

O QUINTO PODER

Paulo Rogério de Souza GARCIA⁸
Jean Lucas Amaral da Silva⁹
(Centro Universitário Fibra)

RESUMO

Considerando as implicações da manipulação de dados pessoais, o presente artigo objetiva demonstrar o uso desses dados e as liberdades individuais. Nesse sentido, é importante investigar como isso afeta a liberdade de pensamento e outros direitos fundamentais. Tal questionamento tem por hipótese que a manipulação de dados pessoais afeta não somente o direito à privacidade, mas sobretudo a liberdade de pensamento. Para tanto, procede-se a uma investigação teórico-qualitativa, inserida na linha de pesquisa responsabilidade social e cultural com foco nos direitos humanos. O estudo tem por referencial teórico basicamente o livro de Brittany Kaiser (2020) acerca da manipulação de dados e a obra de Benjamim Teitelbaum (2020) sobre a ideologia envolvida com a comunicação digital. Nesse contexto, procede-se a uma análise da decisão, em 2020, do Supremo Tribunal Federal sobre o compartilhamento de dados.

⁸O autor é advogado, coordenador de iniciação científica do Centro Universitário Fibra, docente na graduação e pós-graduação do Centro Universitário Fibra, mestre em Criminologia pela Universidade de Lausanne – Suíça, especialista em Ciência Política pela Faculdade Integrada de Marabá, ex-professor da Universidade Federal do Pará e da Faculdade de Belém – Fabel.

⁹Orientando de iniciação científica do Centro Universitário Fibra.

Dessamaneira, observa-se que a era digital é marcada pela manipulação de dados capaz de criar a realidade e dominar as pessoas como uma espécie de quinto poder.

Palavras-chave: Tecnologia. Informação. Comunicação. Política. Direitos Humanos.

ABSTRACT

THE FIFTH POWER

Considering the implications of handling personal data, this article aims to demonstrate the use of this data and individual freedoms. In this sense, it is important to investigate how this affects freedom of thought and other fundamental rights. Such questioning has the hypothesis that the manipulation of personal data affects not only the right to privacy, but above all freedom of thought. Therefore, a theoretical-qualitative investigation is carried out, inserted in the line of research social and cultural responsibility with a focus on human rights. The study is basically based on the book by Brittany Kaiser (2020) on data manipulation and the work of Benjamin Teitelbaum (2020) on the ideology involved with digital communication. In this context, an analysis is made of the decision, in 2020, of the Federal Supreme Court on data sharing. In this way, it is observed that the digital age is marked by the manipulation of data capable of creating reality and dominating people as a kind of fifth power.

Keywords: Technology. Information. Communication. Policy. Humanrights.

1 INTRODUÇÃO

A preocupação com a proteção dos dados pessoais surgiu nos anos 70, na Alemanha, com a regulação da matéria, pela primeira vez, no Estado de Hesse e, depois, no Estado da Bavária (MENDES, s.d., p. 229). Após o nazismo, percebeu-se o abuso com o uso dos dados pessoais dos germânicos cuja finalidade era vigiar e controlar aqueles que se opusessem ao governo (*op. cit., idem*). Em 1979, o governo alemão criou a primeira lei de proteção de dados pessoais, seguida por outros países como a Suécia, a França, a Dinamarca, a Noruega, a Espanha, a Áustria e Portugal, dos quais os últimos consideraram a privacidade dos dados pessoais um direito fundamental (*op. cit., p. 230*).

Em 1995, foi aprovada a Diretiva 95/96/CE para harmonizar as normas legais dos países da União Europeia, ainda como norma secundária (*op. cit., idem*). Com o exponencial avanço das tecnologias da informação, em especial da internet, essa normatização

se tornou obsoleta. Então, em 2011, o órgão supervisor de proteção de dados da União Europeia recomendou um novo marco legal (*op. cit., ibidem*).

Contudo, o problema era (e é) mais amplo porque os dados navegavam (e navegam) na internet sem respeitar fronteiras, o que obrigou as nações fora da Europa a estabelecer suas próprias leis, assim como os organismos internacionais a exemplo da OCDE¹⁰ que exigiu dos países-membros a regulamentação da matéria.

