

I ENCONTRO NACIONAL DE DIREITO DO FUTURO

**DIREITO DIGITAL, ALGORITMOS, VIGILÂNCIA E
DESINFORMAÇÃO II**

D598

Direito Digital, algoritmos, vigilância e desinformação II [Recurso eletrônico on-line]
organização I Encontro Nacional de Direito do Futuro: Escola Superior Dom Helder Câmara –
Belo Horizonte;

Coordenadores Yuri Nathan da Costa Lannes, Renata Albuquerque Lima e Camila
Soares Gonçalves – Belo Horizonte: Escola Superior Dom Helder Câmara - ESDHC, 2024.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-85-5505-942-1

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Os desafios do humanismo na era digital.

1. Direito do Futuro. 2. Humanismo. 3. Era digital. I. I Encontro Nacional de Direito do
Futuro (1:2024 : Belo Horizonte, MG).

CDU: 34



I ENCONTRO NACIONAL DE DIREITO DO FUTURO

DIREITO DIGITAL, ALGORITMOS, VIGILÂNCIA E DESINFORMAÇÃO II

Apresentação

O Encontro Nacional de Direito do Futuro, realizado nos dias 20 e 21 de junho de 2024 em formato híbrido, constitui-se, já em sua primeira edição, como um dos maiores eventos científicos de Direito do Brasil. O evento gerou números impressionantes: 374 pesquisas aprovadas, que foram produzidas por 502 pesquisadores. Além do Distrito Federal, 19 estados da federação brasileira estiveram representados, quais sejam, Amazonas, Amapá, Bahia, Ceará, Goiás, Maranhão, Minas Gerais, Mato Grosso do Sul, Paraíba, Pernambuco, Paraná, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rondônia, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Sergipe, São Paulo e Tocantins.

A condução dos 29 grupos de trabalho do evento, que geraram uma coletânea de igual número de livros que ora são apresentados à comunidade científica nacional, contou com a valiosa colaboração de 69 professoras e professores universitários de todo o país. Esses livros são compostos pelos trabalhos que passaram pelo rigoroso processo double blind peer review (avaliação cega por pares) dentro da plataforma CONPEDI. A coletânea contém o que há de mais recente e relevante em termos de discussão acadêmica sobre as perspectivas dos principais ramos do Direito.

Tamanho sucesso não seria possível sem o apoio institucional de entidades como o Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Direito (CONPEDI), a Universidade do Estado do Amazonas (UEA), o Mestrado Profissional em Direito e Inovação da Universidade Católica de Pernambuco (PPGDI/UNICAP), o Programa RECAJ-UFGM – Ensino, Pesquisa e Extensão em Acesso à Justiça e Solução de Conflitos da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Minas Gerais, a Comissão de Direito e Inteligência Artificial da Ordem dos Advogados do Brasil – Seção Minas Gerais, o Grupo de Pesquisa em Direito, Políticas Públicas e Tecnologia Digital da Faculdade de Direito de Franca e as entidades estudantis da UFGM: o Centro Acadêmico Afonso Pena (CAAP) e o Centro Acadêmico de Ciências do Estado (CACE).

Os painéis temáticos do congresso contaram com a presença de renomados especialistas do Direito nacional. A abertura foi realizada pelo professor Edgar Gastón Jacobs Flores Filho e pela professora Lorena Muniz de Castro e Lage, que discutiram sobre o tema “Educação jurídica do futuro”. O professor Caio Lara conduziu o debate. No segundo e derradeiro dia, no painel “O Judiciário e a Advocacia do futuro”, participaram o juiz Rodrigo Martins Faria,

os servidores do TJMG Priscila Sousa e Guilherme Chiodi, além da advogada e professora Camila Soares. O debate contou com a mediação da professora Helen Cristina de Almeida Silva. Houve, ainda, no encerramento, a emocionante apresentação da pesquisa intitulada “Construindo um ambiente de saúde acessível: abordagens para respeitar os direitos dos pacientes surdos no futuro”, que foi realizada pelo graduando Gabriel Otávio Rocha Benfica em Linguagem Brasileira de Sinais (LIBRAS). Ele foi auxiliado por seus intérpretes Beatriz Diniz e Daniel Nonato.

