



UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS (UFT)
CAMPUS DE PORTO NACIONAL
BACHARELADO EM RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Igor Alves de Brito

**DEMOCRACIA FRAGILIZADA NA ERA CIBERNÉTICA: DADOS ONLINE E
A ELEIÇÃO DE DONALD TRUMP EM 2016.**

Porto Nacional/TO
2021

Igor Alves de Brito

**DEMOCRACIA FRAGILIZADA NA ERA CIBERNÉTICA: DADOS ONLINE E
A ELEIÇÃO DE DONALD TRUMP EM 2016.**

Monografia apresentada ao Curso de Bacharelado em Relações Internacionais, do Campus de Porto Nacional, da Universidade Federal do Tocantins (UFT), como parte das exigências para obtenção do grau de Bacharel em Relações Internacionais.

Orientador: Prof. Dr. Carlos Frederico

Porto Nacional/TO
2021

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Tocantins

- A474d Alves de Brito, Igor .
Democracia fragilizada na era cibernética: dados online e a eleição de Donald Trump em 2016 . / Igor Alves de Brito. – Porto Nacional, TO, 2021. 52 f.
Monografia Graduação - Universidade Federal do Tocantins – Câmpus Universitário de Porto Nacional - Curso de Relações Internacionais, 2021.
Orientador: Carlos Frederico Pereira da Silva Gama
1. Eleição Trump 2016. 2. Marketing Eleitoral . 3. Democracia. 4. Privacidade . I. Título

CDD 320

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFT com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Igor Alves de Brito

**DEMOCRACIA FRAGILIZADA NA ERA CIBERNÉTICA: DADOS ONLINE E
A ELEIÇÃO DE DONALD TRUMP EM 2016.**

Monografia apresentada ao Curso de Bacharelado em Relações Internacionais, do Campus de Porto Nacional, da Universidade Federal do Tocantins (UFT), como parte das exigências para obtenção do grau de Bacharel em Relações Internacionais. Aprovada em sua forma final pelo Orientador e pela Banca Examinadora.

Data de aprovação: 19/04/2021.

Banca examinadora:

Carlos Frederico Pereira da Silva – Universidade Federal do Tocantins (Orientador)

Gleys Ially Ramos – Universidade Federal do Tocantins (Examinadora)

Fabiana Scoleso – Universidade Federal do Tocantins (Examinadora)

Dedico esta obra aos meus pais, por sempre estarem presentes nas minhas conquistas e também derrotas. Agradeço pela dedicação deles por sempre terem me ensinado a ser sempre melhor e dar o meu melhor. Agradeço também aos meus amigos de curso que fizeram parte dessa minha trajetória. Agradeço especialmente ao meu primeiro e segundo orientador, José Pedro e Rodolfo Ilário, e claro, ao meu orientador Carlos Frederico por me orientar e me ajudar na construção desta obra até o final. Gratidão!

AGRADECIMENTOS

Todos que ingressam na faculdade ou começam uma outra etapa da vida que seja algo novo, sabemos que não é fácil, pois é sair de uma certa zona de conforto e entrar de cara no desconhecido. A faculdade é um universo, um universo de gente, um universo de pensamentos, um universo de histórias e valores diferentes.

É isso que torna a faculdade um ambiente tão prazeroso, mas hostil ao mesmo tempo. Mas com certeza eu sei que toda essa caminhada de estresse e sorrisos valeu a pena. Quem me conhece sabe que desde criança eu sou apaixonado pelo mundo, por novas culturas, novas línguas e costumes, sendo esses um dos motivos de eu ter escolhido cursar Relações Internacionais.

Quero agradecer a algumas pessoas que sempre estiveram comigo desde dessa fase e que conhecem esses meus gostos e que desde então me viram crescer ainda mais apaixonado pelo mundo e por novas descobertas.

Um especial agradecimento aos meus pais, Hélio Brito e Sandra Alves e aos meus irmãos, Vinícius Oliveira e Bárbara Alves por sempre terem acreditado em mim e por sempre me apoiarem em minhas escolhas e também à Gabryelle Costa de Oliveira Cassimiro por sempre me incentivar, ajudar e por ser uma amiga maravilhosa por todos esses anos.

Agradeço também ao corpo docente da Universidade Federal do Tocantins Campus Porto Nacional por propagar e perpetuar os seus conhecimentos e valores através da arte de ensinar.

Um agradecimento especial aos professores que me orientaram no decorrer destes anos, José Pedro e Rodolfo Ilário e claro, ao meu orientador Carlos Frederico pela paciência e pela sua orientação, pelas conversas e dicas de como enriquecer o meu trabalho de forma mais científica e coesa.

Claro, eu não posso deixar de agradecer aos meus colegas de classe, onde caminharam juntamente comigo durante todos esses anos, nos seminários, nas provas, nos apertos e claro, nos momentos de risadas, lazer e descontração. Um muito obrigado especial aos meus colegas de classe Isaac Carvalho, Francisco Sousa, Juliano Perez, Roberto Sousa e Alan Freitas por sempre me apoiarem e me atribuir dicas preciosas e pela grande amizade, momentos e sorrisos que construímos no decorrer desses anos.

Agradeço também por ter sido o cofundador e primeiro Vice-Presidente da Associação Atlética Acadêmica Hegemônica juntamente com o primeiro Presidente Isaac Carvalho, onde obtivemos muitas conquistas, muitos projetos realizados e por termos fortalecido o nome do

nosso curso em Porto Nacional, na capital Palmas e em diversas cidades do estado do Tocantins. Fruto de um trabalho árduo, mas compensatório.

Por último, quero agradecer a você que está lendo esse trabalho no intuito de usar essa obra para ajudar e complementar no seu artigo, projeto, seminário ou até mesmo em seu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). É um prazer poder ajudar.

Boa leitura!

“O mais importante da vida não é a situação em que estamos, mas a direção para a qual nos movemos”. Oliver Wendell Holmes.

RESUMO

A Internet e as Redes Sociais são ferramentas que vem revolucionando o mundo cada vez mais, fortificando a globalização, facilitando diversos processos, quebrando fronteiras sociais e sendo usada por empresas com o intuito de exercer influência em processos democráticos, como eleições presidenciais. Vale ressaltar que toda ação feita por nós dentro da internet é deixada rastros, como: por onde andamos, onde estivemos, aonde viajamos, estabelecimentos que frequentamos, localizações, ações dentro de plataformas, likes, follows, interações, cartões de crédito, pesquisas. Então, pode-se dizer que estamos sendo lidos, interpretados e entendidos por máquinas super inteligentes, como algoritmos super poderosos, ao ponto de saberem nossas dores, comportamentos mentais, posicionamentos e até nossas opiniões políticas. Todas essas informações estão sendo armazenadas em algum lugar e usufruída por uma indústria que movimenta bilhões de dólares todo ano, só não sabemos exatamente aonde e nem exatamente quem as usam em prol de seus interesses. Por esse motivo que alguns dizem que nossos dados online devem fazer parte dos nossos direitos fundamentais, tendo que ser levado para dentro das diretrizes dos Direitos Humanos, por se tratar de nossos dados pessoais. Por este motivo, este trabalho será estruturado teoricamente entre Neoliberalismo e o Liberalismo, sendo o Neoliberalismo para abordar o cenário em que empresa(s) usam dados online para interferirem em processos políticos e na privacidade dos indivíduos e o Liberalismo para reforçar a defesa dos direitos políticos e civis dos indivíduos. O presente trabalho busca abordar o Marketing Eleitoral do Trump em 2016, afim de responder se esse tipo de prática pode contribuir para a fragilização da democracia em uma sociedade através da fragilização dos direitos de privacidade do indivíduo. Será levado também em consideração a participação da empresa Cambridge Analytica (CA) empresa de comunicações que era líder mundial em dados online, que através das informações adquiridas dos cidadãos estadunidenses criaram campanhas persuasivas afim de mudar o posicionamento político dos Democratas a favor do Republicano, Donald Trump.

Palavras-chave: Marketing Eleitoral; Eleição Trump 2016; Democracia; Liberdade; Privacidade; Dados Online; Cambridge Analytica.

ABSTRACT

The Internet and social networks are tools which have been revolutionizing the world more and more, reinforcing globalization, facilitating a range of processes, breaking social frontiers and being used by companies with the intent to exert influence over democratic processes, such as presidential elections. It must be noted that every action performed by us inside the Internet leaves traces, like where we go to, where we have been or traveled to, establishments we frequently go to, locations, actions within platforms, likes, follows, interactions, credit cards, research history. Thus, it can be said that we are being read, interpreted and understood by super intelligent machines, with super powerful algorithms, to the point in which they know our pains, mental behaviors, positions and even our political opinions. All this information is being stored somewhere and being benefitted by an industry that moves billions of dollars every year, we just do not know exactly where nor who use it for their interests. For this reason some say that our online data must be part of our fundamental rights, having to be implemented in the guidelines of the Human Rights, for its relation to our personal data. Because of that, this paper is theoretically structured between Neoliberalism and Liberalism, in which Neoliberalism has to do with the scenario where companies use online data to interfere in political processes and people's privacy whereas Liberalism has to do with the reinforcement of the defense of people's civil and political rights. This work aims to approach Trump's Electoral Marketing in 2016, as to answer if this kind of practice can contribute to the weakening of democracy in a society through the weakening of the individual's privacy rights. It will also be taken into consideration the participation of Cambridge Analytica (CA), a communication company that was a worldwide leader in online data, that, through information acquired from American citizens, created persuasive campaigns with the purpose to change political positions of Democrats in favor of the Republican, Donald Trump.

Keywords: Electoral Marketing; Trump Election 2016; Democracy; Freedom; Privacy; Online data; Cambridge Analytica.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CA – CAMBRIDGE ANALYTICA

UE – UNIÃO EUROPEIA

TED – TECNOLOGIA, ENTRETENIMENTO E DESIGN

EUA – ESTADOS UNIDOS

CGI.BR - COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL

LGPD - LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 CONTEXTUALIZAÇÃO: ENFRAQUECIMENTO DA DEMOCRACIA PELO MUNDO E ELEIÇÕES ANTIÉTICAS	16
3 MARCO TEÓRICO: LIBERALISMO, NEOLIBERALISMO.....	18
3.1 Liberalismo	19
3.2 Neoliberalismo.....	21
3.3 Principais pontos neoliberais de Milton Friedman	22
4 MARKETING LEGAL E O MARKETING DE DONALD TRUMP: FAKE NEWS E OS DADOS ONLINE	25
4.1 Cambridge Analytica e a Apropriação de Dados Online: a Fragilização da Democracia	32
5 AS <i>FAKE NEWS</i> COMO DISCUSSÃO E A PROTEÇÃO DOS DADOS ONLINE.....	36
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
REFERÊNCIAS.....	50

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho aborda um cenário onde a tecnologia da Internet é um fator de tremenda importância nos dias atuais, nos quais mudanças sociais e até mesmo psicológicas são impulsionadas por Mídias Sociais e pelo Marketing Político. Esses fenômenos são visíveis em regimes democráticos – como no caso da campanha eleitoral de Donald Trump nos Estados Unidos em 2016, notável por utilizar técnicas controversas de Marketing Político.

A Internet e as mídias sociais mobilizam dados pessoais de todos que as utilizam. Em seguida, há uma grande probabilidade desses dados serem apropriados por grandes empresas da tecnologia para promover interesses privados. Porém, nos últimos anos essa tecnologia de dados online tem sido empregada de forma maciça em campanhas presidenciais, sendo a campanha de Trump o maior exemplo disso.

O que tornou a campanha de Trump tão assertiva foram, por um lado, as estratégias de Marketing criadas pela empresa Cambridge Analytica (CA) e por outro, a apropriação de dados pessoais dos eleitores por parte de gigantes da tecnologia, como o Facebook.

Uma vez que gigantes da tecnologia como a CA e o Facebook mantêm suas bases de dados em meio digital, a preocupação dos cidadãos deve ser redobrada. Isso porque ninguém sabe onde essas informações estão sendo armazenadas, processadas e muito menos o que fazem com elas. Por se tratar de gigantes da tecnologia, esses dados podem ser usados para diferentes objetivos – incluindo, como exemplo negativo, a fragilização da democracia por conta da apropriação indevida dos dados dos cidadãos votantes de todo um país.

O perigo existe por conta de interesses subjacentes, mas também por se tratar de grandes empresas de tecnologia que podem se apropriar de dados para eleger um presidente através de *fake news*, tecnologias algorítmicas, mídias e marketing manipuladores, com uma linguagem altamente direcionada e personalizada de acordo com cada perfil de eleitor, a fim de mudar o posicionamento político dos eleitores que são contrários às premissas de determinados candidatos. Nesse trabalho, apontamos que isso ocorreu precisamente com referência às políticas neoliberais de Trump, impactando eleitores indecisos.

O intuito deste trabalho é responder se esse tipo de prática pode contribuir para a fragilização da liberdade e democracia em uma sociedade, e também observar se violam direitos de liberdade do indivíduo. Para tais fins, será feita uma explicação comparativa entre o marketing legal e o marketing político usados na campanha de Donald Trump, em 2016,

ressaltando o perigo da disseminação da desinformação através das *fake news* e o peso que a apropriação dos dados online tem no marketing político em um processo eleitoral.

Na construção do trabalho, será abordada a participação da Cambridge Analytica (CA), empresa responsável pela campanha presidencial de Donald Trump, uma empresa de comunicações que era líder mundial em dados na época.

