

A DEMOCRACIA FACE AS NOVAS TECNOLOGIAS: A VULNERABILIDADE DAS LIBERDADES CIVIL E DOS DIREITOS POLÍTICOS NA ATUAÇÃO DE ATORES NÃO- ESTATAIS NO DEBATE VIRTUAL

DEMOCRACY IN THE FACE OF NEW TECHNOLOGIES : THE VULNERABILITY OF CIVIL LIBERTIES AND POLITICAL RIGHTS IN THE PERFORMANCE OF NON-STATE ACTORS IN THE VIRTUAL DEBATE

Daniela Menengoti Gonçalves Ribeiro¹

Fernando Navarro Vince²

RESUMO

O artigo analisa os impactos do uso da Internet no exercício da cidadania, e a tentativa da reforma eleitoral brasileira em atender essa realidade. No entanto, a intensa atuação de atores não-estatais como a mídia, os partidos políticos e as empresas estrangeiras, amparada pela recente alteração na lei brasileira, que favoreceu o modelo de negócios das grandes plataformas digitais, têm violando compromissos básicos da democracia. Ao se valer de raciocínio hipotético-dedutivo, por meio de pesquisa bibliográfica e documental, o artigo conclui que, embora atualmente o acesso à internet efetive o exercício às liberdades civis e direitos políticos, é necessário exigir maior transparência e impor responsabilização às empresas que atuam no setor da tecnologia.

Palavras Chave: Atores não-estatais; Empresas estrangeira, Democracia; Cidadania.

ABSTRACT

The article analyzes the impact of the use of Internet in the exercise of citizenship, and the attempt by the Brazilian electoral reform to meet this reality. However, the intense performance of non-State actors such as the media, political parties and foreign companies, supported by the recent change in Brazilian law, which favored the business model of major digital platforms, have violated basic tenets of democracy. By the use of hypothetico-deductive reasoning, through bibliographical and documentary research, the article concludes that, although access to the Internet currently exercises the exercise of

¹ Doutora em Direito-Relações Econômicas Internacionais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP) com período de pesquisa (doutorado sanduíche) na *Université Paris 1 - Panthéon-Sorbonne*, França. Mestre em Direito-Relações Internacionais, pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Professora do Programa de Pós-graduação em Ciências Jurídicas e da graduação em Direito da Unicesumar, Maringá/PR. Pesquisadora do Instituto Cesumar de Ciência, Tecnologia e Inovação (ICETI). ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-7621-8899>

² Mestre em Ciências Jurídicas pela Unicesumar, Maringá/PR. Especialista em Direito do Estado pela Universidade Estadual de Londrina (UEL). Graduado em Direito pela Universidade Estadual de Londrina (UEL). Docente de Ensino Superior desde 2011. Coordenador do Curso de Direito da Faculdades Londrina/PR. Professor da Graduação em Direito da Faculdades Londrina. Professor de Direito Constitucional e Processual Civil dos programas de Pós-graduação Lato Sensu (Especialização) do Instituto de Direito Constitucional e Cidadania (IDCC) Londrina/PR e da Faculdade Alvorada, Maringá/PR. Membro do Grupo de Pesquisa (CNPq) Internacionalização do direito: dilemas constitucionais e internacionais contemporâneos. ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-8621-0639>

civil liberties and political rights, it is necessary to demand greater transparency and impose accountability on the companies that act in the technology sector.

Keywords: non-State actors; foreign companies; Democracy; citizenship.

Introdução

O uso da Internet, estimulada pela globalização, passou a ter papel preponderante no meio de informação e comunicação, tornando-se parte integral da vida dos cidadãos e da atividade política. O rádio e a televisão, consideradas vias tradicionais de acesso à informação, perderam considerável espaço para a Internet, que transmite informações de forma ainda mais célere.

Se de um lado, as notícias ficaram mais acessíveis, por outro lado, abriu-se espaço para as *fake news* e para a propagação da atividade de robôs, que operacionalizados por grandes empresas de tecnologia sediadas no exterior, avaliam, classificam e orientam os comportamentos e atenções dos usuários, direcionando o acesso à informação, os debates políticos e a tomada de decisão dos cidadãos.

Agregado a este cenário, tem-se a problemática a ser que analisada, que consiste no favorecimento do modelo de negócio e dos interesses de alguns gigantes digitais, legitimado pela reforma política realizada em 2017 no Brasil, que validou, de forma inédita, a propaganda eleitoral paga via Internet, na modalidade de “impulsionamento de conteúdo”, possibilitando, em última análise, o uso de robôs (*bots*) que tem como função manipular o debate na *web*, violando o exercício genuíno da cidadania.

Para realizar essa análise, a pesquisa é composta por três seções. Primeiramente analisar-se-á a reforma política estabelecida pela Lei nº 13.488/2017, que legalizou a propaganda eleitoral na modalidade de “impulsionamento de conteúdo”, que consiste em modelo de negócio de grandes empresas de tecnologia localizadas no exterior. Em um segundo momento, demonstra-se a comprovada atuação de robôs (*bots*) nas políticas globais e interna dos países, passando para a reflexão sobre a (ir)responsabilidade dos provedores de aplicação de internet por danos decorrentes do conteúdo postado. Por fim, abordar-se-á a atuação de “atores não-estatais”, analisando a influência que exercem nos debates políticos, utilizando-se dessas ferramentas para gerar determinados movimentos e atribuir uma dimensão irreal às notícias.