No Brasil, em maio de 2020, o STF reconheceu a proteção de dados pessoais e a autodeterminação informativa como direitos fundamentais cuja decisão suspendeu a Medida Provisória 954/2020 que possibilitava o compartilhamento de dados por empresas de telecomunicações com o IBGE para produção de estatística oficial durante a situação de emergência internacional no contexto da pandemia pelo coronavírus.¹¹

¹⁰ Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico. O Brasil ainda é candidato a integrar o grupo.

¹¹ Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2020-nov-25/lucia-ferreira-stf-direito-protecao-dados-pessoais>, acesso em 25 de jan. 2021.

Em verdade, a matéria já estava regulamentada pela Lei 13.709 de 2018¹², mas esta só entraria em vigor em agosto de 2020. Até a sua edição, não existia uma legislação genérica que protegesse os dados das pessoas, apenas um conjunto de leis esparsas que regulamentara direitos a eles relacionados.¹³

Em 2022, o Congresso Nacional, por meio da Emenda Constitucional 115, elevou a proteção dos dados pessoais à categoria de direito fundamental (art. 5º, LXXIX), competindo à União legislar, organizar e fiscalizar a sua proteção e tratamento (art. 21, XXVI, art. 22, XXX).

Diante do arcabouço teórico apresentado, parece estar-se diante do desafio de proteger os dados pessoais. Mas o verdadeiro desafio está em descortinar o uso desses dados para se conhecer melhor suas implicações com relação aos direitos humanos.

No filme “O quinto poder”, o personagem David Thewlis (Nick Davies) tem uma visão do que as novas tecnologias da informação seriam capazes de fazer:

¹²Lei Geral de Proteção de Dados ou LGPD.

¹³Marco Civil de Internet (Lei 12.965/2014); Lei do Cadastro Positivo (Lei 12.414/2011); Lei de Acesso à Informação (Lei 12.527/2011); Lei Carolina Dieckmann (Lei 12.737/2012).

Houve um tempo em que os jornais britânicos não poderiam revelar nada sobre o parlamento. Mas aí poucos homens de coragem começaram a imprimir panfletos e a vazar esses debates. Eu acho que foram todos enforcados. Mas o povo viu os panfletos e exigiu acesso. Assim então nasceu o quarto poder, da paixão e da visão desses poucos homens de coragem ... e agora nós estamos na mesma posição, uma nova revolução da informação, infinitamente mais poderosa que a anterior, digamos um quinto poder, originalmente, predestinado a destruir seus predecessores, fazendo os velhos modelos morrerem mais depressa do que somos capazes de substituir ...”¹⁴

Dessa forma, o presente artigo é dividido em três partes, a primeira trata do uso e manipulação de dados pessoais, a segunda parte aborda a ideologia política envolvida com a manipulação de dados digitais, e a terceira parte analisa os efeitos da manipulação desses dados nos direitos e liberdades fundamentais.

¹⁴ Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=UKGKzVW90Es>. Acesso em: 25 de jan.2021.

2 USO E MANIPULAÇÃO DE DADOS PESSOAIS

Para entender como os dados digitais das pessoas são usados, analisou-se o caso da empresa Cambridge Analytica que, em parceria com o Facebook, foi acusada de invadir a privacidade de milhões de pessoas e de colocar em xeque a democracia, com base no livro de Brittany Kaiser, “Manipulados” (2020).

Brittany Kaiser considera que a Cambridge Analytica havia surgido a partir da SCL¹⁵ (2020, p. 32), empresa fundada em 1993, na Inglaterra, e, ao longo de sua história, havia realizado mais de 200 eleições e implementado projetos políticos, humanitários e de defesa, em cerca de 50 países (*op. cit.*, p. 18).

Em 1994, o grupo SCL trabalhou com Nelson Mandela e o Congresso Nacional Africano fazendo cessar os atos de violência durante a votação e eleição na África do Sul (2020, p. 32).

Em 1998, o SCL se expandiu e depois do “11 de setembro” passou a trabalhar com defesa ao lado dos Departamentos de Estado e de Segurança Interna dos EUA, bem como ao lado da OTAN, CIA e FBI (*op. cit.*, p.