Já na segunda parte deste trabalho será feita uma breve contextualização a fim de abordar de forma direta o declínio hegemônico dos EUA, onde a crise de 2008 contribuiu para este processo, influenciando o enfraquecimento da democracia mundo afora.

Além disso, nesta mesma etapa será contextualizado de forma breve o aumento de fraude em eleições e alguns conceitos de democracia para se tornar mais compreensível quando falarmos no decorrer do trabalho sobre a fragilização da democracia através da invasão da privacidade do indivíduo.

O terceiro capítulo aborda a estruturação da base teórica do trabalho, onde o Neoliberalismo e o Liberalismo serão utilizados como principais teorias implementadas, a fim de abordar se a liberdade e privacidade dos indivíduos são prejudicadas com a interferência de grandes empresas de tecnologia. Será também abordado como têm se desenvolvido a defesa do direito à proteção dos dados do indivíduo no ambiente da Internet.

Tratar da campanha eleitoral de um candidato movido fortemente pela ideologia Neoliberal com viés de extrema direita foi um dos motivadores da escolha do Neoliberalismo como marco teórico nesta pesquisa.

No quarto capítulo, será feita uma breve explicação comparativa entre o marketing legal e o marketing político usado na campanha de Trump e junto a isso o peso que *fake news* e apropriação dos dados online tem no marketing político num processo democrático eleitoral.

A seguir, esse trabalho explora o contexto da quebra ética da democracia eleitoral na eleição de Trump em 2016, através de seu marketing, feito pela empresa Cambridge Analytica, que na época dominava o mercado de dados e se apropriou de dados online dos cidadãos, com o intuito de criar perfis psicológicos e comportamentais de cada cidadão estadunidense, a fim de mudar o voto dos eleitores indecisos a favor do republicano Trump.

O tema abordado neste presente trabalho é de extrema importância, por se tratar de uma temática que faz parte do nosso presente, a Internet e as mídias sociais. Uma era digital, que vem revolucionando o modo como a sociedade global se desenvolve, onde a Internet, as mídias sociais e o modelo de marketing político têm grande poder de mudar os rumos políticos de um país, podendo interferir no futuro funcionamento social de uma nação. O que mostra

também o peso das Mídias Sociais no meio político, é o fato das redes sociais terem se tornado local de palanque político e até de ameaças de “guerra” e retaliações entre estados.

No quinto e último capítulo será mostrado o marco jurídico da defesa dos dados dos indivíduos anteriormente à eleição presidencial dos EUA em 2016, e após isso será mostrado como os dados online e as *fake news* passaram a ter um peso de extrema importância, passando o debate para o plano da segurança nas redes sociais e Internet e o que está sendo feito em prol da proteção dos usuários na era cibernética, a fim de proteger a liberdade e privacidade dos indivíduos.

Após explicar o peso que a apropriação desses dados online tem em uma eleição presidencial e no modo como fragiliza a democracia, apontaremos quais impactos essa fragilização da democracia pode causar em uma sociedade.

Para responder o questionamento apresentado, o trabalho foca o modo como foram estruturadas e pensadas as campanhas de marketing de Donald Trump, nas quais era bastante visível que se tratava de um marketing maciço, com principal objetivo denegrir a imagem da sua concorrente Hilary Clinton usando uma linguagem exagerada, fazendo uso intensivo das *fake News*, promovendo uma espécie de lavagem cerebral em quem apoiava a sua rival.

A estratégia das “*fake news*” também foi usada por outros presidentes em suas campanhas, Jair Bolsonaro, atual presidente do Brasil, sendo um grande exemplo disso. Isso mostra como esse modelo de Marketing Eleitoral pode influenciar outros candidatos a fazer o mesmo, colaborando para a quebra democrática nas eleições presidenciais pelo mundo.

O objetivo geral do trabalho é analisar o marketing da campanha do candidato na época a presidência dos EUA, Donald Trump, a fim de mostrar os impactos que a apropriação dos dados online dos eleitores pode ter em um processo eleitoral. Com isso, os objetivos específicos são mostrar a importância e atenção que os dados online devem ter para garantir a liberdade dos indivíduos em uma democracia e mostrar como a defesa desses direitos de privacidade online tem se comportado.

O presente trabalho apresenta-se como uma pesquisa analítica, com o intuito de mostrar como a democracia pode estar sendo refém de práticas do marketing político em uma era globalizada e cibernética e o que tem sido feito para garantir a não-fragilização democrática dentro desta realidade.

Este trabalho será organizado metodologicamente através da análise de conteúdo, fazendo uso de uma variedade de fontes relacionadas com o tema na área do marketing – tais como documentários, palestras, artigos de grandes portais de notícias internacionais, que

relatavam os escândalos da pré-campanha e campanha de Trump em 2016, e também os escândalos da participação da CA na campanha, a fim de contextualizar e analisar este tema.

O *status* dessas fontes – por vezes alvo de críticas nas Ciências Sociais – se justifica pelo recorte do objeto de pesquisa e, ainda, por experiências profissionais do autor do trabalho. Documentários e notícias também carregam um peso científico, pois demandam pesquisas, conhecimentos, estruturação, análises de dados e conclusões na sua feitura, parte dos quais fornecidos por especialistas nas áreas supracitadas, de interesse para o presente trabalho.

2 CONTEXTUALIZAÇÃO: ENFRAQUECIMENTO DA DEMOCRACIA PELO MUNDO E ELEIÇÕES ANTIÉTICAS.

Esta seção de contextualização tem como finalidade abordar de forma direta e breve o declínio hegemônico dos EUA. A crise de 2008 contribuiu para este processo, influenciando o enfraquecimento da democracia mundo afora.

Além disso, será contextualizado de forma breve o aumento de fraudes em eleições e alguns conceitos de democracia, para enfatizar a abordagem que, no decorrer do trabalho, enfatiza a fragilização da democracia através da invasão da privacidade do indivíduo.

O surgimento dos EUA como uma grande potência teve como maiores fatores o poder econômico, militar e político, sendo estes até então os pilares identificadores de um *hegemon*.

Oliveira; Malheiros; Mayo (2009) usa o conceito de ciclos hegemônicos de Immanuel Wallerstein. Na visão de Wallerstein, a ascensão de uma potência é acompanhada de uma acumulação de capital e protagonismo na divisão internacional do trabalho, adquirindo eficiência financeira e se tornando o “guia” de uma ordem em escala global.

O processo de fortalecimento dos EUA como uma superpotência resulta em uma larga zona de influência deste sobre outros países, onde suas regras se tornam garantidoras de seus interesses, restringindo a liberdade do mercado no intuito que funcione ao seu favor.

São fatores como estes, característicos do poder hegemônico, tais como a liderança política e ideológica que, segundo Wallerstein, contribuíram para um declínio relativo dos EUA no futuro. Com o passar do tempo, a liderança persuasiva dos EUA no âmbito global passa a ser menos eficiente (OLIVEIRA; MALHEIROS; MAYO, 2009, p. 04-05). Ou seja, quando a hegemonia dos EUA passa a ser percebida por outros estados como em processo de fragilização, o *status* dos EUA passa a lentamente declinar, pondo em risco sua força hegemônica no sistema internacional, mesmo sendo referência em poder militar, econômico e militar.

Contribuindo para esse enfraquecimento, um fator importante é a crise de 2008. O preço do petróleo aumentou subitamente, afetando os mercados de todo o mundo, sem contar as crises das hipotecas que se iniciaram no mercado imobiliários estadunidense.

Diante deste cenário econômico, a recessão é um risco que se mostra possível na economia norte-americana. A crise das hipotecas, aliada à do petróleo, dificultaria uma possível revirada na economia: as hipotecas corroem o consumo e o petróleo incendeia a inflação. Os juros, se utilizados para conter a inflação, teriam um impacto colateral sobre a atividade econômica (OLIVEIRA; MALHEIROS; MAYO, 2009).

Concomitantemente ao enfraquecimento hegemônico dos EUA, outra questão que se permanece saliente são acusações de fraudes dentro de processos eleitorais – no caso dos EUA, associado com a eleição de George W. Bush em 2000, que terminou após as urnas serem computadas, por veredito da Suprema Corte.

Identifica a possibilidade de crise da legitimação eleitoral quando o maquinário democrático é empregado para legitimar um líder já previamente escolhido, por meio de eleição aparente, o que caracterizaria fraude eleitoral, que resvala para a fraude à Constituição. São utilizados recentes exemplos eleitorais: Afeganistão, Irã, Equador, México, Venezuela, Ucrânia, Itália e EUA. Nesses países o processo eleitoral ocupou o centro das atenções por ocasião de acusações da ocorrência de fraude (TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (TSE), 2010).

Em escala global, processos eleitorais passam a ser crescentemente monitorados, à medida que acusações de fraudes eleitorais se acumularam, enfraquecendo a ideia de proteção e seriedade nas eleições. Em uma era cibernética, o uso antiético de tecnologias algorítmicas nas eleições se tornou fator decisivo dos processos eleitorais, como no caso do estudo de caso abordado neste trabalho, a eleição presidencial de Donald Trump em 2016 nos EUA.

Como neste trabalho se fala na fragilização da democracia por conta da invasão da privacidade do indivíduo, vale ressaltar alguns pontos da democracia aqui abordada. A visão de democracia adotada neste trabalho se alinha com as noções de Gutman e Freeman. No livro “Estudos Eleitorais do Tribunal Superior Eleitoral”, (2010) Gutman defende uma democracia que pressupõe a participação popular efetiva, onde o eleitor não seja visto como apenas um eleitor, mas sim, com um indivíduo autônomo. Já Freeman defende a democracia como condicionada com a obrigação do governo em possibilitar a efetivação dos direitos.

Ou seja, ao falar sobre a fragilização da democracia no decorrer do trabalho, tem-se em mente que a democracia abordada está atrelada a essas ideias de que o eleitor não pode ser tratado com apenas uma peça neste jogo e que o governo deve ser condicionado à proteção do indivíduo nestes processos, pois as eleições são atos diretamente voltada para política, logo, neste processo, os eleitores devem ter sua proteção garantida.

3 MARCO TEÓRICO: LIBERALISMO, NEOLIBERALISMO

Neste capítulo, apresentaremos o marco teórico do presente trabalho, através da comparação de duas correntes filosóficas: o Liberalismo e o Neoliberalismo. Ambas perspectivas como referência para autores pertencentes a diferentes ciências sociais – incluindo as Relações Internacionais.

Não é nosso objetivo nesse trabalho recapitular todas as particularidades da vasta apropriação das filosofias liberais e neoliberais em nosso campo de estudos. À guisa, pois, de esclarecimento, ressaltamos que as duas perspectivas filosóficas foram desenvolvidas, em boa parte de sua trajetória, *fora* dos parâmetros dos “debates formadores” das Relações Internacionais. No caso do Liberalismo, seu surgimento precedeu em muitos séculos o estudo científico das relações internacionais por uma disciplina específica. No caso do Neoliberalismo, sua aparição nas Relações Internacionais foi tardia, correspondendo às últimas décadas do século 20.

Outro reparo se faz necessário, referente à semântica desenvolvida nas Relações Internacionais. Perspectivas que são analisadas sob os rótulos alternados de “neoliberalismo” ou “institucionalismo neoliberal” – importantes nos “debates formadores” da disciplina – não necessariamente adotam para si parâmetros propostos pela filosofia Neoliberal. Grosso modo, trata-se de perspectivas teóricas de matriz liberal que – surgidas na segunda metade do século 20 – são apontadas pelos historiadores do campo como perspectivas que recuperam a herança liberal que marcou o surgimento da disciplina no imediato pós-Primeira Guerra Mundial, adaptadas para as exigências da disciplina após a “revolução” behaviorista das décadas de 1940 a 1970. A esses “novos” liberais que questionam a predominância das análises realistas das Relações Internacionais foi atribuído o prefixo “neo” – sem que haja equivalência de conteúdos com a filosofia propriamente Neoliberal, cuja trajetória ocorreu em paralelo ao propalado debate “neo-neo” das Relações Internacionais (entre o “neorrealismo” e os “novos” liberais) após o fim da Guerra Fria¹.

Para evitar essa ambivalência semântica, o presente trabalho adota como referências teóricas autores liberais e neoliberais que desenvolveram suas obras sem fazer referência às Relações Internacionais – tais como Pierre Rosanvallon e Milton Friedman.

¹ Para maiores informações, vide a abordagem feita por Nizar Messari e João Pontes Nogueira sobre esses “novos” liberalismos nas Relações Internacionais. Vide NOGUEIRA; MESSARI, 2005, pp. 59-91.

O objetivo do presente capítulo, portanto, é apresentar as chaves teóricas do Liberalismo e Neoliberalismo através de uma comparação. Vale ressaltar que o Neoliberalismo é a perspectiva teórica que proporcionará o suporte para o presente trabalho, sendo o Liberalismo abordado em caráter suplementar, quando o trabalho aborda questões tais como como direitos e liberdades dos indivíduos.

Por esse motivo, a teoria neoliberal terá uma atenção maior neste capítulo, que principia com uma breve introdução do Liberalismo, trazendo algumas visões de Rosanvallon. Em seguida, o capítulo aborda o Neoliberalismo, explorado através de um dos expoentes da escola de Chicago, Friedman, cujos pensamentos darão suporte para o entendimento de fatores tais como: a) o fortalecimento da influência de empresa(s) no caminhar da política interna e em processos democráticos, tais como eleições; b) a apropriação de dados online; e c) a quebra do direito de privacidade do indivíduo e a consequente violação de direitos.