A coletânea produzida a partir do evento e que agora é tornada pública tem um inegável valor científico. Seu objetivo é contribuir para a ciência jurídica e promover o aprofundamento da relação entre graduação e pós-graduação, seguindo as diretrizes oficiais da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Além disso, busca-se formar novos pesquisadores nas mais diversas áreas do Direito, considerando a participação expressiva de estudantes de graduação nas atividades.

A Escola Superior Dom Helder Câmara, promotora desse evento que entra definitivamente no calendário científico nacional, é ligada à Rede Internacional de Educação dos Jesuítas, da Companhia de Jesus – Ordem Religiosa da Igreja Católica, fundada por Santo Inácio de Loyola em 1540. Atualmente, tal rede tem aproximadamente três milhões de estudantes, com 2.700 escolas, 850 colégios e 209 universidades presentes em todos os continentes. Mantida pela Fundação Movimento Direito e Cidadania e criada em 1998, a Dom Helder dá continuidade a uma prática ético-social, por meio de atividades de promoção humana, da defesa dos direitos fundamentais, da construção feliz e esperançosa de uma cultura da paz e da justiça.

A Dom Helder mantém um consolidado Programa de Pós-graduação *Stricto Sensu* em Direito Ambiental e Sustentabilidade, que é referência no país, com entradas nos níveis de mestrado, doutorado e pós-doutorado. Mantém revistas científicas, como a *Veredas do Direito* (Qualis A1), focada em Direito Ambiental, e a *Dom Helder Revista de Direito*, que recentemente recebeu o conceito Qualis A3.

Expressamos nossos agradecimentos a todos os pesquisadores por sua inestimável contribuição e desejamos a todos uma leitura excelente e proveitosa!

Belo Horizonte-MG, 29 de julho de 2024.

Prof. Dr. Paulo Umberto Stumpf – Reitor da ESDHC

Prof. Dr. Franclim Jorge Sobral de Brito – Vice-Reitor e Pró-Reitor de Graduação da ESDHC

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara – Pró-Reitor de Pesquisa da ESDHC

NOVAS REGULAMENTAÇÕES DIGITAIS: UMA ANÁLISE JURÍDICA DO USO DE ALGORITMOS NO MARKETING POLÍTICO

NEW DIGITAL REGULATIONS: A LEGAL ANALYSIS OF THE USE OF ALGORITHMS IN POLITICAL MARKETING

Pedro Henrique de Queirós Souza
Hebert Jonas Santos Da Silva

Resumo

Este artigo investiga os desafios jurídicos do uso de algoritmos no marketing político, destacando a centralidade dessas tecnologias na segmentação de eleitores, personalização de mensagens e otimização de campanhas. Apesar dos benefícios, surgem preocupações éticas e jurídicas significativas, como a falta de transparência, a responsabilidade das partes envolvidas, privacidade de dados, manipulação de opinião pública e discriminação algorítmica. O artigo também discute a necessidade de regulamentações mais rigorosas, analisando leis existentes como o GDPR e propondo novas abordagens para garantir a integridade do processo democrático e proteger os direitos dos eleitores.

Palavras-chave: Populismo, Algoritmo, Marketing, Regulamentações

Abstract/Resumen/Résumé

This article investigates the legal challenges of using algorithms in political marketing, highlighting the centrality of these technologies in voter segmentation, message personalization and campaign optimization. Despite the benefits, significant ethical and legal concerns arise, such as lack of transparency, liability of involved parties, data privacy, manipulation of public opinion, and algorithmic discrimination. The article also discusses the need for stricter regulations, analyzing existing laws such as GDPR and proposing new approaches to ensure the integrity of the democratic process and protect voters' rights.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Populism, Algorithm, Marketing, Regulations

1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Este artigo propõe investigar os complexos desafios jurídicos que surgem do uso crescente de algoritmos no marketing político. Em um mundo onde a tecnologia desempenha um papel cada vez mais central na comunicação política, os algoritmos desempenham um papel fundamental na segmentação de eleitores, personalização de mensagens e otimização de campanhas. No entanto, junto com os benefícios trazidos por essas tecnologias, surgem também diversas preocupações éticas e jurídicas que precisam ser cuidadosamente consideradas.

