

# Processos de Escolha Política, Mediação Antidemocrática e Ambientes Digitais

## *Political Choice Processes, Anti-Democratic Mediation and Digital Environments*

**LUIZ GUILHERME ARCARO CONCI<sup>1,1</sup>**

<sup>1</sup> Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). São Paulo (SP). Brasil.

**JOSÉ GUILHERME MAIA LOPES<sup>2,II</sup>**

<sup>II</sup> Universidade de São Paulo (USP). São Paulo (SP). Brasil.

**RESUMO:** O presente artigo busca analisar a crise das democracias e dos processos de escolha política, que vem sendo diagnosticada há algum tempo, além da interação entre o direitos à informação e à decisão política, que passaram a ser, cada vez mais, intermediados por ambientes digitais que trouxeram efeitos deletérios ao sistema democrático: o domínio do interesse econômico sobre o interesse público na escolha das informações que devem ter ampla divulgação, o empobrecimento do debate político e a radicalização das narrativas. A veiculação de mensagens voltadas para a desinformação da opinião pública e de discursos de ódio, por conseguir os maiores índices de engajamento dos usuários das plataformas digitais, é considerada relevante pelos algoritmos que acabam por promover sua difusão de forma exagerada, representando determinados temas na esfera pública democrática e violando o direito fundamental à informação, ferramenta central para uma escolha racional. Nas plataformas, pelo recurso a contas automatizadas operadas por robôs ou contas mistas, as chamadas “contas ciborgue”, testam-se narrativas para influenciar as decisões dos sistemas algorítmicos de filtragem de conteúdo. A necessidade de regulação e o controle social são prementes para que esses ambientes cumpram sua função de fornecer informação racional para escolha dos representantes. A presente pesquisa se utilizou de levantamento de dados emitidos por institutos de relevante confiança e de bibliografias nacional e estrangeira para discutir os problemas aferidos. O uso do método dedutivo é o facilitador da relação entre realidade, dados, informações e conclusões.

**PALAVRAS-CHAVE:** Erosão democrática; direito à informação; escolha política; algoritmos; regulação.

---

1 Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8502-8990>.

2 Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5695-0601>.

**ABSTRACT:** This article seeks to analyze the crisis of democracies and political choice processes, which have been diagnosed for some time, in addition to the interaction between the right to information and political decision, which have come to be increasingly mediated by digital environments that brought deleterious effects to the democratic system: domination of the economic interest over the public interest in the choice of information that should be widely disseminated; the impoverishment of political debate; and the radicalization of narratives. The dissemination of messages aimed at disinformation of public opinion and hate speech, which are those that achieve the highest levels of engagement of digital platforms users and, thus, are considered relevant by the algorithms that end up promoting their dissemination in an exaggerated way, over-representing certain issues in the democratic public sphere and violating the fundamental right to information; central tool for a rational choice. On the platforms, using automated accounts operated by robots or mixed accounts, the so-called “cyborg accounts”, narratives are tested to influence the decisions of algorithmic content filtering systems. The need for regulation and social control is urgent for these environments to fulfill their function of providing rational information for choosing representatives. The present research used a survey of data issued by relevant trustworthy institutes and national and foreign bibliography to discuss the problems mentioned. The use of the deductive method facilitates the relationship between reality, data, information and conclusions.

**KEYWORDS:** Democratic erosion; right to information; political choice; algorithms; regulation.

## INTRODUÇÃO

O processo de erosão democrática que estamos presenciando, nos últimos anos, passa por uma diversidade de fatores, tais quais o aumento da desconfiança nas instituições, como os partidos políticos, os parlamentos, os *media* tradicionais, entre outros, que leva a se acreditar em uma crise no próprio sistema representativo.

Os processos de escolha política, derivados do exercício do direito ao sufrágio, foram pensados para ocuparem um papel central nas democracias de massa do século XX, como momentos de decisão dos rumos que os Estados e os governos devem tomar. Para que se realizem de modo a permitir a participação informada dos seus atores, dependem da abertura de uma diversidade de canais de comunicação para veicular informações variadas e plurais, pois deter informações de qualidade para proceder à escolha dos seus representantes fornece a possibilidade de que a referida escolha seja eficiente não somente para si, mas, também, para os demais membros da comunidade política.

Esses canais de comunicação, essenciais para concretizar o direito fundamental à informação, tão caro às democracias contemporâneas, foram tocados profundamente pela tecnologia digital e pelas suas ferramentas, como a Internet, as redes sociais e os mecanismos de comunicação instan-

tânea. Todavia, esse processo não somente multiplicou a quantidade de informação disponível para informar, mas, como se verá, para desinformar o receptor.

A desinformação massiva e organizada passou a ser estratégia política comum, que se utiliza de recursos próprios para intensificar o processo de diminuição da racionalidade e de aumento da importância das emoções nos processos de escolha política. Por outro lado, os meios de circulação digital de comunicação adotaram estratégias seletivas, customizadas, para fazer com que a (des)informação chegue ao destinatário, funcionando como filtros, ou seja, estabelecendo o que deve e o que não deve chegar a tal ou qual destinatário de acordo com o seu perfil, construído a partir das interações com os serviços oferecidos.

A ausência de regulação bastante e de controle social desses meios é diagnosticada como um problema atual e que merece, por parte dos que se dedicam à sua pesquisa, aportes cada vez mais diretos para o enfrentamento dos problemas anunciados. O presente artigo, a partir do levantamento de bibliografias nacional e estrangeira, além de dados tanto nacionais quanto internacionais, procede à descrição do fenômeno da queda da confiança nas democracias e nas instituições que ocorre atualmente e aponta para o processo de desinformação em massa como um problema a ser enfrentado, problema esse intimamente relacionado com as características mesmas do ambiente digital, somadas a uma ausência de regulação que possibilite um adequado controle social do ambiente digital.

## **EROSÃO DEMOCRÁTICA**

Os dados a respeito da fragilização das democracias, atualmente, vêm ganhando espaço nos cenários nacionais e internacionais. Na América Latina, temos percebido um sensível avanço do descaso pelas ordens democráticas e a ascensão de governos autoritários com lideranças pouco preocupadas com a manutenção dos eixos de uma democracia sã. Esse processo de erosão democrática<sup>3</sup> ganha contornos muito especiais em uma região

---

3 O conceito de erosão democrática aponta a derrocada vagarosa e gradual dos alicerces das democracias liberais. Trata-se da proposta de Huq e Ginsburg (2018, p. 43) que percebem a "erosão como um processo de decadência incremental, mas em última análise, ainda substancial, nos três predicados básicos da democracia – eleições competitivas, direitos liberais de expressão e associação e o estado de direito". A erosão democrática difere dos "colapsos autoritários", havidos com golpes de estado ou outros meios violentos e abruptos de mudança do Poder (Huq e Ginsburg, 2018, p. 39-43). Em que pese os dois casos resultarem

tão tocada, historicamente, pela instabilidade de seus regimes políticos e, conseqüentemente, de suas ordens constitucionais.

Outro aspecto crucial para compreender esse fenômeno da erosão democrática diz respeito à confiança<sup>4</sup> nas instituições e nas lideranças políticas. Acreditar na correição do funcionamento das instituições e na idoneidade das duas lideranças é uma necessidade para as democracias se manterem sãs. Nesse sentido, concordamos com Santos e Hoffmann (2021, p. 48), para quem

a legitimidade de um sistema político depende da capacidade dele de construir e manter a crença de que suas Instituições políticas são os principais canais de solução dos problemas da sociedade e que sua legitimidade é valiosa para qualquer regime mas crucial nas democracias.

Isso porque a ausência de confiança política abala fortemente o próprio agir dessas instituições, sua capacidade de continuarem a ser tidas como peças-chave para coordenar o processo de decisões necessárias para a sociedade.

O cenário referido comprova-se a partir de dados registrados em pesquisas de opinião elaboradas pelos institutos a seguir relacionados.

O Latinobarómetro, instituto com sede no Chile, que vem investigando desde 1995 o “humor” democrático da sociedade latino-americana, realizou, em 2018, sua última grande pesquisa regional, pois, em 2020, quando se faria novamente, a região estava tomada pelos problemas derivados da pandemia da Covid-19. Naquele ano, com a apresentação de seu Informe Latinobarómetro (2018), verificou-se, em alguns dados, o pior apinhado de informações sobre democracia e instituições desde o seu primeiro Informe. Marta Lagos (2018, p. 4), diretora-executiva da instituição, afirma o fim da “terceira onda” de democracias na região, em um contexto em que países da região já não cumprem, minimamente, com regras básicas de um regime democrático.