A teoria é de extrema importância para o desenvolvimento de qualquer trabalho. A teoria nos possibilita fazer análises de diferentes marcos temporais, estruturá-los em uma ordem mais coesa, possibilitando a análise de dados importantes com relação ao assunto abordado com maior clareza e profundidade.

3.1 Liberalismo

O Liberalismo se tornou uma das principais filosofias que conformam o imaginário da Modernidade – especialmente na Europa e América do Norte. Tendo por pontos focais a centralidade do indivíduo, versa sobre a construção de sociedades condizentes com a liberdade, a legitimidade das instituições de governo e também a natureza do próprio Estado. Os liberais possuem uma visão relativamente otimista sobre as relações sociais, onde o direito do indivíduo e a razão humana são fatores de extrema importância para o caminhar de uma sociedade política, a fim de coadunar fatores internos de um estado com a preservação dos direitos do indivíduo.

Tendo em vista estas concepções, é perceptível a importância que o Liberalismo atribui a fatores como a liberdade do indivíduo, se referindo à sua liberdade de escolha. O Liberalismo não prega somente a liberdade, mas também a importância e necessidade da defesa dos direitos do indivíduo dentro do contrato social.

Somos livres porque somos dotados da capacidade de decidir o que é bom e justo como indivíduos e membros de uma comunidade. O liberalismo foi uma visão de mundo excepcionalmente inovadora para seu tempo, pois defendia a noção de que os seres humanos são, também, iguais na medida em que todos possuem, por natureza, a mesma capacidade de descobrir, compreender e decidir como alcançar a própria felicidade. Essa igualdade se traduzia na noção de que todos os seres humanos são detentores de direitos pela simples razão de terem nascido. Os chamados *direitos naturais* a vida, a liberdade e a propriedade passariam a representar o fundamento filosófico mais importante das teorias liberais modernas, em especial aquelas que defendiam a ideia do contrato social (NOGUEIRA; MESSARI, 2005, p. 59).

No livro “O Liberalismo Econômico: História da Ideia de Mercado”, Rosanvallon (2002) expõe diferentes dimensões do Liberalismo desenvolvidas ao longo da Modernidade:

- 1) Liberalismo Econômico, que se conecta com fatores associados ao mercado;
- 2) Liberalismo Político, seguindo a ideia de que mesmo a política estando envolvidos com uma multiplicidade de fatores, é necessário garantir os direitos dos indivíduos;
- 3) Liberalismo Moral, que possui um caráter quase laxista.

Neste mesmo livro, Rosanvallon afirma que o Liberalismo Econômico passa a ganhar maior força em relação ao Liberalismo Político pelo motivo de que o pilar econômico passa a ser o regulador da sociedade, justamente pela falta de auto-regulação em relação ao contrato social, pois passa a ser aplicada na sociedade sem mediações, através de relações despersonalizadas que geram equilíbrios sistêmicos mesmo que não haja um controle central.

Por isso, Rosanvallon diz que o Liberalismo Econômico possui uma problemática que diz respeito à regulação social e política conjuntamente. Por conta do enfraquecimento do Liberalismo Político, que defende com mais força o direito do cidadão, o direito de liberdade e privacidade do indivíduo passa a ser mais precário.

Nesse sentido, na visão liberal, se percebe que o fortalecimento de uma dimensão (Liberalismo Econômico) enfraquece outra (Liberalismo Político), resultando em um desequilíbrio com relação ao desenvolvimento da proteção e manutenção do direito dos indivíduos dentro do cenário do fortalecimento do Liberalismo Econômico, pois é a esfera política que garante a proteção da sociedade.

3.2 Neoliberalismo

O Neoliberalismo teve início no cenário pós II Guerra Mundial. Com o avanço da globalização, houve uma transformação nas relações entre países, estruturas políticas e também na administração econômica dos Estados, além da mudança no modo das pessoas compreenderem o mundo, causando também impactos sociais entre indivíduos.

Desde que se tornou evidente a globalização de processos e estruturas sociais, abalando territórios e fronteiras ou soberanias e hegemônias, multiplicaram-se as controvérsias e os estudos, tanto quanto as inquietações e as perspectivas, sobre as configurações e os movimentos da sociedade, em âmbito local, nacional, regional e mundial (IANNI, 1998).

No livro “O Neoliberalismo: História e Implicações”, Harvey (2008) afirma que o Neoliberalismo se entende como uma teoria que engloba práticas político-econômicas onde o bem-estar e valores sociais do indivíduo seriam mais eficientes caso houvesse a promoção simultânea da proteção da propriedade privada, a desregulamentação dos serviços e políticas públicas tornados mecanismos de livre mercado e a promoção do comércio mais desimpedido.

Dentro da corrente teórica neoliberal, o papel econômico e comercial deveria ser atribuído à esfera privada. O Estado deveria se distanciar de fatores comerciais e econômicos, tendo como foco maior sua funcionalidade para a promoção dos direitos básicos, como saúde, educação, proteção, direitos de propriedade individuais. Além disso, ser o responsável por assegurar o funcionamento de práticas neoliberais, a fim de intervir minimamente no mercado, procurando manter a ordem de uma forma que tais práticas podem se manter de pé.

O papel do Estado é criar e preservar uma estrutura institucional apropriada a essas práticas; o Estado tem de garantir, por exemplo, a qualidade e a integridade do dinheiro. Deve também estabelecer as estruturas e funções militares, de defesa, da polícia e legais requeridas para garantir direitos de propriedade individuais e para assegurar, se necessário pela força, o funcionamento apropriado dos mercados [...] mas o Estado não deve aventurar-se para além dessas tarefas. As intervenções do Estado nos mercados (uma vez criados) devem ser mantidas num nível mínimo, porque, de acordo com a teoria, o Estado possivelmente não possui informações suficientes para entender devidamente os sinais do mercado (preços) e porque poderosos grupos de interesse vão inevitavelmente distorcer e viciar as intervenções do Estado (particularmente nas democracias) em seu próprio benefício (HARVEY, 2008, p. 03).

Pode-se perceber então um processo onde a esfera privada passa a ganhar bastante força nas questões econômicas, passando a interferir até em discussões que se diz respeito ao Estado. A participação da empresa CA na campanha eleitoral de Donald Trump é um reflexo

de mudanças causadas pelo Neoliberalismo: uma grande empresa influenciando no resultado de uma eleição presidencial, no caso a eleição presidencial dos EUA no ano de 2016.

Para focar a eleição presidencial de 2016 nos EUA, faremos uso do instrumental teórico desenvolvido pelo Neoliberalismo de Milton Friedman.

3.3 Principais pontos neoliberais de Milton Friedman

Milton Friedman, um opositor das políticas governamentais simbolizadas pelo Keynesianismo, nasceu em Nova York, sendo filho de imigrantes europeus, foi um economista escritor norte-americano que teve grande influência dentro da escola de Chicago, sendo considerado um líder da economia desta escola, onde lecionou por aproximadamente 30 anos, sendo considerado um dos melhores economistas do século ao receber o Prêmio Nobel de Ciências Econômicas (1976). Alguns de seus objetos de interesse acadêmicos incluíram análises sobre as teorias do consumo, teoria da moeda e história monetária.

Em suas principais obras, Friedman procurava entrelaçar a liberdade com a economia, não se limitando à economia “pura”, acrescentando em suas análises fatores tais como a liberdade para atrelar a economia à política numa articulação de economia política.

A obra mais conhecida de Milton Friedman chama-se *Capitalismo e Liberdade* e foi originalmente publicada nos Estados Unidos em 1962. Essa obra alcançou grande repercussão, pois seu autor não se limitou a discorrer sobre economia pura. Numa linguagem coloquial, Friedman aborda questões como a da relação entre liberdade econômica e liberdade política, o papel do governo numa sociedade livre, política fiscal, educação, monopólio, distribuição de renda, bem-estar social e combate à pobreza (FRANCO, s.d, p. 06).

Friedman para alguns é totalmente adepto do Liberalismo, porém seu lado liberal renovado tende a ir para o lado neoliberal, como diz Figueiredo (2009, p. 126): “*Um liberalismo, portanto, renovado e que se concretizará política e socialmente na forma do neoliberalismo*”.

Nos anos 70 e 80, Friedman produziu duas séries de TV, chamadas “*Liberdade para Escolher*” e “*A Tirania do Status Quo*”, onde demonstra sua opinião com relação à liberdade e à economia: “*Ele demonstrou como a economia de mercado pode trazer mais prosperidade e riqueza para os indivíduos do que qualquer outra forma de organização social*” (pois o livro de Milton Friedman *Capitalismo e Liberdade* organizado por Franco (s.d, p. 08).

Vemos na visão neoliberal de Friedman pontos centrais tais como a diminuição do Estado, a defesa incontestada da liberdade dos indivíduos para perseguir seus objetivos e a

afirmação de que nenhum outro mecanismo é mais efetivo para a organização e desenvolvimento do que a economia de mercado.

Sabe-se que a economia de mercado, em um cenário globalizado e um capitalismo fortemente centrado na estrutura do mercado mundial, está grandemente ligado ao âmbito privado, ou seja, às empresas. Tais passam a ganhar influência e mais liberdade de atuação dentro dos estados, obtendo até mesmo uma grande influência na política interna de um país.

Percebe-se, no decorrer da história do capitalismo neoliberal, que diversas temáticas têm sido modificadas com o tempo, como por exemplo, o direito trabalhista. Nesse cenário, o poder sindical passa a ganhar influência em discussões neoliberais. A visão neoliberal afirma que demandas trabalhistas, como garantia do salário mínimo e garantia de direitos dos trabalhadores, são itens que cabem aos sindicalistas lograr, não obrigações do setor privado.

Na perspectiva dos neoliberais, os sindicatos é que devem assumir toda a responsabilidade pela criação das condições para o pleno emprego da mão-de-obra. Quer dizer: enquanto houver trabalhadores desempregados, os sindicatos têm de aceitar a redução dos salários nominais. Este seria o único meio de forçar a mobilidade da mão-de-obra entre as indústrias e de elevar as margens de lucro, redistribuindo os trabalhadores de modo que a distribuição da oferta de mão-de-obra acompanhe a distribuição da respectiva procura, favorecendo assim o aumento desta por parte das empresas. Friedrich Hayek afirma abertamente: "é necessário que a responsabilidade de estabelecer um nível de salários compatível com um nível de emprego elevado e estável seja de novo firmemente colocada onde deve estar: nos sindicatos" NUNES (s.d, p. 435).

Sabemos que o tema abordado neste trabalho não está ligado a questões sindicais, porém é uma menção interessante para termos maior conhecimento de como um pensamento teórico influencia em uma multiplicidade de questões, como fragilização dos direitos, valores sindicais e até mesmo a democracia. Em algumas das páginas anteriores, vimos que o Neoliberalismo passou a moldar o modo de pensar da sociedade, e é justamente por conta disso que fizemos tais posicionamentos e citações, a fim de mostrar seus impactos em diferentes dimensões da vida em sociedade.

O Neoliberalismo não causou impactos somente nas estruturas políticas, econômicas e comerciais, mas também na mentalidade de agentes da sociedade internacional, resultando em governos, governantes e até mesmo candidatos à presidência com um raciocínio de distanciamento dos direitos e aproximação de fatores empresariais e econômicos, levando mais em consideração esses fatores como guia de suas propostas. Tal afirmação fica mais visível quando se trata de um empresário multibilionário de extrema direita, como por exemplo o até

então candidato à presidência dos Estados Unidos, Donald Trump, que é um dos focos principais deste trabalho.

Como já foi visto, é perceptível que a liberdade está presente na maioria dos pensamentos teóricos de Friedman, pois para ele a liberdade de um pode afetar a liberdade do outro, sendo necessário ter uma regulamentação nesse processo. Friedman mostra em suas obras a liberdade em diversos contextos, como político, econômico e até no mercado, aplicando a sua visão de liberdade até mesmo dentro do comércio internacional.

Em relação ao comércio internacional o princípio da liberdade também deve dirigir o processo. Não deve haver taxas para dificultar a entrada de produtos de outros países, se um país consegue vender a um melhor preço significa que possui melhor produtividade no setor, portanto a criação de tarifas é um elemento que interfere na comercialização livre, de modo que prejudica quem possui melhor produtividade, da mesma forma que prejudica quem possui menor também, pois cria uma vantagem “artificial” no processo de concorrência, fazendo com que os produtores de menor eficiência na produção não aumentem ou melhorem essa eficiência (SILVA, 2011, p. 160).

Para se ter liberdade dentro de uma estrutura social e política, Friedman diz que o mercado e seus mecanismos são essenciais e de maior importância quando se diz respeito à liberdade aos indivíduos (SILVA, p. 166).

A visão de liberdade de Friedman tem uma grande importância na análise deste trabalho, pois o processo que será analisado aqui se remete a práticas de marketing que violam a liberdade e privacidade do indivíduo, onde dados online de eleitores estadunidenses foram usados e lidos por um algoritmo inteligente e poderoso criado pela empresa CA com o intuito de mapear o perfil psicológico e comportamental das pessoas. Esses perfis psicológicos e comportamentais eram fornecidos pelo algoritmo para a equipe de marketing de Trump conseguir segmentar (direcionar) posts, vídeos, *fake news* e campanhas de marketing para pessoas que estavam em dúvida em quem votar. Era usada uma linguagem altamente persuasiva e com gatilhos mentais, com o intuito de fazer uma espécie de lavagem cerebral nesses indivíduos para os convencer a votar a favor no candidato republicano. Claramente é uma situação onde direitos foram quebrados, pois o voto é um direito especial e livre, fragilizando ainda mais a liberdade da população votante dos EUA.