Para avaliar as consequências negativas do protagonismo das gigantes digitais estrangeiras na democracia brasileira, a pesquisa vale-se do método de abordagem

hipotético-dedutivo, comprovando-se as evidências através da análise de pesquisas quantitativas apresentadas, e por meio de pesquisa bibliográfica e documental (relatórios e documentos oficiais).

1.A Reforma Política no Brasil Frente às Novas Tecnologias

Com o advento da Internet, novas formas de relações sociais se firmaram. Estabeleceu-se um verdadeiro universo virtual, no qual as mais diversas atitudes cibernéticas geram consequências na vida material, concreta, “não virtual” dos sujeitos de direito (TOMEDI; GIBRAN, 2014, p. 291). As opiniões geradas em meio digital de uso coletivos também se tornaram parte integral da vida dos cidadãos³.

A Internet se apresenta como uma montagem social e tecnológica em que são reconfiguradas com vigor as interações humanas, a constituição das identidades, o sistema econômico, as possibilidades políticas. Em outras palavras, é o poder de ação das sociedades sobre si mesmas. (LOVELUCK, 2018, p. 12)

Em 2018, uma pesquisa do IBOPE Inteligência mostra que mais da metade dos eleitores brasileiros (56%) afirmam que as mídias sociais têm algum grau de influência na escolha do próximo candidato presidencial. Para 36%, as redes têm muita influência. Os meios digitais exercem ainda mais influência entre o público jovem (eleitorado de 16 a 24 anos) onde as mídias sociais têm 48% de “muita influência”, contra 41% da mídia tradicional. (IBOPE INTELIGÊNCIA, 2017). Esses números revelam o potencial alcance da Internet como meio de informação, comunicação e exercício da cidadania.

Os avanços tecnológicos e os efeitos uniformizadores da globalização impõem a atualização de institutos jurídicos nacionais, para que estes não conflitem com a realidade social e para não serem impasse ao bom convívio, inclusive oportunizado pela vanguarda da informática (TOMEDI; GIBRAN, 2014, p. 291).

Reconhecendo essa necessidade, agregado ao uso cada vez mais frente da Internet, a reforma no ordenamento político-eleitoral, trazida pela Lei nº 13.488, de 6 de

³ A maioria dos adultos nos Estados Unidos (62%) se informa por meio das redes sociais. No entanto, 64% afirmam que as notícias falsas que circulam nas redes causam “confusão” sobre fatos e acontecimentos diários. No Brasil, 49% das pessoas já se informam pela internet. (FGV/DAPP, 2017, p. 9)

outubro de 2017⁴, limitou a duração do horário eleitoral na TV e no rádio⁵, colocando a rede como um dos principais meios de *marketing* eleitoral.

A reforma de 2017 legalizou, de forma inédita, a propaganda eleitoral paga via Internet, na modalidade de “impulsioneamento de conteúdo”. Neste sentido, a nova redação dada à Lei das Eleições pelo art. 57-C da Lei nº 13.488/2017 determina que, a propaganda eleitoral paga na Internet⁶ continua vedada, com exceção ao impulsioneamento de conteúdo (ao qual links patrocinados foram equiparados), mediante determinadas condições.

Art. 57-C. É vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet, excetuado o **impulsioneamento de conteúdos**, desde que identificado de forma inequívoca como tal e contratado exclusivamente por partidos, coligações e candidatos e seus representantes. (PLANALTO, 2017, grifou-se)

O impulsioneamento de conteúdo significa ampliar seu alcance e audiência mediante pagamento a um provedor de aplicação de Internet. É o que ficou estabelecido no art. 32, inciso XIII, da Resolução nº 23.551, de 18 de dezembro de 2017⁷, que dispõe dentre outras questões, sobre propaganda eleitoral em campanha eleitoral nas eleições:

[...] impulsioneamento de conteúdo: o mecanismo ou serviço que, mediante contratação com os provedores de aplicação de internet, potencializem o alcance e a divulgação da informação para atingir usuários que, normalmente, não teriam acesso ao seu conteúdo; [...]. (TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, 2017)

Significa, pois, contratar um serviço cujo objetivo é expor determinado conteúdo já publicado de forma gratuita (conteúdo orgânico) a uma audiência mais ampla. Desta forma, o conteúdo impulsioneado sempre estará atrelado a um conteúdo orgânico que o antecede. (RAIS, *et. al.*, 2018, p. 52)

⁴ A presente lei alterou o texto da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições), que estabelece normas para as eleições.

⁵ Segundo o artigo 51 da Lei nº 13.488/2017: “[...] as emissoras de rádio e televisão e os canais por assinatura mencionados no art. 57 desta Lei reservarão setenta minutos diários para a propaganda eleitoral gratuita [...]”.

⁶ Seria muitas as formas possíveis de propaganda eleitoral na Internet, como links patrocinados, impulsioneamentos de publicações em redes sociais, apresentação de banners em sites e blogs, entre outras a depender da plataforma utilizada e do desenvolvimento tecnológico. (RAIS, *et. al.*, 2018, p. 52)

⁷ A Resolução TSE nº 23.551, de 18 de dezembro de 2017, que dispõe sobre propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha eleitoral nas eleições, foi republicada no DJE-TSE de 14 de maio de 2018.