---

em afastamento das democracias em direção a regimes autoritários, as erosões têm tempo e modos distintos de ocorrência.

- 4 “Nas ciências sociais, o interesse pelo conceito está associado à preocupação com os processos informais através dos quais as pessoas enfrentam incertezas e imprevisibilidades decorrentes da crescente complexificação da vida que caracteriza o mundo globalizado, interdependente e crescentemente condicionado por avanços tecnológicos. Essa situação implica em conhecimento limitado sobre os processos de tomada de decisões coletivas e as ações de governos que afetam a vida das pessoas.” (Moisés; Carneiro, 2015, p 12)

A queda de apoio dos governos tem sido uma constante e a insatisfação cidadã, nas ruas, mesmo na maior pandemia dos últimos cem anos, tem sido sentida constantemente. De acordo com o Informe 2017, a região vive uma “diabetes democrática”, na qual a democracia, tal qual a evolução da doença, vai morrendo pouco a pouco, pois “se trata de uma doença que não é visível a olhos nus, onde tudo parece igual, mas que, sem embargo, existe e tem consequências” (Latinobarómetro, 2017, p. 12).

Os dados a respeito do apoio à democracia vêm sendo, a cada ano, mais preocupantes. A partir de 2010, a cada ano, temos resultados piores, com a confiança na democracia em queda vertiginosa. São sete anos seguidos de queda. A indiferença à democracia também cresce fortemente, saindo de 16%, em 2010, para 28%, em 2018 (Latinobarómetro, 2018, p. 14). Mas não é só, porque esses dados quantitativos são acompanhados por uma piora qualitativa, caracterizada pelo “afastamento da política, não identificação (cidadão) na escala esquerda-direita, da diminuição dos votos em partidos, e enfim, na própria ação de exercer o direito de voto” (Latinobarómetro, 2017, p. 14).

O V-Dem Institute, no plano global, vem avaliando a qualidade das democracias e, em seu “Democracy Report 2021” (Alizada et al., 2021), também demonstra tal erosão democrática em diversas regiões do mundo. No que diz respeito ao presente artigo, para a América Latina, mais especificamente, demonstra o aumento de autocratização dos governos, com a declínio das democracias liberais nos últimos dez anos, acentuado como “proeminente” na região, tanto em suas vertentes eleitoral, deliberativa, participatória e igualitária (Alizada et al., 2021, p. 6, 13, 42 e 44-47).

Tais dados merecem, assim, sejam tidos como referentes para o desenvolvimento do presente trabalho, dado que o elemento eleitoral aparece profundamente afetado em tais pesquisas. A confiança nas instâncias eleitorais, por exemplo, caiu de 51%, em 2016, para 29%, em 2017 (Latinobarómetro, 2017, p. 24). Enquanto a Igreja (65%) e as Forças Armadas (46%) ocupam a dianteira na confiança nas instituições, os parlamentos e os partidos políticos estão na traseira, com 22% e 15%, respectivamente. A confiança nos parlamentos oscilou de 34%, em 2009, para 22%, em 2017. Os partidos políticos, nessa esteira, saíram de 35%, em 2010, para 22%, em 2017. Nos últimos dois quesitos, o Brasil ocupa a penúltima posição (11%), somente melhor que Paraguai (10%) e a última posição (7%), respectivamente.

Esses dados são interessantes para analisar o comportamento dos latino-americanos, em geral, e dos brasileiros, em especial, para o desenvolvimento que se fará mais adiante. Importa, assim, aprofundar, ainda que de modo instrumental, o papel que desempenham as instituições que intermedeiam a relação entre cidadão e Estado, ou seja, partidos políticos e mídia, respectivamente.

## **AGENTES INTERMEDIÁRIOS E SEU PAPEL NOS PROCESSOS DE ESCOLHAS DEMOCRÁTICAS**

A intermediação comunicativa entre a pessoa e o Estado, feita por corpos intermediários, ocupou um papel de relevo no devido funcionamento das democracias liberais e teve a função de “estabilizar os governos representativos nos últimos dois séculos” (Urbinati, 2015).

Esses corpos sociais, como a mídia, os partidos políticos, as universidades, os sindicatos, entre outros, fizeram o trabalho de intermediar o processo de seleção da comunicação, de organizá-lo e de levar às instâncias estatais de decisão esse material com mais organicidade e sistematicidade. Tem-se aí um importante mecanismo de articulação da política em termos coletivos, e não individualmente, sendo que são esses grupos, e sua comunicação, que, historicamente, protagonizaram a vida política nas sociedades democráticas (Bobbio, 1986, p. 18).

A Internet, que elide a intermediação antes referida ao permitir a comunicação direta entre a pessoa e as instituições, ao mesmo tempo que aumentou a quantidade de informação existente e facilitou o seu acesso, tornou-se espaço adequado para a propagação da desinformação. Apesar de dar voz a minorias adormecidas, que puderam multiplicar os seus pleitos sociais, já não mais canalizados pelas instituições tradicionalmente acreditadas para tanto (corpos intermediários), permitiu que houvesse uma “fragilização e uma relativização da noção de maioria”, o que transformou a relação entre governantes e governados, que passou a exigir dos primeiros “uma crescente e acelerada capacidade de interação, e com todos os riscos que disso podem derivar” (Rosanvallon, 2009, p. 308).

No caso dos partidos, que desde o surgimento do sufrágio eleitoral se fizeram espaço central de intermediação de vontades, passando a ser “instrumentos de regulação e vetores da democratização” (Ibidem, p. 309), vimos uma transformação do seu papel. Com a expansão do sufrágio popular e o surgimento dos partidos de massa, a realidade existencial dos partidos mudou, com a tendência de compartimentalização de demandas heterogê-

neas sob o “mesmo teto” partidário. Esse processo vem dificultando a manutenção da importância dos partidos políticos como instância central de intermediação entre a pessoa e o Estado, fomentando, assim, o surgimento de novos *players* que facilitam a homogeneização das vontades no âmbito social.

Com o tempo, o protagonismo de partidos políticos e sindicatos foi sendo dividido com outros atores políticos que surgiram para acrescentar mais especificidade aos interesses protegidos. Dos interesses generalistas tutelados por partidos e sindicatos (“interesses dos trabalhadores”, “valores liberais” ou “conservadores”), vimos a transição para a tutela de outros mais específicos (direitos humanos, paz, meio ambiente) ser protagonizada pelos movimentos sociais e pelas grandes corporações internacionais (Campilongo, 2002, p. 32 e 34-35). Esse processo acabou por retirar protagonismo dos partidos tradicionais (Lara, 1992, p. 81).

Na América Latina, partidos políticos sofrem, também, com a dificuldade de institucionalização, dadas as irrupções de instabilidades políticas de base autoritária, que, por vezes, acaba “congelando” o próprio funcionamento dos partidos (Roberts, 2012, p. 48-53 e 60). Assim, se, por um lado, são essenciais para a manutenção e consolidação das democracias; por outro, têm dificultado seu fortalecimento. Interessa notar, ainda, que as mídias sociais acabam por suprimir dos partidos boa parte do papel de intermediação estratégica das demandas sociais, ocupando uma função de longa data feita pelas agremiações partidárias e sindicatos.

O debate sobre o papel das mídias na formação das opiniões políticas na sociedade não é um tema novo, muito pelo contrário, existe uma longa tradição de questionamentos sobre como a mídia é elemento central nas democracias, podendo tanto fomentar o debate plural de ideias quanto restringir a possibilidade de um debate público baseado em fatos aferíveis a partir de critérios mínimos de racionalidade, a ponto de colocar em risco o próprio processo democrático. Nesse sentido, o papel da mídia sempre foi tido como fundamental para a construção de conhecimentos comuns e, também, como espaço privilegiado para os embates em torno dos conhecimentos em disputa (Farrell; Schneier, 2018).

O processo de escolha democrática deve ser conduzido pela necessidade de que o cidadão tenha acesso permanente à informação clara e correta, de modo que a consciência para a efetivação da escolha seja cons-

truída de modo racional. A informação correta não pressupõe uma única possibilidade ou um único resultado a ser buscado, mas, de forma patente, exige que a construção da percepção do cidadão ocorra a partir da argumentação coerente, e não a partir da mentira manipuladora. Um modo de enfrentar esse problema é o conflito de ideias, a liberdade de emaná-las e a sua disseminação ampla, para que aquele que decide tenha acesso a pontos de vista diversos e forme sua concepção livremente, dado que a informação tem, nesse sentido, também uma vertente coletiva, de escolhas que possam afetar grupos de pessoas, o que, claro, difere do campo da informação pessoal para a condução da vida privada.