Este capítulo, através da exposição das filosofias do Liberalismo e Neoliberalismo mediante uma comparação entre as teorias de Rosanvallon e Friedman, apresentou as bases teóricas que serão utilizadas na análise da eleição nos Estados Unidos em 2016, com o foco no uso de informações privadas em meio digital pela campanha de Donald Trump.

4 MARKETING LEGAL E O MARKETING DE DONALD TRUMP: FAKENEWS E OS DADOS ONLINE.

A trajetória da globalização acarretou diversas mudanças dentro do cenário internacional, inclusive mudanças no mercado, comércio, políticas, relações entre estados, tecnologia e até mesmo no modo de pensar das pessoas. Isso ocorre por conta dos impactos da globalização na estrutura de diferentes sociedades, bem como suas interações.

No âmbito dessas mudanças, vale destacar as transformações no modo como as campanhas eleitorais passam a serem feitas, como por exemplo a campanha eleitoral de Donald Trump para a presidência dos EUA em 2016, que é o objeto de estudo deste trabalho.

Ainda nos referindo a impactos da globalização, é perceptível o avanço tecnológico da Internet em escala mundial através do surgimento de diversas redes sociais e de comunicação, tais como *Facebook*, *Google*, *TikTok*, entre diversos outros.

O surgimento das redes sociais passa a ter impactos não apenas na vida pessoal dos indivíduos; também se tornam um mecanismo poderoso usado para a promoção de candidatos políticos, causando então uma mudança no “fazer política”.

A campanha de Trump em 2016 foi envolvida em diversas polêmicas, referentes ao modo como seu marketing político foi pensado e aplicado e como suas estratégias de comunicação em massa foram utilizados.

Tamanha polêmica foi motivada por conta da apropriação de dados online dos eleitores estadunidenses, envolvendo grandes nomes como Facebook e a grande empresa Cambridge Analytica e também por conta das notícias falsas, as famosas *fake news*.

É importante ressaltar que há uma enorme diferença entre o marketing legal e o marketing político usado pela equipe eleitoral de Donald Trump.

Todo esse universo da internet em expansão mudou a forma de acesso, a mobilidade, os usos, a influência e o peso do universo digital em nossas vidas.

Segundo Churchill e Peter (2012): “*A essência do marketing é o desenvolvimento de trocas em que organizações e clientes participam voluntariamente de transações destinadas a trazer benefícios para ambos*”. Ainda segundo Churchill e Peter o marketing é movido pela tarefa de satisfazer as necessidades dos possíveis compradores de um serviço ou produto, ou seja, satisfazer os desejos destes que incluem bens e serviços específicos.

Churchill e Peter apresentam alguns tipos de marketing, como por exemplo o marketing de: produto, serviço, pessoa, lugar, causa e organização. Resumindo, a lógica do

marketing legal é descobrir o que os potenciais clientes precisam e desejam, produzir serviços ou bens que irão satisfazer estas vontades e oferecer a estes potenciais clientes.

O marketing legal utilizado hoje é o marketing *inofensivo*, onde empresas ressaltam aspectos positivos de seus serviços ou produtos através de campanhas de marketing, anúncios patrocinados, direcionados especificamente para um tipo de público, ou seja, o público alvo. Na linguagem do marketing, essa estratégia se chama *segmentação*.

A segmentação basicamente se articula através da exposição de um produto ou serviço para um grupo de pessoas que possuem maior probabilidade de querer consumir os mesmos, possibilitando às empresas usar uma linguagem mais apropriada e personalizada para o seu público alvo, para finalmente assegurar a venda do produto ou serviço oferecido.

De acordo com Torres em seu livro digital chamado “A Bíblia do Marketing Digital” (2018) “...quando falamos de marketing, não se iluda, estamos falando também de vendas, de atrair novos clientes, de fidelizar os atuais, enfim, de fazer negócios”.

Para fazer este direcionamento personalizado através da segmentação, as empresas que fazem estes anúncios patrocinados em momento algum têm acesso direto às informações exatas dos dados online dos potenciais consumidores; muito menos estão se apropriando deles de forma antiética. Isso porque a segmentação se dá através de dados demográficos, tais como: localizações, interesses, gênero, faixa etária, entre alguns outros. Criando o público, os algoritmos de anúncio (por exemplo, do *Facebook* e *Google Ads*) irão mostrar o anúncio para as pessoas que se enquadram nesse perfil.

Vale ressaltar que a palavra Ads, abreviação do inglês “advertisement”, se remete a anúncios, sendo as plataformas de criação e gerenciamentos de anúncios patrocinados de redes sociais tais como Facebook e Google. Nesse sentido, não há vazamento dessas informações, pois as empresas que usufruem dos anúncios patrocinados não têm acesso direto aos dados online das pessoas, ou seja, não há a quebra da privacidade e liberdade do indivíduo, que não têm suas informações pessoais online usurpadas.

Em contrapartida, as ações de Trump desde a pré-campanha motivaram diversas polêmicas. Um fato curioso é que tais polêmicas faziam parte da estratégia de sua campanha.

Levando em consideração, que até então, o bilionário não possuía grande visibilidade eleitoral, o uso de frases, afirmações, notícias falsas (*fake news*) e propostas políticas impactantes e extremas durante a pré-campanha (intensificados durante a campanha) faziam parte da estratégia de conseguir essa visibilidade ausente. Um dado relevante é que veículos de

mídia tradicionais não era simpatizantes de Trump, daí sua opção por investir maciçamente em *novas mídias*.

Podemos citar uma de suas falas impactantes, sensacionalistas e polêmicas durante o debate com Hillary Clinton, na qual defende que deve ser construído um muro dividindo os EUA do México. Tal notícia ganhou repercussão no mundo todo instantaneamente:

Tem muita gente ruim no nosso país, traficantes de drogas e criminosos. É preciso construir o muro fronteiro e proteger a fronteira. Atualmente temos alguns *bad hombres* (homens maus) e precisamos mandá-los embora”, disse Trump, misturando por um instante o inglês e o espanhol, ao justificar sua ideia de construir uma barreira física separando os EUA do México (El País. ALONSO, 2016).

Os resultados desta estratégia obtiveram grandes êxitos. Donald Trump começa a ganhar bastante engajamento com a “ajuda” da mídia que tanto o criticava, resultando em seu nome sendo repetido a todo momento nas manchetes e mídia com suas polêmicas, o que fez que cada vez mais pessoas comessem a simpatizar com os seus ideais.

Apenas com essas informações já se pode tirar algumas conclusões com relação a própria índole do candidato Trump, mostrando ser uma pessoa radical, pouco simpatizante de fatores como a liberdade e que se mostrou ser capaz de fazer qualquer coisa pelo poder.

A afirmação de que Trump não é um grande simpatizante da liberdade e privacidade se fomenta nas práticas de seu marketing político em sua campanha eleitoral, onde houve o uso maciço de notícias falsas e a apropriação de dados online dos eleitores estadunidenses por parte de uma grande empresa de dados online, a Cambridge Analytica. Podemos dizer que tais práticas podem colaborar para uma possível fragilização da democracia. Mais adiante, abordaremos alguns fatores que podem causar esta fragilização democrática.

Fake news, um termo que foi bastante discutido por sua complexidade e impacto causados na eleição presidencial dos EUA em 2016 e em algumas partes do mundo, foi definido por Matias (2019 apud Barbosa, 2018, p. 12) como” ... *ato de propagar notícias falsas que podem estar ligadas a diversos motivos, entre eles estão interesses políticos ou manipulação da opinião pública*”.

Afim de mostrar o poder da disseminação de fake news, vale citar a campanha de Bolsonaro em 2018 onde o alcance de suas fake news ultrapassaram as notícias da mídia em quase três vezes.

De acordo com Ferreira (2018) “*Embora o fluxo de conteúdo seja quase a metade na comparação com Lula, total de 2.805.000, e tenha um link para fake news a menos, o engajamento em conteúdo falso superou o das notícias da mídia mainstream em quase o*

triplo”. Ferreira (2018) mostra o engajamento em algumas notícias falsas feitas pela equipe de Bolsonaro na eleição de 2018, onde a notícia que diz que Bolsonaro foi o único candidato que recusou ajuda da Friboi quando deputado, esta notícia tendo tido um engajamento de 361, 1 mil.

Já no lado da eleição presidencial de Donald Trump em 2016, afim de mostrar que as fake news podem sim convencer as pessoas de sua verdade, Delmazo; Valente (2018) mostra uma pesquisa onde diversas pessoas acreditaram que a Hillary Clinton estava envolvida em uma rede de pedofilia.

Pesquisa divulgada pelo *Public Policy Polling*, em dezembro de 2016, revelou que 14% dos eleitores de Trump entrevistados acreditavam que Hillary Clinton estava ligada à rede de pedofilia dirigida a partir da pizzaria de Washington. Outros 32% não tinham certeza se era verdade ou não (DELMAZO; VALENTE (2018).

A Rússia teve uma grande participação também na disseminação de notícias falsas, onde, em apenas um mês, o *Facebook* informou ter banido mais de 400 perfis relacionados a fontes russas que gastaram mais de US\$ 100.000,00 em anúncios entre 2015 e 2017.

A Internet e as redes sociais se expandiram globalmente, colaborando positivamente para a diminuição de fronteiras entre povos por conta da sua facilidade de conectar pessoas de todo o mundo simultaneamente. Aproveitando a facilidade de comunicação e conexão, espalhar notícias se tornaram mais fácil, pois o compartilhamento de informação se dá apenas com alguns poucos cliques.

Além disso, estima-se que houve pelo menos 40 milhões de compartilhamentos de notícias falsas no Facebook durante essas eleições, com três vezes mais notícias falsas pró-Trump que pró-Clinton (ITUASSU et al., 2019, p. 09).

Sabendo disso, a equipe de marketing de Trump passa a fazer o uso desacerbado de notícias falsas a fim de atacar a sua maior rival, Hillary Clinton, de forma polêmica e com o intuito de denegrir a imagem de sua rival para convencer cada vez mais os eleitores de Hillary a votarem em Trump. Foi aí que o termo *fake news* ganha mais força e repercussão.

Os resultados confirmam que informações veiculadas de forma contínua são capazes de apresentar retornos significantes dos recursos empregados em cada caso. Surge, então, a figura das fake news, que foram utilizadas tanto para tentar manipular as informações com intenção de macular a imagem dos adversários políticos, quanto serviram de recurso para divulgar os planos e ações dos candidatos, impulsionando as campanhas, formando uma grande massa de apoiadores daquela candidatura (MATIAS, 2019, p. 06).

Não seria exagero dizer que a evolução da Internet, das redes sociais e o aumento de seu acesso são os maiores causadores do aumento dessas práticas dentro de eleições políticas, pois tem um grandioso poder em mudar rumos políticos, afetando diretamente nas motivações e razões do voto dos eleitores.

Quando se observa o crescimento significativo do número de usuários de redes sociais tais como o Instagram, Facebook, WhatsApp e Twitter, e sabendo do aumento expressivo das taxas de acesso à internet, é que se entende o quanto as redes sociais são relevantes nesse processo. Mesmo que outros meios de comunicação, aqueles mais tradicionais e o tempo de propaganda política ainda sejam bons recursos na hora de definir o voto do cidadão, essas redes sociais representam uma recente e crescente fonte de informação para o eleitor (MATIAS, 2019, p. 06).

Vale ressaltar que o mundo tem total ciência de que a Internet e redes sociais trouxeram diversos benefícios, porém, seria errado dizer que não houveram malefícios por conta do seu uso tendencioso e práticas ruins.

A manipulação da opinião pública através de notícias falsas não agrega nada ao fortalecimento da democracia de um estado, pois tal prática só resulta em maiores conflitos entre os cidadãos, fomentando desordem. *Fake news* podem gerar uma grande contribuição para a fragmentação de uma sociedade e conseqüentemente para a fragilização da democracia; algo mais conturbador e perigoso do que apenas disseminar inverdades.

Bernardes (2015, p. 51) ressalta que o acesso à informação pública é um direito fundamental e fortalecedor da democracia: “*O direito de acesso à informação pública é um corolário do princípio democrático, que desnuda o agir do agente público, representante da vontade do povo, o verdadeiro titular do poder.*” O indivíduo é um agente participativo dentro de um país, logo estes devem estar inseridos na estrutura fundamental do Estado e da Constituição. Assim, tem-se que o direito de acesso à informação pública configura-se em um direito fundamental individual e coletivo, resguardado no texto constitucional e essencial para a instrumentalização da democracia (Ibid., p. 61).

Fake News representam uma ameaça à democracia de uma sociedade, por serem mecanismos que possuem a capacidade de distorcer a realidade e verdade, prejudicando na qualidade de informação dos indivíduos, sendo o acesso à informação um direito fundamental. A disseminação de notícias falsas afeta não somente o processo eleitoral (que, em teoria, deveria ser um processo democrático), mas acaba também afetando a ordem social. Com tantas notícias de conteúdo duvidoso percorrendo os dispositivos móveis dos cidadãos, estes acabam prejudicados no processo de análise e decisão do voto – como no caso estadunidense – resultando em uma sociedade fragmentada, segregada e conseqüentemente fragilizada. A

polarização se intensifica, num cenário onde cada um acredita na verdade que quer e entram em conflitos e discussões políticas com outras pessoas que também defendem verdades que não são tão verdadeiras.

Este cenário social onde cada um quer defender a sua verdade com unhas e dentes mostra claramente o que Friedman defende ao dizer que a liberdade de um atinge a liberdade do outro, resultando na perda da liberdade de todos lados. Friedman defende a ideia de que a liberdade é válida enquanto a mesma não limitar a liberdade de outros indivíduos ou setores.