O impulsionamento de conteúdo é uma ferramenta utilizada como modelo de negócio por diferentes redes sociais na Internet, na qual *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*, figuram como as maiores redes mundiais⁸. E, de acordo com as normas eleitorais brasileira, partidos e candidatos poderão contratar o impulsionamento de conteúdo (uso de ferramentas, gratuitas ou não, para ter maior alcance nas redes sociais).

A circulação de conteúdo por meio de mensagens privadas, aquelas cuja comunicação é limitada ao remetente e destinatários, a semelhança de mensagens de texto (SMS), e-mail, ou ainda por aplicativos como *WhatsApp*, *Messenger*, *Viber*, *Skype*, entre outros, só podem ser analisadas sob a rubrica de propaganda eleitoral, e sofrer intervenção da Justiça⁹, se nela estiver embutido o conceito de publicidade (RAIS, *et. al.*, 2018, p. 61). Porém, se a mensagem é dirigida a um número limitado de pessoas ou disponibilizada de forma restrita no perfil do usuário, não deve ser considerada propaganda eleitoral, sob pena de censura – restrição às liberdades de pensamento e expressão.¹⁰

A lei compreende também como forma de impulsionamento a priorização paga de conteúdos em mecanismos de busca como o *Google*. Ou seja, os “*links* patrocinados”, foram equiparados a conteúdo impulsionado. Assim, de acordo com as alterações trazidas pela Lei nº 13.488/2017, “inclui-se entre as formas de impulsionamento de conteúdo a priorização paga de conteúdos resultantes de aplicações de busca na internet.” (PLANALTO, 2017, art. 26, § 2º). Nessas hipóteses, o *link* objeto de impulsionamento é exposto de forma prioritária no resultado de pesquisas do provedor de busca contratado, em espaço reservado para publicidade.

Neste sentido, a previsão não só viabiliza que candidatos, partidos e coligações paguem para que suas páginas, perfis e *posts* sejam mostrados para um maior número de pessoas, como também possibilita que determinado conteúdo seja exibido à um público específico, uma vez que a propaganda eleitoral impulsionada possui alvos predeterminados, estabelecidos com base nas informações que plataformas recolhem nas interações *on-line* dos usuários.

⁸ As regras brasileiras proíbem o impulsionamento feito por pessoa física.

⁹ Para investigar casos específicos, os Tribunais Regionais Eleitorais (TREs) têm que ser provocados pelos Ministérios Públicos ou partidos políticos.

¹⁰ A Resolução nº 23.551/2017 dispõe que: “Art. 33. A atuação da Justiça Eleitoral em relação a conteúdos divulgados na internet deve ser realizada com a menor interferência possível no debate democrático (Lei nº 9.504/1997, art. 57-J). § 1º Com o intuito de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, as ordens judiciais de remoção de conteúdo divulgado na internet serão limitadas às hipóteses em que, mediante decisão fundamentada, sejam constatadas violações às regras eleitorais ou ofensas a direitos de pessoas que participam do processo eleitoral.” (TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, 2017)

A premissa é de que a rede deve ser um lugar de debate livre, onde prevaleceria, em tempos de eleição, a opinião dos eleitores, no entanto, essa realidade pode ser agora questionada. Ao permitir o “impulsioneamento” pago de conteúdo eleitoral na Internet, bem como o uso de ferramentas digitais disponibilizada pela plataforma contratada, possibilitou-se a manipulação do debate público nas redes sociais, em que, frequentemente, tem a atuação de robôs (*bots*) para gerar um determinado movimento e atribuindo uma dimensão irreal a determinadas notícias.

Ademais, a permissão de impulsioneamento de conteúdos como exceção à proibição de veiculação de propaganda eleitoral paga, limitou o investimento em propagandas eleitorais na rede aos serviços e modelos de negócios das grandes empresas de tecnologia do Vale do Silício¹¹, tornando o debate político nas redes sociais ainda mais preocupante e vulnerável.

2.O Impulsioneamento e a Atuação de Robôs no Ambiente Político Brasileiro

Os robôs sociais, em inglês *social bots*, também chamados de “perfis automatizados”, são contas controladas por *software*, que geram conteúdo artificial e estabelecem interações com não robôs (usuários da Internet), buscando imitar o comportamento humano a ponto de interferir em debates público espontâneos e criar discussões forjadas, por meio de postagem e replicação de mensagens em larga escala. (FGV/DAPP, 2017, p. 6)

Os robôs frequentemente utilizam as redes sociais¹² para reproduzir notícias falsas – *fake news*¹³, compartilhando *links* como principal mecanismo de propagação,

¹¹ O *Silicon Valley*, traduzido para o português como Vale do Silício, é uma região do estado da Califórnia, Estados Unidos, na qual está situado um conjunto de empresas inovadoras da informática que hoje figuram entre as maiores do mundo. Cita-se, dentre muitas outras: Apple, Google, Facebook, NVIDIA Corporation, Electronic Arts, Symantec, Advanced Micro Devices (AMD), eBay, Maxtor, Yahoo!, Hewlett-Packard (HP), Intel e Foursys.