O artigo examinará questões como transparência algorítmica, responsabilidade das partes envolvidas, privacidade de dados, manipulação de opinião pública e discriminação algorítmica. Ele destaca como a falta de transparência nos algoritmos usados no marketing político pode minar a confiança dos eleitores e distorcer o processo democrático. Além disso, irá abordar preocupações éticas relacionadas à manipulação de dados pessoais e à criação de bolhas informativas que podem polarizar o debate público.

No que diz respeito à regulamentação, o artigo examinará as atuais lacunas legais que permitem o uso indiscriminado de algoritmos no marketing político e proporrá possíveis abordagens regulatórias. Isso incluirá uma análise das leis existentes, como o Regulamento Geral de Proteção de Dados (GDPR) na União Europeia, e discussões sobre a necessidade de novas regulamentações específicas para lidar com os desafios únicos apresentados pelo uso de algoritmos no contexto político.

Em suma, este artigo buscará fornecer uma visão abrangente dos desafios jurídicos enfrentados pelo uso de algoritmos no marketing político, oferecendo insights valiosos para legisladores, profissionais de marketing político, acadêmicos e outros interessados na interseção entre tecnologia, direito e política.

2. MARKETING POLÍTICO DIGITAL

O marketing político digital representa uma transformação fundamental na maneira como as campanhas políticas são concebidas, implementadas e percebidas. Ao adotar estratégias e ferramentas digitais, os profissionais de marketing político têm acesso a uma gama diversificada de canais e plataformas para se conectar com os eleitores, desde as redes sociais até os anúncios online segmentados. Essa abordagem oferece uma capacidade sem precedentes de alcançar públicos específicos, personalizar mensagens e medir o impacto das campanhas em tempo real.

No entanto, essa nova era do marketing político também traz consigo uma série de desafios éticos e jurídicos que foram objeto de estudo ao longo deste artigo. A relação entre o marketing político digital e o tema do artigo - os desafios jurídicos do uso de algoritmos - é intrínseca. Os algoritmos desempenham um papel central nas estratégias de marketing político digital, desde a segmentação de eleitores até a otimização de anúncios. No entanto, a opacidade desses algoritmos levanta questões sobre transparência e prestação de contas, especialmente quando se trata de como eles influenciam a disseminação de informações políticas e a formação de opinião pública.

Além disso, a crescente preocupação com a privacidade de dados e o potencial de discriminação algorítmica destaca a necessidade de regulamentações mais rigorosas para proteger os direitos individuais dos eleitores no contexto do marketing político digital. Ao longo deste artigo, foram examinados diversos desafios jurídicos e éticos associados ao uso de algoritmos no marketing político digital, incluindo a necessidade de transparência algorítmica, proteção de dados, manipulação de opinião pública e discriminação algorítmica. A compreensão desses desafios é crucial para desenvolver regulamentações eficazes que garantam a integridade do processo democrático e protejam os direitos dos eleitores no mundo digital em constante evolução

3. POPULISMO DIGITAL

O uso de algoritmos no marketing político tem implicações profundas nas ideologias de massa e na forma como o populismo digital manipula e divide grupos sociais divergentes. A teoria de massa, desenvolvida por sociólogos como Gabriel Tarde e Gustave Le Bon, destaca como as massas são influenciadas por líderes carismáticos e manipuladas por meios de comunicação de massa. No contexto atual, os algoritmos

desempenham um papel semelhante, segmentando a cultura digital e promovendo ideologias políticas específicas para públicos-alvo segmentados.

Os algoritmos são projetados para identificar padrões de comportamento e preferências dos usuários, permitindo que as mensagens políticas sejam personalizadas e direcionadas de acordo com as características demográficas, psicográficas e comportamentais de cada grupo. Isso cria uma segmentação da cultura digital, onde diferentes comunidades online são expostas a narrativas políticas específicas que reforçam suas crenças preexistentes e polarizam o debate público. O populismo digital se aproveita desses algoritmos para amplificar divisões sociais, explorando temas emocionais e identitários para mobilizar e radicalizar suas bases de apoio.

Essa segmentação da cultura digital e a propagação de ideologias políticas através dos algoritmos têm sérias implicações para a coesão social e a estabilidade democrática. Ao promover a polarização e o tribalismo, o populismo digital mina a confiança nas instituições democráticas e enfraquece os laços de solidariedade entre diferentes grupos sociais. Portanto, compreender os impactos da inteligência algorítmica nas ideologias de massa é essencial para desenvolver estratégias eficazes de combate à manipulação e desinformação no ambiente digital.