Para Friedman, a liberdade é uma situação de causa e efeito, na qual um lado, ao ter liberdade, pode afetar a liberdade de outros na ausência de alguma regulamentação. Friedman mostra tal posicionamento ao argumentar sobre a liberdade dentro da relação entre indivíduos numa situação de mercado.

Friedman enxergava a atuação do estado na economia nesse sentido, de liberar os entraves para a liberdade dos agentes enquanto elementos que não devem sofrer nenhum tipo de coação do mercado, e que não devem ser afetados em sua liberdade pela ação de outros agentes (SILVA, 2011, p. 159).

Uma sociedade fragmentada vai totalmente contra o caminhar da democracia, pois quanto mais a liberdade se enfraquece mais fragilizada a democracia se torna.

Agregando à análise já feita, pode-se dizer que tais práticas de *fake news* e também a apropriação de dados online, que será discutido no próximo tópico, contribuem para o incentivo de outros governos usarem estes mesmos mecanismos de campanha, sendo um fator a mais que pode colocar a democracia em jogo, porém em uma escala maior.

Mesmo que de maneira diferente das práticas eleitorais da campanha de Donald Trump, pode-se citar a campanha eleitoral de Bolsonaro no Brasil em 2018, onde houve semelhança com o marketing político de Donald Trump no que diz respeito ao uso desacerbado da disseminação de notícias falsas, porém com a ajuda computacional com o uso de robôs através do aplicativo *WhatsApp*.

[...] a propaganda computacional na forma de robôs atuando em rede, *fake news* e manipulação por meio de algoritmos passaria a desempenhar um papel central no sistema político brasileiro e, de fato, a comunicação política digital da campanha vitoriosa de Jair Bolsonaro apresenta indícios claros de propaganda computacional ARNALDO (2018, apud ITUASSU, et al 2019, p. 09).

Ao contrário do marketing político de Trump em 2016, a campanha de Bolsonaro em 2018 não foi feita com o uso direto do *Facebook*, mas sim através do *WhatsApp*, ou seja, não

houve estratégias de micro direcionamento de anúncios pagos, mas sim o uso da disseminação da desinformação. Segundo Ituassu et al (2019, p. 11) “*No Facebook, o monitoramento sugere que, no Brasil, não foi utilizada uma tática de propaganda como a da campanha de Donald Trump, em 2016, com envio de propaganda microdirecionada*”.

Até o momento, percebemos que o modo de fazer política em alguns cantos do mundo tem mudado, mediante ações de marketing político que se tornaram mais radicais e antiéticas em alguns casos. Porém, mesmo sabendo que as *fake news* podem causar tantos impactos negativos, o lado mais sombrio do processo está na apropriação de dados online dos eleitores, forma de marketing político invasivo que trabalha diretamente com a psicologia dos eleitores sem seu consentimento, através de algoritmos poderosos.

Na eleição de Donald Trump em 2016, a estratégia de apropriação de dados online dos eleitores estadunidenses teve a participação do *Facebook* e da CA, que logo em seguida foi fechada e declarou falência por conta de toda a polêmica causada na eleição de Trump.

A decisão de fechar as portas no Reino Unido e Estados Unidos a pedir a insolvência já tinha sido anunciada pela empresa, na sequência das notícias sobre o uso indevido de dados de 87 milhões de utilizadores do Facebook para utilizar em campanhas políticas e ajudar Donald Trump a conquistar a Casa Branca (CARDOSO, Margarida, 2018).

Claramente o facebook foi bastante beneficiado quando se diz respeito a sua captação monetária por consequência da eleição presidencial de Donald Trump em 2016. No final de 2016 a margem operacional foi de 35% para 45 % com relação ao ano de 2015. Uma prova de que o facebook teve um aumento em seus lucros foi o aumento de verba investida em seus anúncios móveis no quarto semestre de 2016, sendo 80% acima da verba investida nesta mesma época do ano anterior. As despesas de capital no final do quarto semestre do ano de 2016 foram de US\$ 4,49 bilhões (MENLO PARK, Calif, 2017).

A partir desta polêmica da eleição presidencial de Trump associada à participação do Facebook e da CA, diversas pessoas passaram a pensar que os nossos dados online estavam sujeitos ao uso de práticas sujas e antiéticas e que a democracia poderia estar correndo algum perigo com estas práticas.

4.1 Cambridge Analytica e a Apropriação de Dados Online: a Fragilização da Democracia

Para se ter noção de como ocorreu esta apropriação dos dados online dos eleitores estadunidenses, deve-se entender melhor sobre o que foi a empresa Cambridge Analytica.

Segundo o portal de notícias BCC News Brasil (2018) a CA foi uma empresa de análise de dados que trabalhou com o time responsável pela campanha do republicano Donald Trump nas eleições de 2016, nos Estados Unidos, após ter – de acordo com o jornal The Guardian – sido contratada pelo grupo que promovia o *Brexit* (a saída do Reino Unido da União Europeia). Ainda segundo o portal de notícias BBC News Brasil (2018) “*A empresa é propriedade do bilionário do mercado financeiro Robert Mercer e era presidida, à época, por Steve Bannon, então principal assessor de Trump*”.

Como analisado anteriormente, práticas políticas como estas passam a influenciar outros governos e candidatos a usar a mesma estratégia em outros contextos. São perceptíveis os impactos que este tipo de tecnologia e tecnologias no geral podem ter ao redor do mundo, podendo influenciar em processos de tamanha delicadeza e complexidade em outros países.

Esta empresa foi acusada em se apropriar dos dados de 50 milhões de estadunidenses para, através de suas próprias tecnologias e algoritmos inteligentes, traçar perfis psicológicos e comportamentais dos eleitores de forma instantânea, com o intuito de conseguir criar campanhas de marketing com o maior êxito possível. Tal êxito poderia ser decisivo numa eleição apertada como a de 2016, com grande número de indecisos.

A Cambridge Analytica teria comprado acesso a informações pessoais de usuários do Facebook e usado esses dados para criar um sistema que permitiu prever e influenciar as escolhas dos eleitores nas urnas, segundo a investigação dos jornais The Guardian e The New York Times (BBC News, 2018).

Há quem diz que o *Facebook* não vendeu os dados para a empresa CA e que o mesmo foi apenas vítima de uma falha na segurança da proteção dos dados dos usuários.

O documentário da *Netflix* “Privacidade Hackeada” (2019) mostra que as estratégias da CA envolviam modelos computacionais e psicologia cognitiva que foram capazes de montar um perfil de personalidade para cada um dos 250 milhões de eleitores a partir de mais de 5000 diferentes dados de cada um deles. O mesmo documentário mostra uma palestra do CEO da CA, Alexander Nix, onde o mesmo diz que a CA funciona a partir de três metodologias que, quando fundidas, são capazes de mudar o modo como a política é feita: Análise de Dados (Big

Data), Ciências do Comportamento (Psicologia), e publicidade personalizada. Ou seja, é um modelo psicológico viabilizado pela ciência da persuasão.

Com um investimento de um milhão de dólares no desenvolvimento de algoritmos visando ao tratamento desses dados, a C.A. projetou uma campanha política explorando fragilidades emocionais, perfis de personalidade e até mesmo a suscetibilidade dos usuários ao medo (AGNER; HOFSTETTER, 2018).

Uma das maneiras de se obter estes dados online são através de testes psicológicos, *quizes*, aparentemente inofensivos nas redes sociais, principalmente no *Facebook*, onde através das respostas destes “joguinhos” de perguntas os dados obtidos no teste eram transferidos para um algoritmo da Cambridge Analytica, que refinava as informações coletadas – não somente das pessoas que responderam estes *quizes*, mas também de *todos os amigos* do perfil das pessoas respondentes.

A empresa teria tido acesso ao volume de dados ao lançar um aplicativo de teste psicológico na rede social. Aqueles usuários do Facebook que participaram do teste acabaram por entregar à Cambridge Analytica não apenas suas informações, mas os dados referentes a todos os amigos do perfil (BCC News, 2018).

Normalmente estes testes eram do tipo “teste a sua personalidade”, “teste do gênero”, entre outros tipos de testes, onde o algoritmo cada vez mais vai conhecendo o usuário e juntando informações pessoais, conseguindo criar um perfil psicológico comportamental de cada indivíduo, no caso, dos eleitores estadunidenses, com um grau de refinamento inédito.

Vale ressaltar que essa estratégia é apenas uma delas. O algoritmo conseguia ler e interpretar as curtidas, sabendo “ler” essas pessoas também através de seus cliques, curtidas e compartilhamentos nas redes sociais.

Ainda de acordo com o documentário “Privacidade Hackeada”, o algoritmo da CA era capaz de ir acumulando outras respostas já obtidas de cada indivíduo e através dessa junção de informações este algoritmo conseguia inferir outras informações que não necessariamente eram objeto dos testes, tais como: opção sexual, posicionamento político, tendência à depressão, ansiedade, afiliação ao Partido Democrata ou Republicano, medos, que revistas lê, que mídia consome, que hobbies pratica, religião, consumo de álcool e tabaco, entre diversas outras informações. Algo realmente assustador.

De modo a reforçar o que foi dito, Alves (2018 apud Matias, 2019, p. 17) diz que o acesso dos dados fornecidos pelo *Facebook* para a *Cambridge Analytica* fora lido por um algoritmo com capacidade de construir perfis psicográficos da população estadunidense, com a finalidade de entender e compreender os traços comportamentais dos votantes estadunidenses

para ter uma propaganda política com maior probabilidade de êxito através de anúncios patrocinados micro direcionados. Utilizando esta metodologia, os dados obtidos são cruzados e um perfil individual é criado de acordo com um modelo de personalidade. Isso gera uma comunicação única. Ou seja, sabendo o que cada um dos destinatários deseja ouvir, é possível criar mensagens, notícias falsas e anúncios patrocinados únicos e individualizados.

Estas práticas fogem da ética democrática pois quando as pessoas tem suas particularidades usufruídas por uma grande empresa em prol de eleger um presidente ou em qualquer situação, significa uma quebra enorme da privacidade do indivíduo e também da própria liberdade. Se está manipulando e modificando o processo de escolha de cidadãos que tem por direito tomar seus próprios posicionamentos, opiniões e sua opção de voto por si sós.

Como a liberdade se mostra bastante importante neste cenário, onde ocorre uma fragilização da mesma, vale ressaltar a liberdade de Friedman mencionada por Silva (2011, p. 157): *“Os agentes precisam ter liberdade econômica e política para estabelecerem suas próprias escolhas, sem interferência das ações de outros agentes ou instituições”*.

Um dos principais pontos de Friedman quando se diz respeito a liberdade é de que a liberdade deve existir e fazer parte de uma sociedade, porém a liberdade do indivíduo não pode sofrer influência ou interferência de outros agentes. Se isso ocorrer, o direito de liberdade e no caso do cenário aqui abordado, também a privacidade acaba sendo fragilizada.

Como apontamos acima, estes algoritmos possibilitavam fazer anúncios patrocinados micro direcionados. Estes anúncios micro direcionados significa que cada pessoa está recebendo anúncios patrocinados diferentes de acordo com o seu perfil psicológico e comportamental. Cada anúncio desse possui alguma notícia, vídeo ou texto pensado especialmente para cada grupo de indivíduos pertencentes a cada lado destas divisões de perfis comportamentais, a fim de mudar o processo de decisão do voto dos eleitores estadunidenses. Segundo Ituassu et al., (2019, p. 14) *“Uma campanha hipermediática produz conteúdo selecionado para audiências selecionadas e a propaganda computacional é um dos seus elementos principais.”*

Ainda segundo Ituassu et al., (2019, p. 16-17) *“A combinação de públicos fechados de posicionamento político semelhante falando entre si e compartilhando notícias ou informações de veracidade duvidosa potencializa os problemas.”*

Na prática, estes anúncios patrocinados estão manipulando também as pessoas que ainda não decidiram em quem votar, “os indecisos”. Pode-se dizer que este processo funciona como uma lavagem cerebral, onde estas pessoas são “bombardeadas” por anúncios

patrocinados direcionados que contêm mensagens, notícias falsas sensacionalistas e altamente persuasivas de forma a chegar aos eleitores certos e de maneira a favorecer o voto no candidato republicano. Ou seja, a sociedade estava sendo manipulada sem saber por poderosas inteligências artificiais algorítmicas.

No livro “O Neoliberalismo – história e implicações”, Harvey (2008) mostra que o pensamento neoliberal considera de grande importância os ideais políticos relacionados com a dignidade humana e a liberdade individual, valores essenciais de uma sociedade democrática de direito. Sabemos que a Internet trouxe diversas melhorias e que não se pode demonizar a mesma. Entretanto, o uso da mesma para manipular mentalidades e violar privacidades pode ferir a democracia a ser uma invasão de intelectos em prol do interesse de um grupo político.

Após a repercussão mundial das polêmicas na campanha de Donald Trump com o envolvimento da empresa Cambridge Analytica, o debate passa para o plano da segurança nas redes sociais e Internet, e de que forma seus usuários estão ou não protegidos na era cibernética de práticas de apropriação de dados e disseminação da desinformação em massa.

5 AS FAKE NEWS COMO DISCUSSÃO E A PROTEÇÃO DOS DADOS ONLINE

Em uma era globalizada onde tudo muda e ganha novas formas a todo momento, o mesmo aconteceu com algumas questões, como por exemplo, a proteção dos dados online e a disseminação em massa de desinformação.