¹² “Os robôs têm maior facilidade de propagação no Twitter do que no Facebook por uma série de motivos. O padrão de texto do Twitter (140 caracteres) gera uma limitação de comunicação que facilita a imitação da ação humana. Além disso, o uso de @ para marcar usuários, mesmo que estes não estejam conectados a sua conta na rede, permite que os robôs marquem pessoas reais aleatoriamente para inserir um fator que se assemelhe a interações humanas.” (FGV/DAPP, 2017, p. 12)

¹³ Vale lembrar que o Código Eleitoral dispõe em seu art. 323 que constitui crime: “Divulgar, na propaganda, fatos que sabe inverídicos, em relação a partidos ou candidatos e capazes de exercerem influência perante o eleitorado” (PLANALTO, 1965). A reforma de 2017 avançou na temática, destacando a proibição de perfis falsos: art. 57-B, § 2º: “Não é admitida a veiculação de conteúdos de cunho eleitoral mediante cadastro de usuário de aplicação de internet com a intenção de falsear identidade” (PLANALTO, 2017)

com o objetivo de influenciar determinada opinião sobre uma pessoa ou tema, ou poluir o debate com informações reais, porém irrelevantes.

No ambiente virtual, é comum o uso orquestrado de redes de robôs (*botnets*) para gerar um determinado movimento, manipulando os *trending topics*¹⁴ e atribuindo uma dimensão irreal a determinadas notícias. Com esse tipo de manipulação, os robôs,

[...] criam a falsa sensação de amplo apoio político a certa proposta, ideia ou figura pública, modificam o rumo de políticas públicas, interferem no mercado de ações, disseminam rumores, notícias falsas e teorias conspiratórias, geram desinformação e poluição de conteúdo, além de atrair usuários para links maliciosos que roubam dados pessoais, entre outros riscos. (FGV/DAPP, 2017, p. 9)

A Lei nº 13.488/2017 buscou evitar o uso de *bots* que inflamam curtidas e o alcance de *posts*, proibindo qualquer outra tática de impulsionamento que não seja disponibilizada pela plataforma contratada.

Art. 57-B. § 3º. É vedada a utilização de impulsionamento de conteúdos e ferramentas digitais não disponibilizadas pelo provedor da aplicação de internet, ainda que gratuitas, para alterar o teor ou a repercussão de propaganda eleitoral, tanto próprios quanto de terceiros. (PLANALTO, 2017, grifou-se)

Ocorre que os provedores de aplicação de Internet contratados – e tão somente eles – utilizam robôs como suas ferramentas digitais.

A definição de “provedores de aplicação de Internet”, utilizado pelo art. 32, da Resolução nº 23.551/2017, em consonância com o adotado pelo art. 5º do Marco Civil da Internet de 2014, é ampla e abrangente, podendo ser entendido que todo provedor que dispõe de alguma funcionalidade na Internet se enquadra neste conceito:

[...] XVII - provedor de aplicação de internet: a empresa, organização ou pessoa natural que, de forma profissional ou amadora, forneça um conjunto de funcionalidades que podem ser acessadas por meio de um terminal conectado à internet, não importando se os objetivos são econômicos [...]

¹⁴ *Treding Topics* ou TT's são uma lista em tempo real das palavras mais postadas no Twitter em todo o mundo.

Ou seja, todas as empresas que disponibilizam tais funcionalidades são enquadradas na categoria de “provedores de aplicação de Internet”¹⁵. Assim, as mídias sociais (*Facebook, Twitter, LinkedIn*, etc), as plataformas para assistir e compartilhar vídeos (*Youtube*, etc), os serviços de e-mail ou correios eletrônicos (*Hotmail, Gmail*, etc.) e as páginas para fazer blogs, são exemplos de funcionalidades oferecidas pelas empresas aos usuários já conectados à internet.

Com esse raciocínio, tem-se que a lei eleitoral, ao autorizar o impulsionamento de conteúdos e o uso de ferramentas digitais disponibilizada pela plataforma contratada – provedores de aplicação de Internet –, conferiu às empresas estrangeiras, o poder de priorizar o discurso político no país.

2.1 Interferências ilegítimas no debate público na *web* e a (ir)responsabilização das plataformas digitais

Ações orquestradas de robôs têm sido identificadas em grandes eventos da política nacional e internacional, como as eleições americanas de 2010, a eleição de Donald Trump em 2016 e o plebiscito do *Brexit*¹⁶. No Brasil, foram registradas, dentre outras, ocorrências na aprovação da Reforma Trabalhista e no debate sobre o Impeachment. (FGV/DAPP, 2017, p. 9)

Para analisar o poder de influência dos robôs no debate público, destaca-se dois¹⁷ episódios nos quais foram observadas as discussões no Twitter¹⁸. No dia da maior

¹⁵ Diferenciam-se da categoria de “provedor de aplicação de Internet”: o “provedor de acesso ou de conexão à Internet: a pessoa jurídica fornecedora de serviços que consistem em possibilitar o acesso de seus consumidores à internet” (art. 32, XVI, Resolução nº 23.551/2017); e o “provedor de conteúdo na internet: a pessoa natural ou jurídica que disponibiliza na internet as informações criadas ou desenvolvidas pelos provedores de informação (ou autores), utilizando servidores próprios ou os serviços de um provedor de hospedagem para armazená-las” (art. 32, XVIII, Resolução nº 23.551/2017).