Nas democracias, a própria igualdade deve ser conferida para que todos possam fazer parte do processo de “formação e expressão de opiniões políticas no exercício de sua influência política sobre as instituições representativas e a qualidade do fórum público de ideias” (Urbinati, 2013, p. 5-16). Mesmo o debate público forte, ainda que gere decisões equivocadas, é pedra fundamental de democracias sãs, ainda que não “garanta que tomemos decisões corretas e racionais; e ainda que a informação não se traduza em conhecimento” (Urbinati, 2013, p. 5-16). O pluralismo de ideias é uma força que movimenta as democracias a partir de escolhas pensadas e debatidas.

O papel da mídia tradicional, como intermediadora deste debate, foi, por aproximadamente duzentos anos, o de fórum privilegiado do debate de ideias e visões de mundo. Todavia, essa mídia vem sofrendo abalos que impressionam, advindos da Internet e, mais recentemente, das redes sociais, que já alcançavam 28% de todas as buscas sobre matéria política em 2017. No Brasil, 66% da população é formada por usuários ativos de redes sociais que passam, assim, a ser *locus* privilegiado, também, em matéria de política. Entre os conectados a redes sociais no Brasil, 35,8% usam Facebook diariamente para ter informações políticas e 24,6% usam o WhatsApp, também diariamente, para o mesmo fim (Anita Baptista, 2019, p. 29-46).

Interessante perceber que, no caso brasileiro, a confiabilidade no WhatsApp é maior que no Facebook. Isso ocorre em função da circulação de informação advinda de amigos e familiares, o que é menos patente no último, onde as relações são mais distantes, menos íntimas (Ibidem, p. 42).

A fragilização do debate público pelo uso da mentira massificada como parte da estratégia política não é nova e a sua propagação pelo uso

do rádio como ferramenta de disseminação nazista ou fascista é conhecido (Finchelstein, 2020, p. 28 e ss.), mas ganha reforço com a Internet e as redes sociais. Não é novo porque os regimes fascistas, a partir do rádio, já dela faziam uso indiscriminadamente para colocar o emocional à frente do racional (Snyder, 2017, p. 36-39) e gerar perturbação ao invés de estabilidade nos processos de escolha. A pós-verdade caminha nesse sentido. E a intermediação, feita pela mídia tradicional, deixa de ser importante nesse processo de escolhas, pois “contrasta de modo radical com espírito do tempo e com as novas tecnologias que tornam possível a desintermediação em todos os domínios” (Da Empoli, 2019, p. 97).

Independentemente do meio usado, as redes sociais contribuem para a disseminação de informações, falsas ou verdadeiras, de modo renovado e com uma velocidade marcante. Tornaram-se poderosas ferramentas de alimentação de comunicação, seja política, seja econômica, social, etc. A simplicidade de produção e circulação de conteúdos oferecida pelo meio digital, especialmente as redes sociais, somada às facilidades oferecidas para o estabelecimento de uma relação direta entre quem produz e os destinatários, potencializa uma comunicação sem intermediários em uma realidade comunicacional marcada, durante séculos, pela centralidade dos meios tradicionais de mídia (jornais, revistas, etc.) que foram, em todos os momentos de expansão das democracias, atores fulcrais para compreender os momentos políticos e os desejos populares. Esse papel de “decifrador” da complexidade do mundo tem deixado de estar nas mãos desses meios tradicionais (Rosanvallon, 2009, p. 310).

O processo de fortalecimento do papel dos meios digitais vem fazendo com que os meios tradicionais percam confiança da população como canais de divulgação de informação. Sobre isso, o Informe Latinobarómetro de 2018 analisa o espaço ocupado pelas redes sociais como base para decisões políticas dos cidadãos e, nesse sentido, houve uma queda acentuada do uso de revistas e jornais, saindo de 47%, em 1997, para 20%, em 2017, com uma queda de 8% somente entre 2016 e 2017. A televisão também apresenta dados no mesmo sentido, caindo de 77% para 73% somente entre 2016 e 2017. Já as redes sociais se tornaram em fonte de comunicação política para 1/3 da população da América Latina e, ainda que haja alguma diferença quanto à preferência por uma ou outra delas de acordo com o país, a verdade é que se tornaram espaços com ampla liberdade para divulgação direta de comunicação. Outra pesquisa, de 2018, do Instituto Ipsos, mostra que 62% dos brasileiros acreditaram em notícias que depois verifi-

caram não serem verdadeiras, sendo este o maior percentual entre os vinte e sete países analisados, estando 14% acima da média mundial. Outra sensação analisada é de que, apesar de somente 38% dos ouvidos acreditarem que são parte de “bolhas informativas” da Internet, estes pensam que 60% dos brasileiros estão cercados por essas bolhas (Latinobarómetro, 2018, p. 42-43).

A relação entre *fake news* e política também fica evidenciada no Relatório da Segurança Digital no Brasil (2018), publicado pelo laboratório de cibersegurança dfndr lab, mostrou um aumento exponencial de notícias fraudulentas no terceiro trimestre de 2018, ou seja, entre os meses de julho e setembro de 2018, foram identificadas 4,8 milhões de notícias falsas, quase metade delas com conteúdo político-eleitoral. Ainda, verificou-se que as *fake news* sobre política correram muito mais rapidamente que outras sobre outros temas (Vosoughi, 2018, p. 1146-1151).

Verifica-se que a mentira disseminada estrategicamente pelos meios digitais se fez usual, potente e instrumental para parcela dos atores políticos. Vale multiplicar a comunicação o máximo possível, desde a esquerda radical até a direita-extrema, sem vontade de “moderá-las, nem de sintetizá-las. Mas, ao contrário, radicalizando-as para em seguida adicioná-las. É a mesma lógica de um estatístico que, para encontrar a temperatura média ótima, põe a cabeça dentro do congelador e os pés no forno” (Da Empoli, 2019, p. 92).

Percebe-se, assim, que instâncias de mediação política tradicionais, como os partidos políticos e a mídia tradicional, vão perdendo espaço para os meios digitais, que acabam por suprimi-los dos processos de escolha racional da política ou relegá-los a um papel cada vez menos importante. Os partidos políticos que, ainda que democraticamente deficitários, se revelavam instâncias de discussão e debates internos, de elaboração coletiva de programas, entre outros, acabam se enfraquecendo neste espaço imediatista e antipluralista que são as redes sociais e suas bolhas, com a sua falsa sensação de poder horizontalizado, sem intermediários, que, “ao dar a sensação de que era possível emancipar-se de todos os modos usuais de agregação vertical (pelos media, partidos, sindicatos, associações, intelectuais...), as redes sociais se converteram em novas campeãs da antipolítica” (Rosanvallon, 2020, p. 66-67).

Assim, passamos a analisar o tema tratado *supra* a partir do avanço da tecnologia e dos seus efeitos nos processos de escolha política.

## TECNOLOGIA E ESCOLHA POLÍTICA

As ferramentas de escolhas políticas, em democracias, como o exercício do direito ao sufrágio, se transformaram fortemente nos últimos dois séculos. De ambientes restritos e elitistas, avessos à participação das massas populares, viu-se engrandecer o papel do povo como representação massificada, em sentido cada vez mais plural, como detentor da soberania para as decisões centrais em democracias.

O exercício do direito ao sufrágio, para que seja feito de modo qualitativo, precisa que o momento da escolha, para que seja baseada em critérios racionais, da proteção não somente do direito fundamental à informação, na sua via passiva, de receber informações para efetuar a escolha, mas também da análise da qualidade dessa informação. Isso porque a escolha exige que se saiba das variáveis existentes e das repercussões presentes, o que só ocorre “se dispuser de informações sérias, seguras e imparciais de cada uma das opções, bem como da existência delas” (Carvalho, 1999, p. 55). É o direito à informação que assegura tal realidade. No Brasil, o direito à informação tem assento constitucional no art. 5º, XIV e XXXIII, que apontam o acesso à informação como um bem a ser universalizado (Silva, 2015, p. 110). Também o art. 220 determina a proibição da sua restrição, exceto se constitucional, proibindo embaraços e censura.

Em um ambiente onde as informações são abundantes e plurais, o eleitor escolhe em um cenário de variedade de possibilidades e visões sobre o Estado, a economia, a política ou a sociedade, tornando o processo democrático mais qualitativo, no sentido de efetiva participação como ator da decisão a ser tomada, dado que dispõe da capacidade de escolher a(s) melhor(es) informação(ões) para o exercício da escolha constitucionalmente prevista, caso do sufrágio ativo, que se configura um direito-dever, em que a responsabilidade e a prerrogativa de participação política se encontram (Zuñiga Urbina, 2009).