¹⁵*Strategic Communications Laboratories.*

33). Brittany Kaiser conta que Alexander Nix, CEO da SCL na época, lhe entregou, em outubro de 2014, um documento de quase 60 páginas como uma versão preliminar do novo manual da SCL (2020, p. 38). Segundo ela, o capítulo sobre “PSYOPs” lhe chamava a atenção pois falava como a empresa usava “PSYOPs” em campanhas humanitárias e de defesa (*idem*). A sigla “PSYOPs” era a abreviação de *psychological operations* ou “operações psicológicas”, que, segundo Kaiser, não passava de um eufemismo para designar “guerra psicológica” (*op. cit.*, pp. 38-39). Mas Kaiser explica que PSYOPs podem ser usadas tanto em situação de guerra como para manutenção da paz (*op. cit.*, p. 39). No documentário da Netflix “Privacidade Hackeada” (2019), a jornalista investigativa do “The Guardian”, Carole Cadwalladr, afirma que tudo começou com as PSYOPs, um termo usado pelos militares para descrever o que a pessoa faz na guerra que não é no campo de batalha, como, por exemplo, dissuadir jovens a não entrar em grupos terroristas ou a sair deles. Para Cadwalladr, a SCL começou como uma contratante militar chamada “SCL Defense”, depois ela passou a usar as pesquisas

para influenciar comportamentos públicos hostis e passou a se chamar “SCL Social”.

Em 2014, Alexander Nix, destacou que a SCL precisava de uma nova empresa só para administrar os trabalhos nos EUA (2020, p. 20). Essa empresa era a **Cambridge Analytica**, que estava no mercado há um ano e que o mundo deveria prestar atenção nela, pois estava prestes a iniciar uma revolução (*idem*). Nix se referia à revolução promovida pelo Big Data e pela análise de dados no sentido em que a Era Digital era dominada pelos dados (o “novo petróleo”) e a coleta de informações era a “corrida armamentista” (*ibidem*).

Segundo Nix, a Cambridge Analytica tinha um banco de dados sem precedentes (de 2 a 5 mil pontos de dados individuais de cerca de 240 milhões de americanos, maiores de 18 anos) (*ibidem*). A questão não era possuir um banco de dados gigantesco, mas sim o que fazer com aquela massa de informação, explicou Nix (*ibidem*).

Para isso, foi preciso empregar psicólogos, com dedicação exclusiva, para desenvolver métodos de análise política e usar os resultados para classificar pessoas, utilizando a **metodologia psicográfica** a fim de

assimilar a complexidade da personalidade de cada indivíduo, concebendo formas de prever e de orientar o comportamento humano (KAISER, 2020, 32). Na sequência, por meio da “**modelagem de dados**”¹⁶, os gurus¹⁷ da equipe criavam algoritmos capazes de prever com precisão o comportamento das pessoas ao direcionar a elas mensagens específicas cuidadosamente elaboradas (*idem*).

O primeiro passo é a sua obtenção ou coleta de dados. A Cambridge Analytica havia conseguido seu vasto banco de dados “**comprando e licenciando** todas as informações pessoais existentes em relação a todos os cidadãos americanos” (2020, p. 81, grifos nossos). Esses dados eram comprados de qualquer fornecedor como a Experian, Axion, Infogroup, comumente relacionados à vida financeira dos americanos (*idem*). A empresa então **comparou** esses dados com outros referentes ao âmbito político e depois com os dados do Facebook (*ibidem*). Kaiser explica que só com os dados do Facebook, a Cambridge Analytica tinha apenas 570

¹⁶ Criação de modelos a partir das informações coletadas.