¹⁶ Termo originado na língua inglesa resultante da junção das palavras *Britain* (Grã-Bretanha) e *exit* (saída), atribuído à saída do Reino Unido da União Europeia.

¹⁷ Seis casos foram escolhidos para a análise pela Diretoria de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getúlio Vargas (FGV/DAPP), que aponta que perfis automatizados motivaram debates no Twitter em situações de repercussão política brasileira: 1) o debate da Rede Globo no dia 2 de outubro de 2014 com os presidentes no primeiro turno das eleições; 2) o debate da Rede Globo no dia 24 de outubro de 2014 com os presidentes Dilma Rousseff e Aécio Neves, que disputavam o segundo turno das eleições; 3) as manifestações pró-impeachment realizadas no dia 13 de março de 2016; 4) o debate da Rede Globo com os candidatos a prefeito de São Paulo no dia 29 de setembro de 2016; 5) a greve geral no dia 28 de abril de 2017; e, 6) a votação da Reforma Trabalhista no Senado, no dia 11 de julho de 2017.

¹⁸ Não há uma única metodologia para a detecção de robôs em redes sociais. É possível a análise de links compartilhados para identificar fazendas de links (empresas que administram robôs e vendem curtidas, *retuítes*, etc.) e dinâmicas de interações (GHOSH et al, 2012), bem como as atividades, que tendem a ser menos complexas na variedade de ações que os robôs praticam se comparadas aos humanos, o que possibilita determinar se perfil é um robô. Para os estudos de casos apresentados, os pesquisadores da FGV/DAPP escalonaram a quantidade de tuítes gerada por cada um dos 1925 *generators*. Deste total, 181

manifestação pro-impeachment realizadas no dia 13 de março de 2016, em que pelo menos 10% das interações sobre o assunto foram impulsionadas por robôs, ou seja, retuítes de conteúdo originado por conta automatizada, sendo que no *cluster* (grupo) de apoiadores de Dilma Rousseff, essa proporção chegou a 21,43%. E, nos debates nas redes sociais em decorrência da votação da Reforma Trabalhista pelo plenário do Senado Federal, no dia 11 de julho de 2017, onde também se detectou que 2% das interações relacionadas a este evento eram automatizadas, sendo 3% das interações contrárias à reforma e 1% das favoráveis. (FGV/DAPP, 2017, p. 20)

Essas interações de contas com tuítes produzidos automaticamente denunciam o uso de robôs por plataformas digitais estrangeiras, que legalmente autorizadas a atuar no país, atingem os processos políticos e geram risco de contaminar o debate público legítimo na democracia. Ademais, a produção de conteúdo manipulado, disseminados pela intensa participação de robôs no ambiente virtual, cumulado com as mudanças de cenário legislativo eleitoral, aqueceu o mercado dos *big data*¹⁹ e de marketing digital.

A identificação de robôs nas redes²⁰, para que possam ser reconhecidos os debates legítimos daqueles que são forjados, apesar de necessário, não garante a responsabilização.

No que tange à responsabilização civil por danos decorrentes do conteúdo criado e/ou divulgados por usuários, como regra, os provedores de aplicação de Internet somente podem ser responsabilizados por atos de usuários na hipótese de descumprimento de ordem jurídica específica.²¹

produziram pelo menos 100 tuítes cada. Após uma análise manual, identificaram 83 *generators* que produzem tuítes automaticamente de maneira programada ou utilizando a plataforma Twitter através de automação. (FGV/DAPP, 2017, p. 16)

¹⁹ “A multinacional britânica Cambridge Analytica, uma empresa que, utilizando abordagens de cunho psicológico e *big data*, analisa o comportamento de eleitores e consumidores. [...] A estratégia utilizada é traçar a personalidade dos indivíduos com base em preceitos clássicos de psicologia e nos rastros digitais que deixamos diariamente, como perfis em redes sociais, GPS de locais visitados, dados de uso dos serviços públicos e compras online. A partir daí, eles dizem serem capazes de produzir mensagens moldadas em nível praticamente individual.” (MARREIRO; ROSSI, 2017)

²⁰ São fatores relevantes para detectar se um perfil pertence a um usuário real ou falso, analisados a partir da coleta de metadados: as composições de múltiplas características inter-relacionados e a partir do padrão comportamental do perfil (pouca ou inexistente interação de reciprocidade entre usuários, a proporção e a correlação entre perfis seguidos e perfis que seguem o usuário, as menções e a repetição de *hashtags*, o conteúdo e linguagem, o tempo médio de produção de *tweets* etc. (FGV/DAPP, 2017, p. 13-15).

²¹ É o que dispõe o Marco Civil da Internet: “Art. 19. Com o intuito de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, o provedor de aplicações de internet somente poderá ser responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros se, após ordem judicial específica, não tomar as providências para, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço e dentro do prazo assinalado, tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente, ressalvadas as disposições legais em contrário”. No mesmo sentido, tem-se o art. 57-B, § 4º da Lei das Eleições.