De outro modo, em ambientes em que, apesar de abundante informação, a sua qualidade seja baixa, seja por veicularem ampla desinformação ou mesmo por estarem os eleitores adstritos a uma “camada” de informações escolhidas por elementos tecnológicos, como os algoritmos, que selecionam tais conteúdos de acordo com o perfil do usuário, estamos a falar, nesses casos, em clara violação ao direito à informação, pois os elos entre verdades e mentiras ficam cada vez mais ténues. Oscar Sanchez Muñoz, em passagem muito interessante, aponta tais problemas, pois

[...] a política da pós-verdade não é perigosa porque nos faz acreditar em mentiras, mas porque nos faz duvidar de que possa haver algo remotamente próximo da verdade. A democracia requer cidadãos céticos, críticos e saudáveis para viver e se desenvolver. A pós-verdade, por outro lado, nos torna cínicos e nos incapacita para o debate democrático, porque esse debate, mesmo que tenha um componente emocional, é baseado em sempre sobre os fatos e nunca desiste da busca da verdade pela razão. Em suma, a pós-verdade, ao desconectar a política da realidade e baseando-se em apelos emocionais, mina os fundamentos do próprio sistema democrático. (2020, p. 33)

Nesse sentido, deixa de ser problema principal a profusão das informações e passa a ser central compreender o conteúdo veiculado a partir dos meios analisados. Esses conteúdos, mesmo protegidos pela liberdade de expressão (art. 5º da CF), são percebidos como ferramentas de manipulação da verdade. São parte de uma estratégia de confusão para gerar dificuldades para uma escolha racional, pois a estratégia do fomento da dúvida permanente a respeito do que é fato incontroverso não deveria estar protegida pela “opinião ou livre expressão, especialmente quanto precede de uma ação deliberada com a finalidade de obtenção de dividendos políticos” (Rais; Neto; Cidrao, 2018, p. 41).

O uso da desinformação é um vírus que impregna o processo de escolha porque não somente torna a cidadania menos informada, como, pior ainda, torna-a depositária de informações inverídicas, produzidas para enganar ou para exacerbar sentimentos existentes. É um modo de violar o direito à informação, porque esse, diferentemente do que se pensava algum tempo atrás, não se confirma somente pela liberdade de adquirir informação para fundamentar escolhas, mas, também, para obter elementos para uma escolha racional, fundada em razões e argumentos que tenham um mínimo de verdade em si.

## **AMBIENTE DIGITAL, NOVAS MÍDIAS E FILTROS ALGORÍTMICOS**

O surgimento da Internet e a sua popularização ao longo da década de 1990 trouxe uma esperança de que o mundo digital emergente ofereceria a possibilidade de uma superação dos limites ao debate político plural que os “porteiros da informação” (Silveira, 2019, p. 33) da mídia de massa, os grandes grupos de mídia tradicional constituídos ao longo do século XX, em maior ou menor medida, sempre impuseram à sociedade.

Nesse primeiro momento da rede mundial de computadores, apontava-se a Internet como um espaço de comunicação livre e plural (Ruppert; Engin, 2020, p. 3), e se destacava seu caráter revolucionário ao trazer a possibilidade de que qualquer um com acesso à rede pudesse ser, ao mesmo tempo, consumidor e produtor de conteúdo digital. O surgimento da Internet como uma nova mídia ampliou de forma sem precedentes a possibilidade de uma comunicação em dois sentidos, a partir de e para cada indivíduo conectado à rede mundial de computadores. Ou seja, a Internet acaba por realizar uma mistura entre as figuras do emissor e do receptor no processo comunicacional; um mesmo indivíduo pode receber, produzir e compartilhar um conteúdo “para um único ponto ou para milhões de nós e assim se tornar um emissor de massas” (Silveira, 2019, p. 34).

No entanto, os fenômenos observados mundialmente ao longo da última década insistem em desmentir grande parte das expectativas libertárias dos pioneiros da Internet (Pasquale, 2017, p. 19-21). A definição da Internet como uma rede de redes, imagem que destaca seu caráter diverso e fomentador de contatos entre os diversos “nós” que a compõe, aos poucos foi dando lugar a outra: a Internet como uma rede de filtros e gargalos (Ruppert; Engin, 2020, p. 3). Paralelamente ao processo de grande expansão do número de usuários conectados à Internet, que hoje são mais de 4 bilhões, percebe-se um nítido processo de colonização do espaço digital pelo grande capital, resultando em gigantescos conglomerados econômicos, como o Google e o Facebook, que vêm mudando drasticamente o ambiente digital e a própria forma de acumulação do capital em uma economia cada vez mais baseada na extração de dados (Zuboff, 2019b, p. 48-69).

O projeto de uma Internet como uma nova esfera pública<sup>5</sup> libertária, do digital como um espaço plural, livre e igualitário no que se refere às pos-

---

5 A noção de uma esfera pública nas democracias contemporâneas remonta à obra de Jürgen Habermas, que a define como sendo o espaço onde se realiza a mediação entre a sociedade e o Estado, um espaço no qual algo próximo a uma opinião pública poderia ser formada. A noção habermasiana de esfera pública pode ser entendida como uma crítica à mídia de massas no capitalismo tardio que, dominada por interesses econômicos e governamentais, acabava por moldar uma opinião pública de forma verticalizada. Para Habermas, em uma sociedade democrática, a esfera pública ideal deve ser horizontalizada, ou seja, não deve ser moldada pela mídia de massas, mas sim facilitada por uma mídia que seja plural, capaz de possibilitar um maior acesso à informação e um debate de ideias mais robusto em sociedades democráticas. Muitas foram as críticas a esta concepção burguesa da esfera pública que Habermas nos apresenta, todas no sentido de apresentá-la como sendo uma idealização, algo que nunca se materializou historicamente (Caplan; Boyd, 2016, p. 2-3). A visão da Internet como uma nova esfera pública, plural e libertária, com maior imunidade à vigilância, à censura e à retaliação pela exposição de ideias, também vem sendo seguidamente desmentida pela realidade que, apesar de ter sido inquestionavelmente alterada pelas novas tecnologias digitais, nem sempre tal alteração se deu no sentido da liberdade e da pluralidade de opiniões e debates que muitos desejariam (Ibidem, p. 8).

sibilidades de falar e de ser ouvido no debate democrático, tem encontrado resistência em um outro projeto que entende a Internet não como um espaço para o aprofundamento e a ampliação da democracia, mas sim como uma ferramenta para ampliar os fluxos comerciais e financeiros e o controle algorítmico sobre o comportamento dos indivíduos (Berns; Rouvroy, 2019).

As “plataformas digitais” (Silveira, 2019, p. 24) que hoje possuem boa parte dos internautas conectados a elas foram construídas a partir de um modelo de negócio que tem como valor central a capacidade preditiva. O sucesso comercial dessas plataformas vem do desenvolvimento de produtos algorítmicos capazes de inferir, a partir de um volume massivo de dados extraídos da realidade, como pessoas e ambientes irão se comportar em realidades futuras (Zuboff, 2019b). Tal capacidade preditiva baseada em dados, algoritmos e capacidade computacional em constante expansão<sup>6</sup>, que supera muito em acurácia as técnicas estatísticas tradicionais utilizadas para o mesmo fim<sup>7</sup>, fez com que, em poucos anos, empresas como o Google e o Facebook se tornassem as maiores empresas de mídia e *marketing* digital do mundo (Pasquale, 2017, p. 17).

A capacidade de inferir gostos, preferências e desejos dos indivíduos a partir do seu comportamento nas redes digitais<sup>8</sup> possibilitou que as campa-

---

6 Esta constante expansão do poder computacional é aquilo que usualmente vem se denominando *Big Data*, uma realidade que pode ser descrita a partir da lógica dos três Vs, ou seja, podemos descrever o *Big Data* a partir de três conceitos: volume, velocidade e variedade. O primeiro deles, o volume, significa que a quantidade de dados em *bytes* capaz de ser armazenada, processada e transmitida seguem algumas “leis” da informática que fazem com que a disponibilidade destes recursos seja muito grande e sempre crescente. A lei de Moore estabelece que a cada 18 meses a capacidade de se gravar informações em uma placa de silício é dobrada e, conseqüentemente, o poder computacional dos processadores. A lei de Kryder determina que a capacidade de armazenamento em HDs dobra a cada 13 meses e a lei de Nielsen determina que a velocidade de conexão de Internet dobra a cada 21 meses. O segundo conceito definidor do *Big Data* é a variedade, ou seja, as fontes de dados devem ser as mais variadas possíveis. O terceiro, é o conceito da velocidade, pois no *Big Data* os dados devem ser captados em tempo real, possibilitando um monitoramento momento a momento dos indivíduos e da realidade física ao redor deles (Rouvroy, 2016, p. 5-9).