¹⁷ O termo “guru” pode ser interpretado como sendo cientista de dado, conforme mencionado na página 81.

pontos de dados individuais, mas **se combinado com outros bancos de dados**, ela chegava a 5 mil pontos, de todos os americanos, maiores de 18 anos, de cerca de 240 milhões de pessoas (*ibidem*). A segunda forma de obter ou coletar dados eram os **testes de personalidade** desenvolvidos pelos cientistas de dados sobre um tema qualquer como vida sexual ou música (2020, p. 82). Era um mecanismo disfarçado para reunir dados dos usuários e de todos os seus “amigos”, bem como recolher pontos de dados úteis sobre personalidade e comportamento (*idem*). A terceira forma de obtenção era feita pelos **desenvolvedores de aplicativos** que criavam, por exemplo, jogos como o CandyCrush, dentro de uma plataforma como o Facebook (*ibidem*). A Cambridge Analytica era um dos **terceirizados** do Facebook e para ter acesso ao aplicativo o usuário tinha de aceitar os termos do serviço consentindo em fornecer seus dados e os dados de todos os seus amigos de graça aos desenvolvedores do aplicativo, assim como a todos os que esse desenvolvedor decidisse **compartilhar** as informações (*ibidem*). Na prática, o Facebook autorizava esse acesso por meio dos “Friends API”, um portal de dados que passou a violar as leis de proteção de dados

no mundo inteiro, pois não havia legislação que considerasse legal alguém consentir em nome de terceiro e que respondesse por seus atos, na opinião de Kaiser (*ibidem*). Essa forma permitiu que mais de 40 mil desenvolvedores, inclusive a Cambridge Analytica, aproveitassem dessa brecha para coletar dados de usuários desavisados do Facebook (*op. cit.*, pp. 82-83). No mais, **qualquer atividade on-line** permite que as plataformas rastreiem seus dados, inclusive em tempo real desde que a localização GPS esteja ativada, seja comprando algo ou simplesmente navegando em uma página na internet, tudo por meio de cookies ou termos de aceite por parte do usuário (2020, p. 84).

O **segundo passo é a modelagem dos dados**. Esse passo era o diferencial dos concorrentes somente praticado pela Cambridge Analytica que tornou o trabalho da empresa preciso e eficaz, “a **metodologia psicográfica**” (2020, pp. 86-87). Esse método se resume em pegar os testes de personalidade desenvolvidos internamente e aplicá-los ao banco de dados (*op. cit.*, p. 87). Os psicólogos utilizavam ferramentas analíticas para entender as complexas personalidades dos indivíduos para definir o que os motivava à ação (*idem*). Então a

Cambridge Analytica desenvolveu o “**Big Five**” que se tornou um modelo baseado em cinco tipos de personalidade lembrado pelo acrônimo “**OCEAN**” (*ibidem*). Segundo Brittany Kaiser, “A pontuação OCEAN surgiu a partir da psicologia comportamental e social no âmbito acadêmico” (2020, p. 87). Esse tipo de pontuação serviu para definir de que forma se constrói a personalidade das pessoas (*idem*). A partir dos testes de personalidade e da combinação dos pontos de dados, a Cambridge Analytica conseguiu chegar aos modelos dos vários tipos de personalidade, a saber: *openness*, O (aberto a experiências); *conscientiousness*, C (metódico); *extraversion*, E (extrovertido); *agreeableness*, A (empático); *neuroticism*, N (neurótico).

Com a pontuação OCEAN foi possível proceder a **abordagem em 5 etapas** (2020, p. 88).

A **primeira etapa** era a **segmentação do público**. As demais empresas de comunicação só conseguiam segmentar grupos com dados demográficos elementares como raça e gênero para tentar definir características mais específicas como afinidades partidárias ou posicionamento em questões políticas (*idem*). A Cambridge Analytica conseguia segmentar o público com

características mais refinadas e complexas ao utilizar o método OCEAN (*ibidem*). As pessoas eram **classificadas** em função das diversas **subcategorias** em que elas haviam demonstrado algum interesse a partir de curtidas no Facebook (2020, pp. 82-83). Para além de traçar os perfis de um grupo, os cientistas de dados passaram a enxergar cada pessoa profundamente diferente uma da outra ao relacionar todos os dados referentes a ela desde o estilo de vida até os seus registros eleitorais, curtidas do Facebook e scores de crédito (*op. cit.*, p. 83).