A intenção do legislador foi de atribuir obrigações em matéria de impulsionamento aos atores próprios envolvidos no processo eleitoral, ou seja, aos candidatos, partidos ou coligações. Os provedores, a partir desta perspectiva, não são atores próprios do processo eleitoral.

3.Os Valores da Democracia e as Novas Tecnologias

O modelo político de democracia ateniense influenciou as sociedades que a sucederam, refletindo nas cartas de direitos constitucionais, os mais básicos compromissos da democracia: a liberdade e a igualdade dos seus cidadãos (BOBBIO, 1997, p. 8). Concebidos na antiguidade, esses ideais, resistiram à evolução da sociedade e ainda hoje são considerados os princípios cardeais da democracia moderna. A esses valores acrescentou-se outros – como o respeito aos direitos fundamentais e o cuidado ao princípio democrático – que completam o aspecto moderno desse sistema político.

Assim, é possível afirmar que o conceito de democracia é sempre relacional, ou seja, é constituída por valores, como liberdade, igualdade, autonomia individual, participação política etc., e formata-se a partir de outros conceitos constitutivos da política, e das relações sociais e institucionais.

Não é possível afirmar, no entanto, que todos os direitos fundamentais dependem ou estão subordinados à democracia, uma vez que é possível que haja maior ou menor efetivação de determinados direitos mesmo em contextos não democráticos – ou não suficientemente democráticos. Ademais, importa reconhecer que, muitas vezes, existirão conflitos entre interesses e mesmo conflitos entre direitos fundamentais, e não há como ignorar conflitos imanentes do meio social sob o discurso de que a democracia – clássica, acrítica, sem participação popular. (OLIVEIRA; ALVES; DINIZ, 2016, p. 50-51)

Para Bobbio (1986, p. 83-84), a lógica desses valores é que, em uma democracia e em um governo de todos, é necessário que suas informações sejam claras, pois se trata de um governo público feito para decisões públicas, para que os cidadãos possam acompanhar, analisar e tomar decisões. O governo na democracia deve ser visível, ou seja, feito para todos.

O acesso à informação na democracia, é, portanto, uma das principais bases valorativas desse modelo político e anda *pari passu* com a transparência. Dentro desta lógica, a circulação de conteúdo durante o processo eleitoral é vital para o acesso à informação, livre manifestação e a formação de opiniões dos eleitores.

A democracia contemporânea pressupõe uma nova relação do sujeito com o ambiente político e, conseqüentemente, exige desnudá-lo das relações de poder no meio social. (OLIVEIRA; ALVES; DINIZ, 2016, p. 51) E, não há como negar a crescente influência da Internet no processo eleitoral, seja na veiculação de propagandas por candidatos, partidos e coligações, ou no exercício de direitos constitucionais de livre manifestação do pensamento dos eleitores, usuários da rede.

As redes sociais exerceram, sem dúvida, um papel positivo na difusão dos debates políticos. Impedir ou limitar o acesso à rede²² durante o processo eleitoral violam o processo democrático, porém, deve-se ter especial atenção à manipulação da informação por meio dessa tecnologia.²³

As *fake news* são enganosas, se revestem de diversos artifícios para enganar o leitor buscando a curiosidade e difusão do conteúdo falso. Não é uma ficção, é mentira revestida de artifícios que lhe conferem aparência de verdade sendo capaz de produzir efeitos. (RAIS, 2018, p. 69)

Ademais, a atuação de perfis automatizados (robôs) promove a desinformação, manipula o debate público e determina de forma consistente os rumos do país. E, nesse cenário, os “novos atores” do Vale do Silício, que representam os principais capitais em bolsa de valores do mundo, tem ocupado papel decisivo.

3.1 A participação dos “novos atores” não-estatais na política interna brasileira

Entre os “atores tradicionais”, os Estados representam os pilares de estabilização das relações sociais, uma vez que concentram a regulação da sociedade no âmbito territorial e garantem bens da vida como a segurança, a dignidade e a liberdade, portanto continuam exercendo importante papel para os indivíduos; e as organizações internacionais intergovernamentais.

²² O Conselho de Direitos Humanos da Organização das Nações Unidas (ONU) editou, em 2012, a Resolução A/HRC/20/L.13, denominada de *The promotion, protection and enjoyment of human rights on the Internet*, que reconhece o acesso à internet como garantia à a liberdade de expressão e informação (RIBEIRO; VINCE, 2016, p. 146-170).

²³ David Sánchez Rubio (2018, p. 109-110) sustenta que há um esvaziamento da democracia, reduzindo-a ao espetáculo de eleições e sufrágio universal por meio do voto a cada quatro ou cinco anos, e está concentrado em uma área bem definida, de modo que nos espaços mais influentes, os tecnocratas, os gestores e os governantes tomem suas decisões com seus funcionários, tanto sobre a burocracia pública quanto da burocracia privada (sistemas financeiros e bancários, assim como grandes corporações e empresas multinacionais).