7 A capacidade preditiva de tais tecnologias é infinitamente superior às técnicas da estatística tradicional devido, especialmente, ao imenso volume de dados que o capitalismo de vigilância extrai dos indivíduos e das realidades ao entorno destes. Pode se dizer que o “ser humano terá um prolongamento e projeção completa no ambiente digital, sendo todas as suas individualidades datificadas” (Bioni, 2019, p. 87). O ambiente físico ao redor dos indivíduos também passa a ser datificado em larga escala a partir do rápido desenvolvimento da Internet das Coisas (IoT) (Weber, 2015). A partir deste processo vertiginoso de datificação da realidade, impulsionado pela Internet e pela crescente conexão de dispositivos os mais variados do nosso dia a dia à rede mundial de computadores, forneceu aos capitalistas de vigilância os meios para a realização de uma “mineração da realidade”, que os possibilitam ter uma visão do mundo “a partir do ponto de vista de Deus” (Zuboff, 2019a, p. 57).

8 Um exemplo interessante de como tais inferências podem ser feitas é o estudo publicado pela Academia Nacional de Ciências norte-americana em 2013, que demonstra como registros digitais de comportamento, facilmente encontrados na Internet (no caso do estudo a base foram *likes* do Facebook), podem ser tratados algoritmicamente para inferir características individuais sensíveis, como: orientação sexual, origem étnica,

nhas de *marketing* fossem muito mais bem sucedidas, pois cada anunciante, sabendo manejar as ferramentas oferecidas pelas plataformas e possuindo os recursos financeiros suficientes para custear suas ações, percebeu-se capaz de resultados comerciais surpreendentemente positivos (Zuboff, 2019b, p. 67). Mas não foram só os comerciantes que passaram a se utilizar das ferramentas oferecidas pelas plataformas para impulsionar seus negócios, os políticos e seus marqueteiros rapidamente perceberam que também poderiam se beneficiar muito dessa conformação do ambiente digital (Da Empoli, 2019).

As plataformas digitais podem ser compreendidas como grandes filtros. São novos intermediários (Stark et al., 2020, p. 9) que se colocam entre produtores e consumidores de conteúdo digital e que tem contribuído para alterar negativamente a liberdade dos fluxos de informação na Internet. Podem ser citados como exemplos de intermediários os buscadores, como o Google; as redes sociais, como o Facebook e o Twitter; e, também, os agregadores de notícias, como o Reddit e o Google News. Enquanto a possibilidade de ser um produtor de conteúdo no ambiente digital continua bastante grande na atual configuração do ambiente digital, a possibilidade de que os conteúdos produzidos atinjam um público relevante passa a estar cada vez mais condicionada à atuação das plataformas como intermediárias; cada vez mais na Internet “o difícil não é falar, mas ser ouvido” (Silveira, 2019, p. 34).

As plataformas internalizaram todo um “mercado informacional” (Patterson, 2017), fazendo com que seus usuários estejam sujeitos a uma lógica de seleção de conteúdos definida unilateralmente por elas. Em um mercado informacional aberto, como aquele ocupado pelas mídias de massa tradicionais (os jornais, as revistas e os canais rádio e televisão), existem regulações estatais e sociais voltadas a garantir algum grau de transparência e igualdade de condições entre os competidores, que podem avaliar uns aos outros com relativa transparência. Já os mercados de notícias internalizados pelas plataformas são opacos tanto para os indivíduos quanto para observadores institucionais. Os usuários destes novos intermediários recebem um conteúdo personalizado, mas os critérios utilizados pelas plataformas para tal seleção não pode ser facilmente acessados por eles (Ibidem, p. 100) e

---

preferências políticas e religiosas, características de personalidade, inteligência, humor, uso de substâncias de abuso, situação familiar, idade e gênero (Kosinski; Stillwell; Graepel, 2013).

nem pelos produtores de notícias que, cada vez mais, se utilizam das plataformas para a divulgação de seus conteúdos (Stark et al., 2020, p. 48).

As plataformas vêm ocupando o lugar dos antigos porteiros da informação da mídia de massa tradicional no papel que a teoria democrática historicamente tem atribuído ao jornalismo: informar os cidadãos sobre os assuntos, os atores políticos e as opiniões que possuam relevância para a sociedade como um todo, de modo a possibilitar a ele os elementos para uma tomada de decisão embasada (Stark et al., 2020, p. 10). O Instituto Reuters para o Estudo do Jornalismo, na edição de 2020 do seu “Digital News Report” (Newman et al.), identifica que vem se acentuando a tendência, já observada faz alguns anos, de os produtores de notícias das mídias tradicionais cada vez mais apostarem nos meios digitais, especialmente nas plataformas, para conseguir manter o contato com seu público e sustentar suas receitas (Pasquale, 2017, p. 18; Stark et al., 2020, p. 17-21).

A importância crescente das plataformas no mercado informacional, especialmente das redes sociais, faz com que essas empresas, ao realizarem o processo de agregação, seleção e apresentação de conteúdos para uma base de usuários gigantesca, estejam adquirindo um relevante poder de mobilizar a atenção dos usuários e, assim, tornando-se cada vez mais capazes de influenciar de forma significativa nas pautas das agendas políticas e na definição daquilo que será considerado de interesse público (Stark et al., 2020, p. 44-46). Acontece que, na lógica da curadoria de conteúdos realizada pelas plataformas, o interesse público não é um elemento considerado por seus algoritmos; a lógica que preside a filtragem algorítmica destes intermediários é a da disputa pela atenção do usuário e a do interesse econômico (Silveira, 2019, p. 75-78; Stark et al., 2020, p. 9-13).

Seja para selecionar os resultados a serem exibidos a partir de uma busca feita por um usuário do Google, seja para selecionar quais postagens irão aparecer na linha do tempo de um usuário do Facebook ou do Twitter, os sistemas algorítmicos preditivos dessas plataformas irão se utilizar dos mais diversos dados relacionados ao usuário para inferir qual conteúdo deve ser apresentado para cada pessoa, de modo a conseguir a maior parcela possível da sua atenção, ou seja, que ela passe o maior tempo possível conectada à plataforma (Da Empoli, 2019, p. 90; Stark et al., 2020, p. 10-11).

É sabido, já de longa data, que os seres humanos se sentem mais confortáveis quando entram em contato com informações que corroboram suas visões de mundo do que com outras dissonantes, capazes de confron-

tar suas percepções e seus entendimentos da realidade. Com base neste conhecimento e na ambição de lucros incessantemente crescentes com a venda de publicidade, as plataformas digitais utilizam seus sistemas algoritmos preditivos para selecionar e apresentar aos usuários apenas aqueles conteúdos que não gerarem neles a dissonância cognitiva (Stark et al., 2020, p. 14), o atrito, que poderia afastá-los da plataforma e, assim, reduzir os lucros com a venda de anúncios<sup>9</sup> (Ibidem, p. 34).

Os efeitos potencialmente deletérios ao sistema democrático que podem surgir dessa configuração do ambiente digital, dominado pelos interesses econômicos das plataformas e pelo poder econômico dos anunciantes, ficam ainda mais destacados por estudos que demonstram que os conteúdos que apresentam um discurso radicalizado, compostos por mensagens voltadas para a desinformação<sup>10</sup> da opinião pública e discursos de ódio<sup>11</sup>, são aqueles que conseguem os maiores índices de engajamento dos usuários nas plataformas. Exemplo interessante desse fenômeno é o relato do ativista e estrategista da campanha pró-Brexit, Nigel Farage, afirmando que, quando eram feitas publicações mais sérias, tratando de assuntos como economia de uma forma mais reflexiva: “Recebíamos três ou quatro mil curtidas no máximo. Mas, cada vez que incluíamos um fator emocional, tínhamos, sempre, ao menos quatrocentas ou quinhentas mil, às vezes dois ou três milhões de curtidas!” (Da Empoli, 2019, p. 52).