4. DESAFIOS JURÍDICOS NA REGULAMENTAÇÃO DOS ALGORITMOS

Os desafios jurídicos na regulamentação dos algoritmos representam uma área de crescente preocupação no contexto do marketing político digital. A complexidade desses desafios surge da interseção entre tecnologia, direito e política, onde a rápida evolução da tecnologia digital supera muitas vezes a capacidade das estruturas legais existentes de acompanhar e regular adequadamente suas aplicações políticas. Um dos principais desafios enfrentados é a falta de transparência e prestação de contas dos algoritmos utilizados em campanhas políticas, o que dificulta a compreensão de como esses algoritmos operam e quais dados são usados para influenciar as decisões dos eleitores.

Além da transparência algorítmica, outro desafio significativo é a proteção de dados e a privacidade dos eleitores. O uso de algoritmos no marketing político digital muitas vezes envolve a coleta e análise de grandes volumes de dados pessoais dos eleitores,

levantando questões sobre consentimento, uso legítimo e compartilhamento de dados. Isso é especialmente relevante à luz de regulamentações como o GDPR na União Europeia, que estabelece requisitos rigorosos para o processamento de dados pessoais e impõe penalidades significativas para violações.

Além disso, há preocupações sobre discriminação algorítmica, onde algoritmos podem perpetuar preconceitos e desigualdades ao microsegmentar eleitores com base em características sensíveis como raça, gênero e orientação política. Enquanto os algoritmos têm o potencial de melhorar a eficiência das campanhas políticas, também podem amplificar divisões sociais e políticas, minando assim a coesão democrática e a representatividade. Encontrar o equilíbrio adequado entre a inovação tecnológica e a proteção dos direitos individuais é essencial para o desenvolvimento de regulamentações que garantam a integridade do processo democrático e promovam uma participação cívica justa e equitativa.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em meio ao cenário em constante evolução do marketing político digital e dos desafios jurídicos associados ao uso de algoritmos, é essencial reconhecer a necessidade de abordagens regulatórias inovadoras e proativas. Embora as tecnologias digitais ofereçam oportunidades sem precedentes para engajar os eleitores e promover a participação cívica, elas também apresentam riscos significativos para a democracia e os direitos individuais. Portanto, é imperativo que legisladores, reguladores e profissionais de marketing político trabalhem em conjunto para desenvolver regulamentações que garantam a transparência, responsabilidade e equidade no uso de algoritmos no contexto político.

Além disso, é fundamental que essas regulamentações sejam flexíveis e adaptáveis à medida que novas tecnologias e práticas emergem no campo do marketing político digital. A criação de um ambiente regulatório dinâmico e responsivo pode ajudar a mitigar os riscos potenciais associados ao uso de algoritmos, ao mesmo tempo em que incentiva a inovação e a criatividade na comunicação política. Ao fazer isso, podemos garantir que as tecnologias digitais continuem a servir como uma ferramenta poderosa para fortalecer a democracia e promover uma participação cívica informada e engajada.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Zuboff, S. (2019). **A Era do Capitalismo de Vigilância: A Luta por um Futuro Humano nos Novos Campos de Batalha do Poder**. São Paulo: Intrínseca.

Tufekci, Z. (2017). **Twitter e a Praça Tahrir: A Dinâmica do Protesto em Rede**. São Paulo: Leya.

Pasquale, F. (2015). **A Sociedade da Caixa Preta: Os Algoritmos Secretos que Controlam o Dinheiro e a Informação**. São Paulo: Companhia das Letras.

Pariser, E. (2011). **A Bolha de Filtros: Como a Internet Está Moldando as Nossas Opiniões e Como Podemos Superar as Consequências**. Rio de Janeiro: Zahar.

Rosenblat, A., & Stark, L. (2016). "Trabalho Algorítmico e Assimetrias de Informação: Um Estudo de Caso dos Motoristas do Uber." *Revista Brasileira de Comunicação*, 10(2), 3758-3784.

Le Bon, G. (1895). **Psicologia das Multidões**. São Paulo: Martins Fontes.