Os “novos atores”, por sua vez, participam-se em organizações internacionais não-governamentais e em empresas transnacionais, possuindo, como elemento caracterizador, a aptidão de inflexionar enorme coeficiente da população mundial. Já os “atores emergentes” são líquidos, voláteis e fugidios, traduzindo-se como entidades de grande amplitude operativa, como por exemplos: os movimentos sociais, os partidos políticos, os sindicatos, a mídia, o crime organizado, o terrorismo, entre outros. (OLSSON; CARVALHO, 2017, p. 341)

A participação de “novos atores” não-estatais nas políticas internas dos países, no entanto, altera a dinâmica jurídica global, e afetam a efetividade dos compromissos assumidos pelos Estados para com os direitos humanos, dentre os quais estão os compromissos básicos da democracia: a liberdade e a igualdade dos seus cidadãos.

A capacidade que esses atores possuem para concentrar recursos econômicos, transpor marcos regulatórios e influenciar políticas estatais constitui o que contemporaneamente se nomeia de descolamento da governança do núcleo do governo, que traduz o fenômeno que atingiu os Estados e retirou-lhes a capacidade de ditar os rumos nacionais com exclusividade (OLSSON; SALLES, 2017, p. 343).

Com essa atual agenda, os Estados perdem, mais uma vez, seu influente papel no âmbito econômico e político, e são desafiados a manter a estabilidade das relações sociais, ainda que diante da forte atuação de empresas multinacionais, ONGs, movimentos sociais, partidos políticos, mídia (*social bots, fake-news*), crime organizado etc., que emergiram no cenário jurídico internacional nas últimas décadas, impulsionados, em grande medida, pela facilidade da internet e das novas tecnologias.

A influência real desses atores não-estatais nas políticas globais e interna dos países, revelam a urgente necessidade de reavaliar o entendimento da dinâmica de poder, ampliando a possibilidade de responsabilização desses agentes através de regulamentação jurídica internacional (BEDERMAN, 2008).

Ou seja, embora tenham grande capacidade de desenvolverem a economia dos países, ainda não existem mecanismos de controle de suas práticas no âmbito global, diferentemente do que ocorre com os Estados, que podem responsabilizados internacionalmente por eventual ação ou omissão. E, no âmbito do direito brasileiro, por sua vez, a atuação dos gigantes da tecnologia é legitimada pela lei pátria.

Conclusão

O artigo analisou, por intermédio de pesquisa bibliográfica e documental, que a reforma política realizada em 2017 no Brasil, favoreceu o modelo de negócio e os interesses de alguns dessas gigantes digitais, validando, de forma inédita, a propaganda eleitoral paga via Internet, na modalidade de “impulsioneamento de conteúdo”. Ou seja, o “impulsioneamento”, favoreceu a utilização das funcionalidades oferecidas por essas empresas aos usuários já conectados à internet. A lei também equiparou os *links* patrocinados em mecanismos de busca como o *Google* a conteúdo impulsionado. E, ao possibilitar que os provedores de aplicação de Internet contratados utilizem suas ferramentas digitais, a lei legitima o uso de robôs.

Diante desse contexto, é possível afirmar que a lei eleitoral, ao autorizar a contratação por partidos políticos de serviços de impulsionamento de conteúdos e o uso de ferramentas digitais disponibilizada pela plataforma digitais – provedores de aplicação de Internet –, conferiu às empresas estrangeiras, a possibilidade de manipulação do discurso político no Brasil.

As normas eleitorais, objetivam, regra geral, conferir lisura e equilíbrio ao processo eleitoral, em respeito aos princípios democráticos, à liberdade de expressão e informação, e ao direito de escolha do candidato. No entanto, não é o que se registrou com a reforma política no Brasil.

Buscando atender a realidade do uso cada vez mais frente da Internet, a reforma no ordenamento político-eleitoral brasileiro, limitou a duração do horário eleitoral na TV e no rádio, colocando a rede como um dos principais meios de *marketing* eleitoral. Legalizou, no entanto, a propaganda eleitoral paga via Internet, na modalidade de “impulsioneamento de conteúdo”, aos quais os *links* patrocinados foram equiparados e as ferramentas (robôs) foram autorizadas.

No entanto, considerando que esse é o modelo de negócio das grandes empresas de provedores de aplicação de Internet situadas no estado da Califórnia, nos Estados Unidos, conclui-se que essas empresas estrangeiras são as contratadas para realizar as campanhas eleitorais.

Em decorrência da falta de transparências nas ações das empresas provedores de aplicativos de Internet, supõe-se que pode haver manipulação do debate público nas redes

sociais, em que, frequentemente, tem a atuação de robôs (*bots*) para gerar movimentos e atribuir dimensão irreal a determinadas notícias, reais ou irreais (*fakenews*).

Registra-se que a utilização da rede em si não é letal, mas é possível afirmar que o uso de ferramentas demonstra seu potencial danoso para disseminar informações, que ausente de transparência, consistem em uma ameaça real para a disputa política e o debate público. O reflexo na democracia, portanto, é inevitável, uma vez que o processo de formação de consensos, a seleção de representantes e as agendas de governo podem ser manipulados.

Presume-se, também, que as campanhas mais ricas terão acesso aos serviços oferecidos pelas grandes empresas de provedores de aplicação de Internet, gerando, portanto, desigualdade nas candidaturas.

Ademais, em razão dos provedores de aplicação de Internet operarem, em sua grande maioria, em território estrangeiro, surge a hipótese de que atores, alheios aos nacionais, estejam conduzindo, através da manipulação de instrumentos pelas redes, reflexões alienadas aos autênticos problemas do Brasil.