- 
- 9 Observando o caso do Google, pode-se ter um exemplo da importância que a presença constante dos usuários interagindo com as plataformas tem no processo de extração de dados realizados por estas empresas, assim como tais dados são o insumo para uma indústria de produtos algorítmicos preditivos altamente lucrativa. O Google desenvolveu um sistema de *marketing* digital inovador, baseado em uma ferramenta de leilão virtual em tempo real que leva em conta basicamente dois parâmetros: um índice preditivo que busca definir a probabilidade de alguém clicar em um determinado anúncio (*Click-Through Rate – CTR*) e, também, o volume total de recursos que cada assinante estaria disposto a investir para que seu anúncio recebesse o clique. Nesse modelo de negócio, a lucratividade depende fortemente da escala mundial dos potenciais anunciantes e, principalmente, do poder preditivo atingido pelo CTR. Uma variação da precisão preditiva na casa dos 0,1% é capaz de produzir ganhos financeiros adicionais na casa das centenas de milhares de dólares (Zuboff, 2019b, p. 67).
- 10 A desinformação pode ser definida como a disseminação consciente e deliberada de informações falsas com interesse de prejudicar alguma pessoa específica, um grupo ou mesmo a sociedade como um todo, como nos casos em que as campanhas de desinformação tem como objetivo abalar a confiança dos cidadãos em instituição do sistema democrático, como a mídia e a política (Stark et al., 2020, p. 32-33).
- 11 O discurso de ódio é considerado como espécie de um gênero: a incivildade. Tal fenômeno pode ser caracterizado como o aumento de formas de comunicação que transgridem normas de relação e/ou de deliberação interpessoal que pode ser observado, em sua maioria, em discussões públicas *on-line* (como em mídias sociais, seções de comentários de *sites*, plataformas de vídeo e outras comunidades na Internet). Os discursos de ódio são caracterizados pelo uso de linguagem hostil e agressiva contra indivíduos por conta de sua origem étnica, gênero, idade, condição física, orientação sexual e convicção política, entre outros, e tem como objetivo insultar, assediar, intimidar ou, ainda, incitar a discriminação e a violência, podem ser considerados como um subfenômeno importante da incivildade digital (Stark et al., 2020, p. 39-40).

O aspecto emocional deste tipo de conteúdo faz com que os usuários interajam com ele muito mais do que com outros, de qualidade superior no que se refere à racionalidade da informação, mas que, por não ter o mesmo volume de curtidas, “descurtidas”, compartilhamentos e comentários, acabam por ser considerados pelos algoritmos como menos relevantes e, conseqüentemente, menos prováveis de serem disponibilizados para a visualização de mais usuários (Stark et al., 2020, p. 34). Nesse sentido, importante destacar que, no que se refere ao uso das plataformas para a disputa política, mais que persuadir os indivíduos, as campanhas de *marketing* político buscam utilizar essas características intrínsecas ao funcionamento algorítmico das plataformas para degradar o solo comum democrático (Ibidem, p. 33) com pesadas campanhas de desinformação e discursos de ódio para, assim, gerar polarização<sup>12</sup> e reduzir as possibilidades da circulação de ideias na sociedade (Ibidem, p. 41-42).

No jogo político realizado por meio das plataformas, os marqueteiros desenvolvem um contínuo teste de narrativas para identificar aquelas capazes de gerar o maior engajamento dos usuários e, assim, serem consideradas relevantes pelos algoritmos que irão facilitar sua ampla difusão: os “cliques darão a resposta em tempo real e, a partir deles, você pode fazer testes continuamente e ir modificando as mensagens, no conteúdo e na forma, mantendo as características que funcionam e descartando as menos eficazes” (Da Empoli, 2019, p. 87).

Estudos recentes evidenciam que esse uso político das plataformas conta também com a participação das chamadas “tropas digitais” (Bradshaw; Bailey; Howard, 2021a), ou seja, contas automatizadas operadas por robôs ou contas mistas, as chamadas “contas ciborgue” (Ruediger et al., 2017, p. 25), operadas por robôs com eventuais intervenções humanas, para testar narrativas e influenciar as decisões dos sistemas algorítmicos de filtragem de conteúdo. Neste contexto, no qual novas tecnologias possibilitam que as contas automatizadas apresentem um comportamento cada vez mais semelhante ao humano, passa a ser fundamental a capacidade de distinção entre tais ações automatizadas e os debates surgidos organicamente nas plataformas.

---

12 Para uma visão mais detalhada sobre o potencial das filtragens algorítmicas como intensificadoras da polarização na sociedade, ver Cho et al. (2020) e, também, Goya, Fiacadori e Santos (2019).

O Brasil tem sido classificado como um País com uma capacidade média no que se refere às tropas digitais, ou seja, elas possuem recursos financeiros consideráveis e uma ampla variedade de ferramentas tecnológicas e estratégias à sua disposição, assim como equipes trabalhando em tempo integral, ao longo de todo o ano, com o objetivo de controlar os conteúdos que circulam nas plataformas (Bradshaw; Bailey; Howard, 2021a, p. 17-19). Exemplos da realidade política brasileira recente mostram que esses mesmos recursos vêm sendo utilizados em larga escala, pelo menos desde os protestos de rua em 2013 e da campanha presidencial de 2014 (Ruediger et al., 2017, p. 17-20). A partir daí as campanhas digitais no Brasil só aumentaram, destacando-se nesse processo o ano de 2016, quando as tropas digitais foram utilizadas fortemente para promover a campanha pró-*impeachment* de Dilma Rousseff e, também, as campanhas para prefeito ocorridas no mesmo ano (Arnaudo, 2017; Ruediger et al., 2017, p. 20-21). Entre essas campanhas destaca-se a disputa pela prefeitura do Rio de Janeiro, na qual a candidatura de Flávio Bolsonaro foi utilizada como um laboratório (Santini; Salles; Tucci, 2021), testando estratégias e narrativas para a campanha presidencial de 2018 que acabaria por eleger Jair Bolsonaro em uma eleição na qual o uso das tropas digitais foi sem precedentes, no que se refere ao volume de ações coordenadas, às estratégias utilizadas e aos recursos financeiros envolvidos (Bradshaw; Bailey; Howard, 2021b, p. 58-65).

A interação das tropas digitais com os conteúdos escolhidos pelos marqueteiros, que as operam, acaba por criar um engajamento falso, mas que termina sendo tratado pelos algoritmos das plataformas como autêntico e, assim, irão apresentar tais conteúdos para ainda mais usuários. Trata-se de um ciclo que acaba por se retroalimentar, gerando um viés na percepção algorítmica da relevância dos conteúdos que circulam pelas plataformas e, conseqüentemente, fazendo com que aqueles indivíduos que têm nelas a fonte de informação principal, ou única, tenham uma percepção distorcida do “humor” da opinião pública (Stark et al., 2020, p. 44-46).

Como nos alerta Silveira (2019, p. 55-58), essa curadoria algorítmica dos conteúdos, ao selecionar as ofertas de informação e desinformação que são ou deixam de ser disponibilizadas para a visualização dos usuários, tornam-se capazes de modular<sup>13</sup> seus comportamentos e, também, suas per-

---

13 Interessante perceber que, diferentemente da manipulação, bastante debatida nos estudos sobre o papel das mídias de massa tradicionais nas sociedades democráticas do capitalismo tardio, que se baseia “em discursos organizados para criar efeitos nas massas, em seus segmentos ou nos indivíduos”, a modulação “está ligada

cepções sobre temas políticos. O microtargeting, partindo da segmentação extremamente detalhada do público-alvo de uma campanha de *marketing* político, possibilita que os marqueteiros enviem mensagens específicas para públicos-alvo distintos que são definidos segundo suas preferências e posições sobre os mais diversos temas. Utilizando-se das tecnologias preditivas baseadas no *Big Data*, as plataformas oferecem aos marketeiros políticos a possibilidade, condicionada obviamente ao empenho de vultuosos recursos financeiros, de atingir por meio de conteúdos personalizados a um público que já se sabe de antemão que será receptivo a eles (Da Empoli, 2019, p. 82-95).

Nos processos de modulação comportamental propiciados pelas tecnologias preditivas das plataformas, os indivíduos têm a sensação de que estão tomando decisões livres e racionais, baseadas em um grande volume de informações disponíveis, quando na verdade desconhecem toda uma gama de outras informações que essas empresas, por meio de filtros algorítmicas, deixaram de disponibilizar para a visualização por considerá-las não relevantes para aquele indivíduo. Trata-se de uma liberdade controlada algorítmicamente, um discurso de concretização do ideal liberal de liberdade total do indivíduo e uma prática de sujeição às regras empresariais das plataformas, nas quais o cidadão dá lugar ao usuário<sup>14</sup>, e que a liberdade se dá dentro de um número previamente determinado de liberdades possíveis.