Medidas passam a serem feitas com a finalidade de proteger a privacidade e liberdade do indivíduo dessas práticas que usam de forma ilegal informações de uma sociedade vulnerável para promover interesses políticos. Com o caos que tais práticas políticas causaram nos EUA e também no Brasil, engrenagens garantidoras do direito do indivíduo passaram a surgir para defender estes direitos e também a democracia.

Dentro da visão do Liberalismo, a engrenagem que garante a proteção dos indivíduos requer que toda a máquina da sociedade esteja funcionando em sintonia, ou seja, para garantir o funcionamento dos direitos do indivíduo medidas de mudanças devem ser exigidas e feitas, como por exemplo, abolir algumas práticas de campanhas eleitorais que podem denegrir a imagem do adversário político.

Após as polêmicas da campanha de Donald Trump em 2016, a empresa *Facebook* modificou a sua política para anúncios patrocinados com temas relacionados à política, aumentando o seu grau de exigências para garantir que não haverá o uso antiético da ferramenta de anúncios patrocinados.

Segundo o site oficial da central de ajuda do Facebook (2021), os anúncios relacionados à política deverão ter um aviso legal com o nome e a entidade pela qual os anúncios estão sendo pagos, caso contrário, os anúncios não serão veiculados. Vale ressaltar que todos os anúncios, aprovados ou não, ficarão disponíveis ao público, ou seja, qualquer um pode ver os anúncios que cada político está fazendo.

Esta prática é de grande importância, pois colabora com a transparência nas campanhas eleitorais digitais e por outro lado evita com que candidatos façam anúncios de má índole, já que todos podem ter acesso a eles, caso contrário, o candidato poderá sofrer represálias da sociedade e também terá a sua campanha eleitoral prejudicada.

Mesmo sabendo que dentro de uma estrutura política há diversos fatores, a garantia do direito do indivíduo deve estar ligada diretamente com o contrato social. De acordo com Rosanvallon (2002), o Liberalismo Político segue a ideia de que mesmo a política estando envolvida com uma multiplicidade de fatores, é necessário garantir os direitos dos indivíduos.

A vulnerabilidade da sociedade mostra o quanto somos sensíveis e indefesos contra estas práticas, sendo a sociedade quem sofrerá as consequências na ausência de defesa dos seus dados online e na falta de controle da disseminação de notícias falsas.

Na atual conjuntura, em que as informações têm sido disseminadas em grande quantidade e de forma muito rápida, verifica-se que pelo corre-corre do cotidiano, ou mesmo pela falta de conhecimento, as pessoas não têm se preocupado em buscar conhecer as fontes das informações que estão sendo compartilhadas a todo instante. Do contrário, repassam informações sem ao menos se preocupar com sua veracidade, atribuindo, desse modo, um certo julgamento às organizações e/ou pessoas, não se importando com as consequências morais e jurídicas que advém desse ato (MATIAS, 2019, p.12).

Esta lógica explica a necessidade do surgimento de comitês e agências que estudam e criam formas de proteger a sociedade destes tipos de ameaças.

Tendo em vista que a informação estava sendo prejudicada por conta das *fake news*, discussões passam a surgir no intuito de mitigar as problemáticas acarretadas pelas mesmas, que destruíam o discurso informado do qual necessita uma democracia em funcionamento.

Percebe-se que diversas pessoas, órgãos, institutos, Organizações Não Governamentais (ONG's) passaram a discutir as *fake news* e como acabar com elas. Segundo o projeto The Information Society Project (2017), cuja tradução livre (do autor) significa “*O Projeto Sociedade da Informação*”, apresenta algumas possíveis soluções para a disseminação de notícias falsas, as famosas *fake news*, sendo estas:

- a. Consumidores e criadores de conteúdo da Internet devem ser mais educados para saber reconhecer a procedência das fontes, a fim de saber se a notícia é verdadeira ou falsa e a não criar conteúdo falso ou de procedência duvidosa;
- b. Sistema de credenciamento para criadores e distribuidores de conteúdo, com maior supervisão social sobre estes e mais verificação de notícias/conteúdos;
- c. Uso da lei como ferramenta de neutralização das *fake news*.

Segundo o documento do projeto *The Information Society Project*, uma possível solução seria criar a possibilidade de as pessoas abrirem um recurso jurídico contra pessoas criadoras de conteúdo/notícia falsa, alegando a invasão de privacidade ou ilícitos calcados em conteúdo fraudulento. Uma medida mais severa como essa faria com que os produtores de

notícias falsas filtrassem melhor os seus conteúdos e passassem a pensar duas vezes antes de produzir notícias desse tipo.

Alguns sugeriram diminuir as proteções de responsabilidade concedidas aos intermediários, possivelmente permitindo processos por difamação. Raramente é fácil ou vantajoso para um indivíduo difamado processar o criador do conteúdo - mesmo que sua identidade possa ser verificada, o difamador pode estar sem dinheiro ou fora da jurisdição do tribunal nacional. Criar recursos contra intermediários domésticos oferece aos difamados por “notícias falsas” um caminho potencial para um recurso. O mesmo pode ser argumentado sobre reivindicações de invasão de privacidade ou outros atos ilícitos baseados em conteúdo. Presumivelmente, o aumento da responsabilidade do intermediário incentivaria os intermediários a filtrar melhor o conteúdo que permitem em suas plataformas (The Information Society Project, 2017, tradução livre, p. 09).²

Vale-se reforçar que estas soluções apresentadas anteriormente são apenas possíveis soluções que não envolvem o governo e que foram discutidas e apresentadas em um *workshop* entre a escola de Direito de Yale e o *Floyd Abrams Institute for Freedom of Expression* (na tradução livre do autor, *Instituto Floyd Abrams para a Liberdade de Expressão*).

Desse modo, estas discussões estão ganhando preocupação e importância global dentro dos âmbitos acadêmicos, jornalísticos e obviamente no âmbito político.

A despeito das questões que envolvem a ética jornalística, esse fenômeno vem adquirindo crescente atenção nos últimos anos, principalmente após a eleição presidencial dos Estados Unidos de 2016, quando as fake news foram apontadas entre os fatores determinantes para o desfecho do pleito. Desde então, elas se tornaram objeto de interesse em nível global, figurando na pauta acadêmica, jornalística e, inclusive, política, acionando temas fundamentais como a liberdade de expressão, o equilíbrio democrático e a natureza do conhecimento (JUNIOR, 2018).

As próprias redes sociais devem criar seus mecanismos de defesa, como por exemplo a plataforma do *Twitter*. O *Twitter* é famoso por ser a maior rede social usada para a disseminação da desinformação em massa. Algumas possíveis soluções apresentadas por Campan; Cuzzocrea; Truta (2017) seria o *Twitter* aumentar a atenção nos compartilhamentos

² “Some suggested lessening the liability protections afforded intermediaries, possibly by permitting defamation suits. It is rarely easy or worthwhile for a defamed individual to sue the content creator—even if his or her identity can be ascertained, the defamer might well be impecunious or outside of national court jurisdiction. Creating remedies against domestic intermediaries offers those defamed by “fake news” a potential route to a recourse. The same might be argued about claims for invasion of privacy or other content-based torts. Presumably, increased intermediary liability would encourage intermediaries to better screen the content they permit on their platforms”.

de *links* feitos por contas novas e limitar o número de *tweets* para contas recém-criadas. Uma outra alternativa seria a criação de mecanismos detectores de *spam*³.

Em um evento de palestras chamado Tecnologia, Entretenimento e Design (TED) em 2018, Claudia Croitor apresenta uma palestra abordando o tema fake news, dizendo haver diversas modalidades, como por exemplo, quando um site famoso de notícia é clonado e se criam manchetes com notícias falsas, aumentando a probabilidade de as pessoas acreditarem e compartilharem mais. Croitor cita um estudo efetuado pelo Massachusetts Institute of Technology (MIT), onde foram analisadas 3 milhões de notícias compartilhadas no Twitter. A conclusão foi que uma notícia falsa tem 70% mais chance de ser compartilhada do que uma notícia verdadeira. Esta pesquisa mostra a força que a *fake news* tem no meio político, e como elas podem influenciar mentes através de mentiras bem contadas em época de eleição.

Estas temáticas passam a fazer parte também da agenda governamental. Segundo o projeto *The Information Society Project* (2017, p. 07), historicamente os governos adotaram uma abordagem estatal negativa à regulamentação da fala e aos falantes regulamentados. Os governos modernos tendem a adotar uma abordagem estatal e regular a infraestrutura que permite o fluxo de informações.

Algumas discussões de soluções surgiram para o fim da disseminação de *fake news* dentro dos governos, entre elas uma regulamentação governamental que colocou em pauta como uma das possíveis soluções o aumento da responsabilidade do criador do conteúdo/notícia dentro das obrigações normativas necessárias para manter a transparência.

Um benefício da regulamentação governamental é que ela pode resolver problemas que as plataformas gostariam de resolver, mas se sentem incapazes de fazê-lo, seja porque não desejam ser tachadas de censoras ou porque os incentivos econômicos são contrários à interferência no acesso do usuário ao conteúdo a menos que seus concorrentes o façam também. Outro benefício potencial para aumentar a responsabilidade do intermediário seria que isso poderia encorajar os intermediários de conteúdo a se verem como as empresas de mídia 21 do século, com todas as obrigações normativas que isso acarreta. (Um participante observou que algumas plataformas já adotam essa visão.) (The Information Society Project, 2017, tradução livre, p. 09).⁴

³ De acordo com Grey et. al. (2016) spam é quando convites eletrônicos ou sugestões de notícias ou conteúdo não solicitados e indesejados são enviados para pessoas.

⁴ “One benefit to governmental regulation is that it can address problems that platforms would like to address but feel unable to do so, either because they do not wish to be tarred as censors or because the economic incentives run contrary to their interfering with user access to content unless their competitors do so as well. Another potential benefit to increased intermediary liability would be that it might encourage content intermediaries to view themselves as the media 21st companies of the century, with all of the normative obligations that entails. (One participant noted that some platforms already take this view)”

Na resenha feita por Junior (2019) ele apresenta algumas possíveis soluções para conter melhor a disseminação das *fake news*. Sendo estas:

1. Cada indivíduo deve exercitar uma postura crítica e dialógica com a informação disponível, desenvolvendo e mobilizando competências de filtragem, checagem e avaliação;
2. É importante planejar e implementar políticas, ações específicas e soluções tecnológico-algorítmicas capazes de auxiliar usuários, espectadores e consumidores na tarefa de aferir a natureza e a confiabilidade dos conteúdos veiculados nas mídias, por exemplo, sob a forma de agências e dispositivos de *fact-checking*;
3. Tendo em vista que a fatualidade e a consistência da informação nem sempre são o bastante para fazer frente ao arsenal da pós-verdade, o combate às *fake news* e à pseudociência também precisa incorporar formas de comunicação e divulgação dotadas de narratividade capaz de apelar às emoções, ou seja, trata-se de não somente falar às mentes, mas também aos corações.

Em uma palestra sobre a desinformação, competência em informação e universidade no evento da TED em parceria com a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) ocorrida no ano de 2018, Marianna Zattar⁵, diz a respeito da *hiperinformação* como uma grande causa no aumento da dificuldade em identificar se tal notícia retrata uma verdade ou uma informação inventada ou distorcida.

Essa chamada hiperinformação citada pela palestrante se trata do excesso de informações circulando juntamente com informações de procedência verdadeira e ética. Logo, com tantos bombardeios de informações que recebemos diariamente, fica quase impossível identificar quais são verdadeiras e quais não são.

Um dos maiores perigos desta realidade é justamente pelo fato de que as pessoas não procuram saber a natureza dessas informações, se perdendo facilmente diante destas informações e acreditando naquelas que mais as agradam. Com tantas informações circulando

⁵ Bibliotecária, especialista em Inteligência Competitiva e Gestão Estratégica da Informação, doutora e mestre em Ciência da Informação

as pessoas ficam mais suscetíveis a acatar o que lhes é mostrado, contribuindo cada vez mais para o fortalecimento das *fake news*.

Sabendo que discussões relacionadas a mecanismos de defesa contra às *fake news* ganham força no mundo, outra discussão que passa a ganhar maior repercussão se trata da proteção dos dados online das pessoas.

Antes de adentrar no quesito se algo está sendo feito para proteger a privacidade dos indivíduos após a eleição presidencial dos EUA em 2016, será feito um aparato no marco jurídico anteriormente a campanha de Donald Trump de 2016, a fim de ter conhecimento de como era a defesa dos indivíduos contra práticas desta natureza.

Quando as empresas perceberam que poderiam se usufruir dos dados pessoais das pessoas para proporcionar uma experiência mais personalizada, passam a ocorrer práticas abusivas na coleta desses dados sem nenhuma autorização para isso.

Por conta das novas invenções e métodos empresariais passou a aumentar a visão da necessidade de dar o próximo passo no que diz respeito a proteção da pessoa, porém, a proteção da privacidade teve um caráter bastante individualista em seus primórdios. Porém, foi a partir do século XX que o estado passa a contribuir na modificação do sentido e alcance do direito à privacidade juntamente com a evolução tecnológica (MENDES, 2014).

De acordo com Mendes (2014) dentro desta temática ocorreu uma transição entre um direito negativo, com uma visão quase egoísta para uma visão positiva, passando a ser visto como uma garantia de controle do indivíduo em relação as suas próprias informações. Nesse sentido, o século passado vivenciou um perceptível processo de reinvenção e visão da privacidade. Quando o direito à privacidade passa de um caráter negativo para um caráter positivo, a privacidade conquista uma maior visibilidade no âmbito internacional, emergindo a proteção de dados pessoais no decorrer do processo, mesmo que o ordenamento jurídico passe por certos desafios a partir do tratamento informatizado destes dados.