Na **segunda etapa**, cientistas, como Alex Tayler e Jack Gillet, executavam novos algoritmos gerando mais do que meras pontuações psicográficas, ou seja, atribuíam pontuações para todos os americanos **prevendo a probabilidade de suas escolhas políticas**, de seu **pertencimento partidário** ou de um **produto de sua preferência**, numa escala de 0 a 100% (*idem*). Com o tempo, os estrategistas digitais e os cientistas de dados foram testando e aprimorando os modelos ou grupos de usuários a ponto de refinar com precisão os índices de confiança em 95%.

A **terceira etapa** do processo foi aplicar o que se aprendeu com os algoritmos e **fazer o caminho de volta**

ao usar as plataformas (Twitter, Facebook, Pandora, Youtube) para descobrir onde as pessoas passavam a maior parte do tempo interagindo (KAISER, 2020, pp. 89-90). A melhor maneira de alcançar cada uma delas era quando elas faziam buscas na internet, como no Google, ou quando digitavam palavras chaves nos seus navegadores ou nos seus mecanismos de busca. Segundo Kaiser, “Cada vez que o faziam, lhes eram apresentados conteúdos (anúncios, artigos etc.) que a CA projetava especialmente para elas” (*op. cit.*, p. 90).

Na **quarta etapa**, os cientistas descobriram formas de **alcançar** o público-alvo e de **testar** a eficácia de tal alcance por meio de ferramentas de visualização de dados, desenvolvidas pela Cambridge Analytica, de modo a definir estratégias que usariam mesmo antes de a pessoa abrir a porta ou atender o telefone (*idem*).

Na **quinta e última etapa**, a equipe de criação fazia o processo ***microtargeting comportamental*** que consistia em elaborar mensagens específicas (vídeos, áudios e até impressos) para atingir alvos identificados (*ibidem*). O sistema, uma vez automatizado, refinava os conteúdos até a equipe entender o que levava os usuários individuais a se engajarem ao conteúdo

significativamente (*ibidem*). Descobriu-se que era preciso 20 a 30 variações do mesmo anúncio, enviados para a mesma pessoa 30 vezes, mas disposta de forma diferente nos *feeds* das suas variadas mídias sociais, até que ela clicasse nele e ele surtisse efeito (*ibidem*). A partir daí a equipe de criação passava o tempo inteiro produzindo novo conteúdo sabendo alcançar essas pessoas da próxima vez que a empresa lhes enviasse algo (*ibidem*).

3 A IDEOLOGIA ENVOLVIDA NA MANIPULAÇÃO DE DADOS

Depois da análise de como os dados pessoais são manipulados, agora se investiga a qual ideologia este projeto de poder está vinculado. Das obras analisadas, a que se mostrou pertinente para responder ao objetivo do estudo foi o livro do etnógrafo Benjamim Teitelbaum, “Guerra pela Eternidade” (2020). O autor buscou desvendar a base ideológica que funda a “Nova Direita”. Para isso, ele entrevistou ideólogos, entre 2018 e 2019, de vários países, dentre eles os mais importantes: Steve Bannon nos EUA de Trump, AlexandrDugin na Rússia

de Putin, e Olavo de Carvalho no Brasil de Bolsonaro. Concentrar-se-á na figura de Steve Bannon, pois as informações contidas no livro de Teitelbaum se coadunam com as informações contidas na obra de Brittany Kaiser (2020). Vale ressaltar que o conteúdo do livro de Teitelbaum é acrescido das explicações que este autor deu em entrevista ao Jornal da Unicamp, em 10 de dezembro de 2020, por ocasião do lançamento de sua obra no Brasil.

Steve Bannon é uma figura conservadora da indústria da mídia (KAISER, 2020, p. 103). Segundo Kaiser, ele e mais Alexander Nix e Robert Mercer fundaram a Cambridge Analytica (*op. cit.*, p. 112). Bannon era quem fazia as campanhas acontecerem (*idem*). **Alexander Nix**, como CEO da Cambridge Analytica, fez a escolha por **clientes de direita** como à única **oportunidade de levar a ciência de dados para o campo da política**, mas também foi uma escolha financeira (KAISER, 2020, p. 103). Kaiser sempre se referia a Alexander como um **admirador do fascismo** quando conta que este sempre se referia a seus livros como sua coleção de literatura fascista (*op. cit.*, pp. 39, 114). **Robert Mercer** era um bilionário que fazia doações