## RESULTADOS

O processo de erosão democrática que assistimos, contemporaneamente, tem sido referido como um mal do nosso tempo, marcado por dados que demonstram que os processos de escolhas políticas têm sido cada vez menos interessantes aos que exercem o direito ao sufrágio. Trata-se de um processo de deslegitimação da política que é influenciado por diversos

---

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, ou seja, pela variação contínua de sujeitos e objetos, pela modulação dos cérebros, pela captura da memória e da atenção” (Silveira, 2019, p. 55). Ainda sobre o tema das possibilidades de modulação comportamental por meio do recursos oferecidos pelo códigos algorítmicos e pelo *Big Data*, é bastante relevante o trabalho de Berns e Rouvroy (2019) sobre a “governamentalidade algorítmica”.

14 A ideia do cidadão, capaz de crítica, de alteridade e de capacidade política, se opõe à do usuário, consumidor dos serviços oferecidos pelas plataformas e submetido às suas regras sobre as quais não possui nenhuma influência. Em outras palavras, a oposição entre cidadão e usuário é aquela que Pérez Lunó (2012) aborda como sendo a oposição entre uma “cibercidadania”, na qual as potencialidades do digital deveriam ser utilizadas para o aumento das liberdades e da participação democrática, e uma outra, a “cidadania.com”, na qual o ambiente digital é veículo dos interesses mercadológicos das grandes empresas de tecnologia.

fatores, sendo um deles, indeclinavelmente, o papel desempenhado pelos filtros algorítmicos das plataformas digitais na restrição à circulação de uma informação plural e diversa em uma sociedade cada vez mais dependente dos meios digitais como canais de circulação de informações.

Os partidos políticos e a mídia tradicional, entre outros atores historicamente importantes no processo de intermediação da informação e das vontades entre a sociedade e o Estado, vêm sendo substituídos por mecanismos inicialmente tidos como de “desintermediação”, como as plataformas, mas que, no intuito de ampliar seus lucros, acabam por atuar como novos intermediários. Os processos de filtragem algorítmica dos conteúdos disponibilizados para seus usuários são deliberadamente opacos e tal opacidade faz parte do modelo de negócio dessas empresas.

Em um ambiente digital não regulado, nebuloso quanto aos seus procedimentos e refratário ao controle social, a conhecida oposição entre interesses mercadológicos das empresas de comunicação e a relevância social das informações torna-se ainda mais intensa. O critério da capacidade de um conteúdo atrair a atenção dos usuários, gerar engajamento e, conseqüentemente, lucro para as plataformas passa a substituir uma série de outros, desenvolvidos por séculos a partir do controle social das práticas jornalísticas, para a definição daquilo que seriam informações de “interesse público” em uma configuração democrática dos meios de comunicação.

Assim, é premente que as plataformas assumam uma responsabilidade editorial pela filtragem algorítmica que realizam, pois o nivelamento dos conteúdos causado pelo critério do engajamento está longe de ser um movimento ingênuo dessas empresas. Trata-se de um estímulo deliberado para que seus anunciantes se utilizem de táticas nocivas de propaganda política que, se por um lado, irão restringir o acesso à informação plural e diversa, tão necessária para que os processos de escolha, em democracias, sejam qualitativamente eficientes; por outro, irão gerar lucros milionários para elas mesmas.

## REFERÊNCIAS

- ALIZADA, Nazifa et al. Autocratization Turns Viral. Democracy Report 2021. University of Gothenburg: V-Dem Institute, 2021. Disponível em: <https://www.v-dem.net/files/25/DR%202021.pdf>. Acesso em: 6 jun. 2021.
- ANITA BAPTISTA, Erica et al. A circulação da (des)informação política no WhatsApp e no Facebook. *Lumina*, v. 13, n. 3, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.34019/1981-4070.2019.v13.28667>. Acesso em: 12 mar. 2021.

ARNAUDO, D. Computational Propaganda in Brazil: Social Bots During Elections. *University of Oxford Computational Propaganda Project Working Paper Series*, v. 8, 2017. Disponível em: <https://blogs.oii.ox.ac.uk/politicalbots/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Comprop-Brazil-1.pdf>. Acesso em: 7 abr. 2020.

BRADSHAW, Samantha; BAILEY, Hannah; HOWARD, Philip N. Industrialized Disinformation, 2020. Global Inventory of Organized Social Media Manipulation. *Oxford Internet Institute*, January 2021a. Disponível em: <https://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/127/2021/02/CyberTroop-Report20-Draft9.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2021.

\_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_. Industrialized Disinformation, 2020. Global Inventory of Organized Social Media Manipulation – Country Case Studies. *Oxford Internet Institute*, January 2021b. Disponível em: [https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/127/2021/03/Case-Studies\\_FINAL.pdf](https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/127/2021/03/Case-Studies_FINAL.pdf). Acesso em: 15 mar. 2021.

BERNS, Thomas; ROUVROY, Antoinette. Governamentalidade algorítmica e perspectivas de emancipação: o díspar como condição de individuação pela relação? In: BRUNO, Fernanda et al. (Ed.). *Tecnopolíticas da vigilância: perspectivas da margem*. Capítulo 6. São Paulo: Boitempo Editorial, 2019. p. 107-139. *E-book*.

BOBBIO, Norberto. *El Futuro de la Democracia*. Cidade do México: Fondo de Cultura Economica, 1986.

CAMPILONGO, Celso Fernandes. Os desafios do judiciário: um enquadramento teórico. In: FARIA, José Eduardo. *Direitos humanos, direitos sociais e justiça*. São Paulo: Malheiros, 2002.

CAPLAN, Robyn; BOYD, Danah. Who Controls the Public Sphere in an Era of Algorithms? Mediation, Automation, Power. *Data & Society*, 13 May 2016, Contemporary Issues and Concerns Primer. Disponível em: [https://datasociety.net/pubs/ap/MediationAutomationPower\\_2016.pdf](https://datasociety.net/pubs/ap/MediationAutomationPower_2016.pdf). Acesso em: 14 maio 2020.

CHO, Jaeho et al. Do Search Algorithms Endanger Democracy? An Experimental Investigation of Algorithm Effects on Political Polarization. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/08838151.2020.1757365>. Acesso em: 20 mar. 2021.

DA EMPOLI, Giuliano. *Os engenheiros do caos: como as fake news, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições*. 1. ed. Belo Horizonte: Vestígio Editora, 2019. *E-book*.

FARRELL, Henry; SCHNEIER, Bruce. Common-Knowledge Attacks on Democracy. *Berkman Klein Center Research Publication*, n. 2018-7, October 2018. Disponível em: [https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN\\_ID3273111\\_code727672.pdf](https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID3273111_code727672.pdf). Acesso em: 20 abr. 2020.

FINCHELSTEIN, Federico. *Breve história das mentiras fascistas*. São Paulo: Vestígio, 2020.

FIGUEIREDO, Marcelo. Os desafios do direito constitucional brasileiro: continuar a ser um instrumento efetivo de cidadania. *Revista Latino-Americana de Estudos Constitucionais*, São Paulo: Del Rey, n. 1, 2003.

GOYA, Denise Hideko; FIACADORI, Giuliana; SANTOS, Patrícia Dias dos. A polarização ideológica no Twitter: um estudo sobre as redes de *retweets* durante as eleições presidenciais de 2018. *VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política*, Universidade de Brasília (UnB), 15 a 17 maio 2019. Disponível em: [http://ctpol.unb.br/compolitica2019/GT6/gt6\\_Goya\\_Fiacadori\\_Santos.pdf](http://ctpol.unb.br/compolitica2019/GT6/gt6_Goya_Fiacadori_Santos.pdf). Acesso em: 15 maio 2020.

GINSBURG, Tom; HUQ, Aziz Z. *How to save a constitutional democracy*. Chicago: University of Chicago Press, 2018.

KOSINSKI, Michal; STILLWELL, David; GRAEPEL, Thore. Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, v. 110, n. 15, p. 5802-5805, 2013. Disponível em: <https://www.pnas.org/content/110/15/5802>. Acesso em: 22 jul. 2020.

KUNTZ, Rolf. Estado, mercado e direitos. In: FARIA, José Eduardo; KUNTZ, Rolf. *Qual o futuro dos direitos?* Estado, mercado e justiça na reestruturação capitalista. São Paulo: Max Limonad, 2002.

LAGOS, Marta. El fin de la tercera ola de democracias. *Informe Latinobarómetro 2018*, Santiago de Chile, 2018. Disponível em: [http://www.latinobarometro.org/latdocs/Annus\\_Horribilis.pdf](http://www.latinobarometro.org/latdocs/Annus_Horribilis.pdf). Acesso em: 5 fev. 2020.

LARA, Maria Josefa Rubio. Los Fundamentos Políticos del Estado de bienestar. *Revista de Ciências Sociais Sistema*, Madrid: Fundación Sistema, n. 107, 1992.