De acordo com Martins (2021) o Marco Civil da Internet, Lei 12.965/2014 foi um divisor de águas, trazendo mais segurança aos usuários da internet. Por mais que esta lei tenha sido promulgada em 2014, seu processo remonta ao ano de 2007 com a aprovação na Câmara de projeto que dizia que crimes cibernéticos eram puníveis com prisão e multa por obter, usufruir e transferir dados eletrônicos de terceiros sem autorização. A finalidade é garantir mais segurança ao ambiente da internet.

A General Data Protection Regulation, conhecida no Brasil como Regulamento Geral de Proteção de Dados Pessoais Europeu nº 679, aprovado pela União Europeia em 27 de abril

de 2016, inspirou o surgimento da legislação brasileira, em especial a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)

Em outro evento TED, na palestra “Por que proteção de dados pessoais importa?” ocorrida no ano de 2018, Bruno Bioni⁶, diz que *“as migalhas de informações (dados) deixadas por nós no decorrer do tempo ao serem juntadas passam a compor um retrato de quem nós somos, ou seja, uma fotografia bastante precisa sobre a nossa personalidade.”*

Todos estes dados coletados servem para seguir os nossos passos, os nossos rastros, e é por isso que a privacidade e a proteção destes dados importam muito. Nesta mesma palestra, Bioni diz que a importância destes dados é essencial, pois dizem respeito à nossa identidade, quem nós somos, como nós somos vistos e como nós somos julgados. Proteger os dados online é a mesma coisa que proteger a nossa própria identidade.

É por isso que a proteção dos dados ganhou bastante voz nos últimos anos. Por consequência, diversas pessoas passaram a clamar por esta proteção no intuito de proteger a liberdade e exigir a regulação quando se trata dos dados online. Quando esta temática passa a ganhar força nas discussões entre as sociedades, governos, organizações, significa que proteger estes dados é a mesma coisa que estabelecer as regras do jogo.

Caso não ocorra esta proteção o mundo todo estará refém de práticas antiéticas usadas na política, como o caso da eleição de Donald Trump. E se nada ser feito, outros países e governos começarão a usar estes mecanismos para controlar uma sociedade, prejudicando cada vez mais a democracia em uma escala mais global. Garantir a proteção dos dados online, além de proteger a liberdade e privacidade, estará contribuindo também para a manutenção da democracia, evitando com que a democracia possa estar suscetível a uma fragilização.

Bioni fala sobre a qualidade dos dados, sendo este o nosso “corpo eletrônico”. Este corpo eletrônico, ou seja, nosso perfil de dados, deve ser correto, atualizado e fidedigno com a nossa personalidade, pois caso contrário, decisões sobre nós serão equivocadas, por isso nossos dados devem ser corretos e dentro desta dignidade.

Por isso que a proteção dos dados é importante, estabelecer regras, direitos e deveres de todos os atores deste ecossistema. Está aí um dos motivos da criação de comitês, agências protetoras destes dados envolvendo projetos onde também blocos regionais, como a União Europeia, passa a adicionar este tema em sua agenda de discussão. Podem ser citados como

⁶ Fundador e professor do *Data Privacy Brasil*, mestre e doutor na USP, com passagens pela Universidade de Ottawa e no Conselho da Europa, na área de proteção de dados pessoais

exemplos o Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.BR), a LGPD, o *The General Data* e o Comitê Gestor de Proteção de Dados (CGPD).

Os escândalos envolvendo a utilização ilegal de dados e a influência desses dados em grandes decisões mundiais como o Brexit e as eleições presidenciais dos Estados Unidos deixam em evidência o elevado alcance desse tipo de conduta e a influência que ela tem, sendo ameaça inclusive à democracia. Ademais, cumpre ressaltar que o acesso aos dados não foi permitido pelo usuário, que na maioria das vezes não está ciente do que está fornecendo, o que caracterizaria uma invasão à sua privacidade.

Percebe-se que o aumento nas discussões que dizem respeito aos dados pessoais nas últimas décadas se refletiu na necessidade que o Direito vê em garantir a proteção dos dados online como direito fundamental do indivíduo. Seguindo a lógica do Direito, Frazão, Oliva e Abilio (2019) afirmam que não é possível proteger a liberdade e privacidade do indivíduo caso não tenha uma eficácia na proteção da defesa de seus dados online, sendo esta a principal premissa orientadora na interpretação da LGPD.

Já na regulamentação europeia atribui fundamentos ao indivíduo como ferramentas que irão garantir a proteção de seus dados, impedir a utilização por terceiros e mais ainda, evitar com que os dados pessoais sejam usados para a construção de perfis.

Na esteira da regulamentação europeia, e aprofundando perspectivas já contempladas em normas anteriores, a nova lei enuncia diversos fundamentos (art. 2º) e princípios (art. 6º), atribuindo ao titular instrumentos para garantir o controle de seus dados a despeito de serem utilizados por terceiros. Muito mais que apenas impedir o acesso indesejado às informações pessoais, a LGPD preocupa-se também – como revela a alusão, no art. 2º, inciso II, à autodeterminação informativa como fundamento – com o aspecto dinâmico da proteção dos dados, a garantir tutela, por exemplo, em face da utilização dos dados pessoais para a construção de perfis (arts. 12, § 2º, e 20) (Frazão, Oliva e Abilio (2019).

Como visto, o lado europeu também passa a colocar em discussão dentro de seus ordenamentos a proteção destes dados online.

Hoje, pode-se afirmar que um tal modelo de proteção de dados pessoais é representado pelos países europeus que transcreveram para seus ordenamentos as Diretivas europeias em matéria de proteção de dados, em especial a já mencionada diretiva 95/46/CE e a Diretiva 2000/58/CE (Doneda, 2011).

Para fortalecer o argumento de que o âmbito europeu passa a olhar para a proteção dos dados online como um grande objetivo, vale destacar a Convenção de Strasbourg onde a privacidade dos dados online passa a ter uma visão voltada aos direitos fundamentais e aos valores democráticos.

É possível considerar a Convenção de Strasbourg como o principal marco de uma abordagem da matéria pela chave dos direitos fundamentais. Em seu preâmbulo, a convenção deixa claro que a proteção de dados pessoais está diretamente ligada à proteção dos direitos humanos e das liberdades fundamentais, entendendo-a como pressuposto do estado democrático e trazendo para este campo a disciplina, evidenciando sua deferência ao artigo 8º da Convenção Europeia para os Direitos do Homem (Doneda, 2011).

A fim de fortalecer esta virada de pensamento por parte da Comunidade Europeia em querer adotar a visão que liga a proteção dos dados online com a liberdade, privacidade e democracia, vale ressaltar que na União Europeia cada Estado-membro deve garantir a proteção dos dados para manter a liberdade de seus cidadãos:

Posteriormente, também transparece, com clareza, presença dos direitos fundamentais na Diretiva 95/46/CE sobre proteção de dados pessoais na União Europeia. Seu artigo 1º, que trata do “objetivo da diretiva”, afirma que “Os Estados-membros assegurarão, em conformidade com a presente diretiva, a proteção das liberdades e dos direitos fundamentais das pessoas singulares, nomeadamente do direito à vida privada, no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais.” (Doneda, 2011).

Uma outra justificativa para a importância da criação de mecanismos de defesa dos dados online é pelo efeito que a mesma poderia causar em outros lugares ao redor do mundo. Como foi visto, uma das possíveis consequências do uso de dados online como utilizado na eleição presidencial de Trump seria acabar influenciando outros governos ou candidatos a fazerem o mesmo, como ocorreu com na eleição de Bolsonaro para a presidência do Brasil.

Ou seja, é um “efeito dominó negativo”. Porém, para este “efeito dominó” ser positivo, deve haver a criação de leis e engrenagens para proteger estes direitos, logo a criação de mecanismos de defesa da privacidade online dos indivíduos acaba por influenciar também outros estados, organizações, agências, comitês a fazerem o mesmo, fortalecendo e garantindo cada vez mais o direito dos indivíduos de outros países a terem a sua privacidade conservada.

Em outra palestra ocorrida no evento TED, voltada para a área jurídica, Karina Penna Neves, fala sobre como a tecnologia desafiará as leis e a ética na nossa sociedade. Karina procura trazer a questão de como o direito irá solucionar essas questões, mesmo sabendo que há um vácuo na legislação com relação ao crescimento da sociedade – quem dirá em relação à tecnologia, cujo progresso é muito difícil de acompanhar.

Nesta mesma palestra, Karina cita 7 premissas e diretrizes criadas pela União Europeia para a construção de uma inteligência artificial ética e que possa ser confiável. Sendo estas: supervisão humana; segurança técnica; privacidade de dados; transparência de seu

funcionamento; diversidade; preservação do meio ambiente; responsabilidade. Lembrando que algoritmos que leem os dados online são um tipo de inteligência artificial.

A inteligência artificial deve ser criada para atribuir à diversidade e ao benefício humano, porém sempre deve ser supervisionada para ser segura e evitar danos, como por exemplo na apropriação de dados online da sociedade.

A campanha eleitoral de Trump para presidência dos EUA em 2016, portanto, foram empregou diversas destas ações que hoje passam a ganhar foco no Direito a fim de impedir com que estas práticas venham a se repetir.

Pode-se afirmar que usufruir dos dados online de uma pessoa com a finalidade de um algoritmo hiper mega tecnológico o ler e saber informações profundas desta pessoa, como já dito, é uma invasão da privacidade e liberdade do indivíduo, pois as informações que estavam sendo coletadas diziam respeito a coisas pessoais do cidadão, sem saber que estava sendo manipulado e sendo alvo destas práticas.

O dado pessoal sensível é objeto de proteção recrudescida tendo em conta o potencial lesivo de sua utilização. Com efeito, por se referir a informações relacionadas aos aspectos mais íntimos da pessoa, pode propiciar discriminações abusivas. Importante atentar que um dado *prima facie* não sensível pode o ser por revelar, indiretamente, aspectos relacionados à origem étnica (ex., com o sobrenome), à orientação sexual (ex., com o nome do companheiro), a convicções religiosas (ex., com os nomes atribuídos aos filhos) (Frazão, Oliva e Abilio (2019).

De acordo com o portal da Coordenadoria Geral da Universidade da Unicamp “*O Comitê Gestor de Proteção de Dados (CGPD) foi instituído afim de promover as ações necessárias com vistas a cumprir as disposições da Lei Geral de Proteção de dados (LGPD), de nº 13.709, conforme resolução GR-6 de 14/01/2020*”. O CGPD, pois, tem como primordial função e de forma estratégica conseguir articular o que deve ser feito para proteção e gestão de dados das pessoas.

É de extrema importância que estas discussões sempre estejam na agenda de discussão dos estados para sempre estarem criando novos mecanismos e leis severas garantidoras do direito dos indivíduos dentro do mundo online.

Outra fundamental característica da nova legislação consiste no significativo fomento ao aspecto preventivo, estabelecendo procedimentos mandatórios para os controladores e operadores de dados pessoais, tais como os deveres atinentes à implementação de severas políticas de segurança para proteção dos dados de acessos não autorizados (Frazão, Oliva e Abilio (2019).

De acordo com Rosanvallon (2002), no desenvolver da política e economia mundial dentro da visão liberal temos dois lados do Liberalismo que brigam entre si, o Liberalismo Econômico e o Liberalismo Político. A dimensão econômica passa a ser vista como principal regulador da sociedade e o direito do indivíduo se enfraquece dentro do contrato social.

Rosanvallon nos mostra a importância da existência de meios que garantem e fortalecem o direito dos indivíduos nessa balança entre Economia e Direito. Isso salienta a importância de leis e comitês que lutam para proteger a liberdade e privacidade destes, ainda mais em um cenário onde a tecnologia avança na frente de tudo, inclusive do próprio direito. Os dados passam a ganhar uma gigantesca atenção, onde a proteção dos dados online entre nas diretrizes do Direito e sendo visto e discutido como um direito fundamental.

Com o avanço tecnológico ocorrendo de forma exacerbada, as pessoas estão cada vez mais aumentando a sua vulnerabilidade quando se trata de ceder os seus dados para empresas. Segundo o filme o *Dilema das Redes* (2020) as pessoas não leem os termos de condição de um aplicativo ou rede social por julgar algo não tão importante e por normalmente estes termos de condição serem longos. Muitas vezes o termo de condição que você autoriza diz que, ao concordar você estará dando acesso a esta plataforma aos seus dados online, câmera, galeria, localização, entre outros. Ou seja, em apenas um clique as pessoas cedem diversas informações pessoais para uma indústria, sem ao menos saber com o que você concordou ao clicar que aceita os termos de condição. Tal acontecimento ocorre por conta da má informação das pessoas, mostrando a vulnerabilidade da sociedade com relação a essas práticas sem ao menos saber. Exatamente por essa falha por parte das pessoas que leis devem ser criadas para evitar que a sociedade seja vítima de sua própria vulnerabilidade.

Em face dessa realidade há em trâmite um projeto de Emenda Constitucional número 17/2019 com o fim de implementar a proteção aos dados como um direito fundamental expresso no artigo 5º da Constituição Federal (Moreira, Sousa, 2019). Tendo em vista que o direito à privacidade já se encontra elencado no artigo 5º, a proteção aos dados se caracteriza como um direito fundamental, e sua inclusão expressa na Constituição, bem como a atenção da sociedade em relação ao tema seria útil para a ampla garantia de sua eficácia.

