexões sobre a Teoria da Sociedade em Rede de Castells e a Teoria da Rede de Ação Comunicativa de Habermas. **Editora Unisul**, 2018. Disponível em: <https://encr.pw/lfBn3>. Acesso em: 27 jul. 2023.

DAHL, Robert Alan. **Sobre a Democracia**. Brasília, editora Universidade de Brasília (UNB), 2001.

FGV DAPP. **Sala de Democracia Digital**. São Paulo, 2018. Disponível em <https://observademocraciadigital.org/metodologia/>. Acesso em: 10 ago. 2023.

HABERMAS, Jürgen. **Direito e Democracia: entre facticidade e validade**. Tradução: Flávio Beno Siebeneichler – UGF. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

MACHADO, Felipe Nery Rodrigues. **Big data: o futuro dos dados e aplicações**. Saraiva Educação SA, 2018.

MAGRANI, Eduardo. **A internet das Coisas**. Rio de Janeiro, 1 edição, editora FGV, 2018, E-book.

MAGRANI, Eduardo. **Democracia Conectada: a internet como ferramenta de engajamento político-democrático**. Curitiba: Juruá, 2014. E-book. Disponível em: <https://encr.pw/wzA43>. Acesso em: 19 jul. 2023.

MOUFFE, Chantal. **Agonística: pensar el mundo políticamente**. Ed. Fondo de Cultura Económica Argentina, 2014.

O'NEIL, Cathy. **Algoritmos de destruição em massa**. São Paulo, editora Rua do Sabão, 2021.

PARISER, Eli. **O Filtro Invisível: o que a internet está escondendo de você?** Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

RENNÓ, Lucio. Bolsonarismo e as eleições de 2022. **Estudos Avançados**, v. 36, p. 147-163, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ea/a/7ydPPygGTwLsR5xSN3RZ5HP/>. Acesso em: 27 jul. 2023.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu. **Democracia e Códigos Invisíveis: Como os algoritmos**

estão modulando comportamentos e escolhas políticas. São Paulo: editora edições Sesc SP, 2019.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu. Governo dos algoritmos. **Revista de Políticas Públicas**, v. 21, n. 1, p. 267-281, 2017. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/3211/321152454013/>. Acesso em: 29 out. 2023.

SIMÃO, Luziane de Figueiredo & FILHO, José Filomeno de Moraes. (2020). Inteligência artificial e democracia: os algoritmos podem influenciar uma campanha eleitoral? Uma análise do julgamento sobre o impulsionamento de propaganda eleitoral na internet do Tribunal Superior Eleitoral. **Revista Brasileira De Direitos Fundamentais & Justiça**, 13(41), 343–356. Disponível em <https://doi.org/10.30899/dfj.v13i41.793>. Acesso em: 27 jul. 2023.

SOARES, Marcelo. ‘Bolhanaro’: 97% das interações de apoiadores de Bolsonaro nas redes sociais ocorrem sem sair da própria bolha. FGV DAPP. Sala de Democracia Digital. Disponível em: <https://encr.pw/Op65T>. Acesso em: 10 ago. 2023.

UFRJ. A Guerra das Plataformas contra o PL 2.630. **Laboratório de Estudos de Internet e Mídias Sociais**. Abr. 2023. Disponível em: <https://encr.pw/7AcEg>. Acesso em: 03 ago. 2023.

Revista Jurídica Unigran

Registrado em: 23.11.2023 Aceito em 11.01.2024