LATINOBARÓMETRO. Corporación. Informe Latinobarómetro 2017. Santiago de Chile, 2017. Disponível em: <http://www.latinobarometro.org/latdocs/F00006433-InfLatinobarometro2017.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2020.

\_\_\_\_\_. Corporación. Informe Latinobarómetro 2018. Santiago de Chile, 2018. Disponível em: [http://www.latinobarometro.org/latdocs/INFORME\\_2018\\_LATINOBAROMETRO.pdf](http://www.latinobarometro.org/latdocs/INFORME_2018_LATINOBAROMETRO.pdf). Acesso em: 5 fev. 2021.

MUÑOZ, Oscar Sanchez. *La regulación de las campañas electorales en la era digital*: Desinformación y microsegmentación en las redes sociales con fines electorales. Valladolid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, 2020.

MOISÉS, J. Álvaro; CARNEIRO, G. P. Democracia, desconfiança política e insatisfação com o regime – O caso do Brasil. *Opinião Pública*, Campinas/SP, v. 14, n. 1, p. 1-42, 2015. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/op/article/view/8641266>. Acesso em: 30 set. 2021.

NEWMAN, Nic et al. Reuters Institute Digital News Report 2020. *Reuters Institute for the Study of Journalism*, 2020. Disponível em: [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR\\_2020\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf). Acesso em: 5 fev. 2021.

PASQUALE, Frank. A esfera pública automatizada. *Revista Líbero*, São Paulo, ano 20, n. 39, p. 16-35, 2017. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2017/10/A-Esfera-p%C3%BAblica-automatizada.pdf>. Acesso em: 15 fev. 2020.

PATTERSON, M. Antitrust, consumer protection, and the new information platforms. *Antitrust Magazine*, v. 31, n. 3, p. 97-103, Summer 2017. Disponível em: [https://www.americanbar.org/digital-asset-abstract.html/content/dam/aba/publishing/antitrust\\_magazine/anti\\_summer2017\\_fullissue.pdf](https://www.americanbar.org/digital-asset-abstract.html/content/dam/aba/publishing/antitrust_magazine/anti_summer2017_fullissue.pdf). Acesso em: 8 abr. 2021.

PÉREZ LUÑO, Antonio-Enrique. *¿Ciberciudadaní@ o ciudadaní@.com?* Barcelona: Editorial Gedisa, 2012.

RAIS, Diogo; NETO, Raimundo Augusto Fernandes; CIDRÃO, Taís Vasconcelos. Psicologia política e as *fake news* nas eleições presidenciais de 2018. *Revista do TRE-RS*, p. 19-51, 2019.

RELATÓRIO de Segurança Digital no Brasil, terceiro trimestre de 2018. *Psafe – Dfndr lab*. Disponível em: <https://www.psafe.com/dfndr-lab/wp-content/uploads/2018/11/dfndr-lab-Relat%C3%B3rio-da-Seguran%C3%A7a-Digital-no-Brasil-3%C2%BA-trimestre-de-2018-1.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2020.

ROBERTS, Kenneth M. Parties, party systems, and political representation. In: *Routledge handbook of Latin American politics*. Routledge, 2012.

ROSANVALLON, Pierre. *La legitimidad democrática: imparcialidad, reflexividad, proximidad*. Ediciones Manantial, 2009.

\_\_\_\_\_. *El siglo del populismo*. Historia, teoría, crítica. Buenos Aires, Argentina: Manantial, 2020.

ROUVROY, Antoinette. “Of Data and Men”. Fundamental Rights and Freedoms in a World of Big Data. *Council of Europe, Directorate General of Human Rights and Rule of Law*, v. T-PD-BUR (2015)09 REV, 2016, p. 1-37. Disponível em: <https://rm.coe.int/16806a6020>. Acesso em: 2 ago. 2020.

RUEDIGER, Marco Aurélio et al. Robôs, redes sociais e política no Brasil: estudo sobre interferências ilegítimas no debate público na web, riscos à democracia e processo eleitoral de 2018. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2017. 28 p. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/18695>. Acesso em: 12 ago. 2019.

RUPPERT, Evelyn; ISIH, Engin. *Being Digital Citizens*. 2. ed. London: Rowman & Littlefield International, Ltd, 2020. *E-book*.

SILVA, José Afonso da. *Comentário contextual à Constituição*. São Paulo: Malheiros, 2007.

\_\_\_\_\_. Curso de direito constitucional positivo, 32. edição. São Paulo: Malheiros, 2015.

- SANTINI, Rose Marie; SALLES, Rose; TUCCI, Giulia. Comparative Approaches to Mis/Disinformation. When Machine Behavior Targets Future Voters: The Use of Social Bots to Test Narratives for Political Campaigns in Brazil. *International Journal of Communication*, n. 15, p. 1220-1243, 2021. Disponível em: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/14803>. Acesso em: 1º jun. 2021.
- SANTOS, E. R.; HOFFMANN, F. Qualidade da democracia no Brasil e confiança nas instituições políticas. *Campos Neutrais – Revista Latino-Americana de Relações Internacionais*, Rio Grande/RS, v. 1, n. 1, p. 46-69, 2021. DOI: 10.14295/cn.v1i1.8621. Disponível em: <https://www.seer.furg.br/cn/article/view/8621>. Acesso em: 29 set. 2021.
- SILVEIRA, Sergio Amadeu da. *Democracia e os códigos invisíveis: como os algoritmos estão modulando comportamentos e escolhas políticas*. 1. ed. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2019. E-book.
- SNYDER, Timothy. *On tyranny: Twenty lessons from the twentieth century*. Tim Duggan Books, 2017.
- STARK, Birgit et al. Are Algorithms a Threat to Democracy? The Rise of Intermediaries: A Challenge for Public Discourse. *Governing Platforms – Algorithm Watch*, May. 2020. Disponível em: <https://algorithmwatch.org/en/wp-content/uploads/2020/05/Governing-Platforms-communications-study-Stark-May-2020-AlgorithmWatch.pdf>. Acesso em: 3 nov. 2020.
- URBINATI, Nadia. A Revolt against Intermediary Bodies. *Constellations*, n. 22, v. 4. Disponível em <https://doi.org/10.1111/1467-8675.12188>. Acesso em: 26 set. 2021.
- \_\_\_\_\_. Crise e metamorfoses da democracia. *Revista Brasileira de Ciências Sociais [on-line]*, v. 28, n. 82, p. 5-16, jul. 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-69092013000200001>. Acesso em: 16 jun. 2021.
- VOSOUGHI, Soroush et al. The spread of true and false news online. *Science*, v. 359, 9 mar 2018.
- WEBER, Rolf. Internet of things: Privacy issues revisited. *Computer Law and Security Review*, n. 31, 2015, p. 618-627. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/283758467\\_Internet\\_of\\_things\\_Privacy\\_issues\\_revisited](https://www.researchgate.net/publication/283758467_Internet_of_things_Privacy_issues_revisited). Acesso em: 12 nov. 2020.
- ZUBOFF, Shoshana. Big Other: capitalismo de vigilância e perspectivas para uma civilização de informação. In: BRUNO, Fernanda et al. (Ed.). *Tecnopolíticas da vigilância: perspectivas da margem*. Capítulo 1. São Paulo: Boitempo Editorial, 2019a. p. 17-68. E-book.
- \_\_\_\_\_. *The Age of Surveillance Capitalism: the fight for a human future at the new frontier of power*. New York: Public Affairs, 2019b. E-book.
- ZUNIGA URBINA, Francisco. Derecho de sufragio: la debatida cuestión de su obligatoriedad. *Estudios Constitucionales [on-line]*, Santiago, v. 7, n. 1,

p. 361-384, 2009. Disponível em: <https://www.scielo.cl/pdf/estconst/v7n1/art12.pdf>. Acesso em 25 jun. 2021.

**Sobre os autores:**

**Luiz Guilherme Arcaro Conci** | *E-mail:* lgaconci@pucsp.br

Professor da Faculdade de Direito e Coordenador do Curso de Especialização em Direito Constitucional da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Professor do PEPG em Relações Internacionais – Governança Global e Políticas Públicas Internacionais e do PEPG em Direito (Mestrado/Doutorado) da PUC-SP. Professor Titular de Teoria do Estado da Faculdade de Direito de São Bernardo do Campo – Autarquia Municipal. Mestre e Doutor em Direito pela PUC-SP. Atualmente, é Professor visitante na Universidade de Turim, Itália.

**José Guilherme Maia Lopes** | *E-mail:* jguilhermemaialopes@gmail.com

Historiador formado pela Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo (FFLCH-USP). Especialista em Direito Constitucional pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).

Data de submissão: 30 de junho de 2021.

Data de aceite: 18 de outubro de 2021.