Conclui-se que é necessário ter uma visão otimista do Liberalismo dentro destas discussões, necessitando enxergar o direito do indivíduo como um bem sensível e frágil que necessita ser protegido para garantir o caminhar próspero de uma sociedade em uma era globalizada e cibernética.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo produzir uma reflexão sobre os perigos do avanço tecnológico e o uso de novas tecnologias capazes de “decidir” o futuro de algumas coisas, como por exemplo o novo regime de um país. Vale ressaltar que o intuito deste trabalho não foi abordar a Internet como algo ruim, mas sim ressaltar falhas e perigos que ela pode apresentar para a sociedade caso seja usada da maneira inadequada.

Neste trabalho, Friedman, ganhou maior atenção justamente por carregar opiniões neoliberais e mesmo assim bater de frente com algumas ações feitas pelo até então candidato à presidência dos EUA, Donald Trump. Friedman defende a ideia de que a liberdade é válida enquanto a mesma não limitar a liberdade de outros indivíduos ou setores. O que Trump fez em sua eleição foi por outro caminho, pois ele utilizou em sua campanha estratégias que invadissem a liberdade pessoal do indivíduo a partir do momento em que os dados online dos eleitores estadunidenses foram apropriados e lidos por uma tecnologia algorítmica super inteligente capaz de ler e entender os perfis psicológicos e comportamentais destes cidadãos. Estes dados, obtidos de forma ilegal, foram usados para a equipe de marketing de Trump bombardear estas pessoas com notícias falsas, textos e vídeos feitos propriamente para cada grupo de pessoas, conseguindo manipulá-los a votarem no candidato republicano.

Logo, a campanha de Trump feriu a liberdade do indivíduo, invadindo a privacidade online e intelectual dos eleitores estadunidenses. Este é uma dimensão na qual a democracia estadunidense foi fragilizada, causando uma sociedade mais dividida, conturbações sociais de eleitores duelando entre si obsessivamente, a fim de defender o seu candidato e os seus motivos. Na maioria das vezes sem saber que os seus pensamentos e posicionamento político tinham sido violados por mecanismos avançados de marketing e dados online.

Um outro fator contribuinte para a fragilização da democracia é a prática das *fake news* pois, além de ser errado espalhar notícias falsas, o direcionamento excessivo de notícias falsas causa grandes impactos em uma sociedade, se tornando cada vez mais difícil de saber em quais fontes de notícias acreditar.

Sabendo que a informação dentro de uma democracia é direito de todos, a partir do momento onde ocorre a manipulação de notícias, o acesso à informação passa a ser prejudicado. Logo, a democracia pode estar refém dessas práticas e claro, a liberdade dos indivíduos, pois uma população mal informada com notícias falsas gera desordem. Sem contar que isso

fragmenta a sociedade, passando a ocorrer conflitos entre os próprios eleitores estadunidenses no intuito de defender o seu candidato com o uso de informações que nem sempre são verdades.

Conclui-se então, que estas táticas antiéticas de marketing podem dividir uma sociedade, e para isso podemos citar o caso da eleição presidencial no Brasil em 2018. Era claro que a rejeição de Bolsonaro era alta e que Haddad estava na frente das pesquisas. Ou seja, a maioria da população não estava apoiando o Bolsonaro. Porém, quando a empresa Cambridge Analytica passa a fazer parte da campanha de Bolsonaro, a sua porcentagem de aceitação passa a crescer e a porcentagem de rejeição do Haddad começa a subir. Isso acarretou em diversos protestos nas ruas chamado de “ELE NÃO”, clamando para não votarem em Bolsonaro. Estes mesmos entraram em conflitos com os eleitores de Bolsonaro.

Isso resultou em uma sociedade totalmente dividida, onde cada indivíduo passasse a defender obsessivamente seus candidatos, como se fosse um tipo de guerra ideológica social. Ou seja, estas práticas antiéticas de marketing conturbaram a própria mentalidade social dos brasileiros e dos estadunidenses, dividindo-os cada vez mais, causando uma desordem e consequentemente a democracia mais uma vez se viu fragilizada.

É perceptível que há uma grande necessidade em se criar cada vez mais mecanismos que garantem e protegem os direitos de liberdade e privacidade dos indivíduos dentro da Internet, pois a falta de mecanismos de defesas no mundo digital ocasionará em cada vez mais candidatos e políticos usando tal estratégias para se promover, colocando em risco a democracia de diversas localidades.

Dentro desta necessidade, vemos a movimentação em criar soluções para evitar que estas mesmas práticas tornem a ocorrer. Um exemplo de uma dessas movimentações é a criação da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). O desenvolvimento destes mecanismos de proteção não significa somente a segurança do indivíduo dentro do mundo online, mas também a manutenção e proteção da democracia.

Conclui-se também que é evidente que medidas começaram a serem feitas com a finalidade de garantir a proteção dos dados online e o impedimento da desinformação em massa, porém, deve haver um rigor constante do Direito, Política e também da sociedade para estas discussões nunca deixarem de ser ativas e que o Direito jamais fraqueje em suas medidas garantidoras da liberdade e privacidade dos indivíduos.

Mas claro, vale ressaltar que se a proteção dos indivíduos dentro da internet fosse maior e mais efetiva e as medidas preventivas das fake news já tivessem sido mais discutidas e

aplicadas, o resultado da eleição presidencial de Donald Trump poderia ter sido diferente, inclusive, o resultado da eleição presidencial do Brasil em 2018.

Caso contrário, a Democracia estará sempre sendo fragilizada com a invasão da privacidade e a sociedade, sendo refém de suas consequências.

REFERÊNCIAS

AGNER, Luiz; HOFSTETTER, Juliana (2018). O marketing digital como instrumento de controle nas redes sociais. XI Simpósio Nacional da ABCIBER.

BBC NEWS. Entenda o escândalo de uso político de dados que derrubou valor do Facebook e o colocou na mira de autoridades. 20 de março, 2018. Disponível em <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-43461751>>. Acesso em: 10 fev. 2021.

BERNADES, Camila (2015). O direito fundamental de acesso à informação: uma análise sob a ótica do princípio da transparência. Uberlândia. Universidade Federal de Uberlândia. Dissertação defendida em 2015.

BIONI, Bruno, 2018. Por que proteção de dados pessoais importa? Pinheiros, 17 out. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=TzI5VfvQA6I>>. Acesso em: 25 mar. 2021.

CARDOSO. Cambridge Analytica. Falência é oficial. Expresso, 18 mai. 2018. Disponível em: <<https://expresso.pt/economia/2018-05-18-Cambridge-Analytica.-Falencia-e-oficial>>. Acesso em 03 de março de 2021.

CHURCHILL, Gilbert; PETER, Paul (2012). Marketing criando valor para os clientes. São Paulo – SP. Editora Saraiva. ISBN 9788502183612, p. s.p.

Coordenadoria Geral da Universidade. Comitê Gestor de Proteção de Dados (CGPD). UNICAMP. Campinas – SP. Disponível em: <<https://www.cgu.unicamp.br/cgpd>>. Acesso em: 20 fev. 2021.

CROITOR, Claudia, 2018. Como combater as Fake News, 05 jul. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=mMNypnnvxB4>>. Acesso em: 20 fev. 2021.

DELMAZO, Caroline; VALENTE, Jonas (2018). Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. P. 01-15.

DONEDA, Danilo (2011). A proteção dos dados pessoais como um direito fundamental. Joaçaba, v. 12, n. 2, p. 91-108.

Facebook. Sobre os anúncios relacionados a temas sociais, eleições ou política. 2021. Disponível em: <<https://www.facebook.com/business/help/167836590566506?id=288762101909005>>. Acesso em: 16 fev. 2021.

FERREIRA, Ricardo (2018). Rede de mentiras: a propagação de fake news na pré-campanha presidencial brasileira. Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra (FLUC), p. 139-162.

FIGUEIREDO, Tatiana (2009). Do liberalismo ao neoliberalismo: as influências do ideário liberal na conformação da Escola de Chicago. *Leituras de Economia Política*, Campinas - SP, p. 97-127.

FRIEDMAN, Milton (s.d.) organizado por FRANCO (s.d.). *Capitalismo e liberdade*. São Paulo: Lê livros Editora, p. 01-203.

GREY et al. (2016). We read spam a lot: prospective cohort study of unsolicited and unwanted academic invitations. *BMJ* 2016;355:i5383, p. 01-04.

HARVEY, David (s.d.) por SOBRAL; GONÇALVES (s.d.) trad. *O neoliberalismo: história e implicações*. Edições Loyola, p. 01-39).

IANNI, Octavio (1998). *Globalização e neoliberalismo*. São Paulo em perspectiva, 12(2), p. 27-32).

ITUASSU et al (2019). De Donald Trump a Jair Bolsonaro: democracia e comunicação política digital nas eleições de 2016, nos Estados Unidos, e 2018, no Brasil. Brasília – FAC – Universidade de Brasília (UNB), p. 01-25.

JUNIOR, Gilson (2019). Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news. *ETD- Educação Temática Digital* Campinas, SP, v.21 n.1 p.278-284.

MARTINS, Lucas (2021). Ascensão legal da proteção de dados pessoais e os seus efeitos nas empresas *Conteúdo Jurídico*, Brasília - DF: 21 abr 2021. Disponível em: <<https://conteudojuridico.com.br/consulta/artigo/56221/asceno-legal-da-proteo-de-dados-pessoais-e-os-seus-efeitos-nas-empresas>>. Acesso em: 19 abr. 2021.

MATIAS, Sammya (2019). A influência das redes sociais na eleição de cargos políticos: o impacto das fake news nas campanhas eleitorais. Instituto Brasiliense de Direito Público (IDP), Escola de Administração de Brasília EAB/IDP. Trabalho de Conclusão de Curso defendido em 2019.

MENDES, Laura (2014). *Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor: linhas gerais de um novo direito fundamental*. São Paulo – SP. Editora Saraiva. ISBN 9788502218970.

MOREIRA, Ana e SOUSA, Gabriela (2019). *Estado, educação, constituição e democracia na era tecnológica – II*.

NEVES, Karina, 2019. Como a tecnologia desafia as leis e a ética mundial? TED, 30 set. 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ttkEwBG2-y0&t=5s>>. Acesso em: 22 mar. 2021.

NICOLÁS, Alonso. “Que mulher asquerosa” e outras frases do último debate presidencial dos EUA. Último debate entre Trump e Clinton foi marcado por ataques virulentos entre os candidatos. *El País*, 20 out. 2016. Disponível em <https://brasil.elpais.com/brasil/2016/10/20/internacional/1476941114_904091.html>. Acesso em: 15 fev. 2021.

NOGUEIRA, João Pontes & MESSARI, Nizar. *Teoria das Relações Internacionais: correntes e debates*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

NUNES, António (2003). Neoliberalismo e direitos humanos. Faculdade de direito de Coimbra, Portugal, p. 423-462.

O dilema das Redes. Produção de Jeff Orlowski. Estados Unidos: Netflix, 2020. 1 fita de vídeo (01h34 min). Disponível em: <<https://www.netflix.com/title/81254224?s=a&trkid=13747225&t=wha?>>. Acesso em: 15 fev. 2021.

OLIVEIRA; MALHEIROS; MAYO (2009). O DECLÍNIO DA POTÊNCIA: Uma análise do processo de crise da hegemonia norte-americana. Cadernos de relações internacionais, v.2, n. 1, PUC – Rio, p, 01-23.

PARK, Calif (2017). Facebook Reports Fourth Quarter and Full Year 2016 Results. Facebook, Inc.

PRIVACIDADE HACKEADA. Direção de Karim Amer e Jehane Noujaim. Estados Unidos: Netflix, 2019. 1 fita de vídeo (01h54 min). Disponível em: <<https://www.netflix.com/title/80117542?s=a&trkid=13747225&t=wha>>. Acesso em: 15 fev. 2021.

ROSANVALLON, Pierre (2002) por ROCHA (2002) trad. O liberalismo econômico: história da ideia de mercado. São Paulo: EDUSC Editora. ISBN 85-7460-128-4, p. 01-279.

SILVA, Rafael (2011). A liberdade nas perspectivas teóricas de Milton Friedman e Amartya Sen. Universidade Federal do Recôncavo Baiano (UFRB), p. 153-168.

TEPEDINO; FRAZÃO; OLIVA (2019). A lei geral de proteção de dados pessoais e suas repercussões no direito brasileiro. São Paulo - SP. Revista dos Tribunais. ISBN 978-85-5321-663-5, p. 673-715.

The Information Society Project; The Floyd Abrams Institute for Freedom of Expression (2017). Fighting Fake News, p. 01-15.

TORRES, Claudio (2018). A bíblia do marketing digital: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. 2. Ed. São Paulo – SP. IBSN 9788575227176, p. s.p.

Tribunal Superior Eleitoral (2010). Estudos Eleitorais. Brasília – DF. v. 5, nº 1. 01 jan. 2010. TRT. Justiça do Trabalho. Comitê de Proteção de Dados Pessoais (CGPD), 2021. Disponível em: <<https://ww2.trt2.jus.br/institucional/comissoes/comites-comissoes-e-grupos/comite-de-protecao-de-dados-pessoais-cgpd/>>. Acesso em: 15 fev. 2021.

ZATTAR, Mariana, 2018. Desinformação, competência em informação e universidade. TED, 22 ago. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=kGnfT4R5mtU&t=367s>. Acesso em: 23 mar. 2021.