Neste sentido, instituir mecanismos para se distinguir dado real do manipulado, é fundamental tanto para o governo como para a sociedade civil, em defesa das liberdades civil e direitos políticos.

Para que as redes sociais sejam um espaço democrático legítimo de opinião e informação, é importante um esforço contínuo em desenvolver e aprimorar tecnologias de detecção e inibição desse fenômeno, aliado à transparência da rede e responsabilização das empresas, que pode ser uma exigência para a contratação desses serviços de automatização, evitando-se, assim, a propagação de “desinformação”.

Referências

BEDERMAN, David J. Diversity and Permeability in Transnational Governance. *In: Emory Public Law Research*, vol. 57, february, 2008, paper nº. 08-31, p. 171-202. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1092423>. Acesso em: 10 fev. 2019.

BOBBIO, Norberto. **Igualdade e liberdade**. 3. ed. Tradução de Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Ediouro, 1997.

BOBBIO, Norberto. **O futuro da democracia**: uma defesa das regras do jogo. Tradução de Marco Aurélio Nogueira. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. **Robôs, redes sociais e política no Brasil**: estudo sobre interferências ilegítimas no debate público na web, riscos à democracia e processo eleitoral de 2018. Coordenação de Aurélio Ruediger. Rio de Janeiro: FGV, DAPP, 2017.

GHOSH, S., et. al. Understanding and combating link farming in the twitter social network. *In: Proceedings of the 21st International Conference on World Wide Web - WWW 2012*, p. 61. ACM Press, New York, 2012. Disponível em: http://twitter.mpi-sws.org/spam/pubs/twitterSpam_WWW2012.pdf Acesso em: 09 fev. 2019.

IBOPE INTELIGÊNCIA. **Redes sociais e mídias tradicionais são as fontes de informação com mais influência na escolha do presidente em 2018**, 13.jun.2017. Disponível em: <http://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/redes-sociais-e-midias-tradicionais-sao-as-fontes-de-informacao-com-mais-influencia-na-escolha-do-presidente-em-2018/>. Acesso em: 01.fev.2019.

LOVELUCK, Benjamin. **Redes, liberdades e controle**: uma genealogia política da internet. Tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018.

MARREIRO, Flávia; ROSSI, Marina. O marqueteiro brasileiro que importou o método da campanha de Trump para usar em 2018, 15.out.2017. *In: El país*. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/10/11/politica/1507723607_646140.html. Acesso em: 03 fev.2019.

OLIVEIRA, Guilherme Fonseca de; ALVES, Fernando de Brito; DINIZ, Lucas Thainan Mendes. HISTÓRIA, DEMOCRACIA E PENSAMENTO CRÍTICO NA APLICAÇÃO DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS. **Revista Em Tempo**, v. 15, p. 35-54, dec. 2016. ISSN 1984-7858. Disponível em: <https://revista.univem.edu.br/emtempo/article/view/1648>. Acesso em: 28 abr. 2019. DOI: <https://doi.org/10.26729/et.v15i0.1648>.

OLSSON, Giovanni; SALLES, Eduardo Baldissera Carvalho. O papel dos atores estatais e não estatais no desenvolvimento sustentável global: uma introdução. **Revista Direito e Justiça – Reflexões Sociojurídicas**, ano XVII, nº 28, maio 2017, p 333-346.

PLANALTO. **Lei nº 13.488, de 6 de outubro de 2017**. Altera as Leis nos 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições), 9.096, de 19 de setembro de 1995, e 4.737, de 15 de julho de 1965 (Código Eleitoral), e revoga dispositivos da Lei no 13.165, de 29 de setembro de 2015 (Minirreforma Eleitoral de 2015), com o fim de promover reforma no ordenamento político-eleitoral. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/L13488.htm. Acesso em: 10 fev. 2019.

RAIS, Diogo *et. al.*. **Direito eleitoral digital**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2018.

RIBEIRO, Daniela Menengoti; VINCE, Fernando Navarro. Internacionalização dos direitos: o reconhecimento do acesso à internet como direito humano e sua limitação pelos Estados. *In: Teófilo Marcelo de Arêa Leão Júnior; Mauricio de Aquino. (Org.)*.

Sistema Constitucional de Garantia de Direito. Jacarezinho: UENP, 2016, p. 146-170.

RUBIO, David Sánchez. Derechos humanos (vaciados), constitucionalismo (oligárquico y de los negocios) y democracia (sin demócratas) en el mundo contemporáneo. **Revista da Faculdade de Direito da FMP**, v. 13 n. 2, 2018, p. 105-140.

TOMEDI, Guilherme Dorigo; GIBRAN, Sandro Mansur. A efetividade da tutela jurisdicional em relação aos estabelecimentos comerciais eletrônicos. **Revista Jurídica Unicuritiba**, Curitiba, v. 1, n. 34, p. 289-311, jan./mar. 2014.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **Resolução nº 23.551, de 18 de dezembro de 2017.** Dispõe sobre propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha eleitoral nas eleições. Disponível em: <http://www.tse.jus.br/legislacao-tse/res/2017/RES235512017.html>. Acesso em: 01 fev. 2019.