para causas conservadoras, tendo sido um brilhante cientista de dados da IBM que iniciou com pesquisas em inteligência artificial e criou os primeiros algoritmos (KAISER, *op. cit.*, p. 103). Sua filha, **Rebekah Mercer**, graduada em biologia e matemática, se destacou em pesquisa operacional e sistemas econômicos de engenharia, sendo a mais feroz dos Mercer, segundo Alexander Nix, um “animal político”, responsável por conectar a Cambridge Analytica às maiores campanhas eleitorais nos EUA (KAISER, 2020, p. 107).

Embora tenha se referido ao fascismo, estas figuras se associam a uma outra corrente de pensamento chamada de **Tradicionalismo**. De acordo com Teitelbaum, o Tradicionalismo é uma **escola filosófica e espiritual** que surgiu no sul da Europa, no início do século XX, e que busca desvendar as verdades do universo envolvendo estudos esotéricos de várias religiões, sobretudo do islamismo sufista e do hinduísmo, por conter fragmentos de ensinamentos antigos que se perderam (J. UNICAMP, 2020, não paginado). Mas também é uma **ideologia política** de oposição à modernidade **baseado na primeira crença** de que **o tempo é cíclico e não linear**, ou seja, em vez de as

sociedades progredirem a partir de um momento de corrupção para um futuro de glória, elas estão sempre em um ciclo de declínio, terminando em um cataclisma para renascer em virtude e assim sucessivamente (J. UNICAMP, *op. cit.*).

A **segunda crença**, conforme Teitelbaum, é a de que as sociedades virtuosas são formadas em torno de um sistema de casta de base indo-europeia estruturada por uma elite de sacerdotes no topo da pirâmide, no meio estão guerreiros e comerciantes e, na base, uma massa de escravos (J. UNICAMP, 2020). Esta hierarquia se mantém assim quando os tempos estão bons, mas quando os tempos estão ruins, o materialismo dos comerciantes e dos escravos reina, dissolvendo-a (J. UNICAMP, *op. cit.*)

A **terceira crença** é a de que durante o final de um ciclo de tempo ruim, a humanidade é nivelada em uma massa inferior ocorrendo uma “**inversão**”, isto é, o que parece ser bom, é ruim, como um devoto espiritual que é materialista, ou um professor que espalha ignorância em vez de conhecimento, ou um jornalista que desinforma, ou ainda um artista que cria feiura, etc. (J. UNICAMP, *op. cit.*).

Na opinião de Teitelbaum, isso prepara o terreno para uma análise política que rejeita as noções fundamentais do progresso liberal e de outras ideologias. Tradicionalistas, como AlexandrDugin, sustentam que tanto o **liberalismo**, quanto o **comunismo** e o **fascismo**, no século XX, buscavam manipular as massas com base na **narrativa do progresso**, o primeiro com foco no **indivíduo**, o segundo, na ideia de **classe**, e o terceiro, na ideia de **raça**, estando essas três ideologias modernistas competindo entre si pela chance de modernizar o mundo (TEITELBAUM, 2020, p. 196). Interessante notar a **diferença entre o Tradicionalismo e o Fascismo**. Vê-se que o **Tradicionalismo é antimoderno** e acusa o fascismo e o nazismo de “serem causas políticas essencialmente modernas” (J. UNICAMP, 2020). Mesmo o fascismo e o nazismo creem no controle da massa pelo potencial revolucionário da ciência moderna, em uma visão de progresso e em alguma forma de igualitarismo (J. UNICAMP, *op. cit.*). Para os Tradicionalistas, isso é uma cópia dos princípios que sustentam o liberalismo (*idem*). Por tais razões, Teitelbaum não acredita que o Tradicionalismo é um fascismo disfarçado (J. UNICAMP,

op. cit.), embora as manifestações de seus líderes sejam populistas (TEITELBAUM, 2020).

Segundo Teitelbaum, “Dugin queria que a política se voltasse para algo mais difícil de compreender: **a comunidade espiritual e cultural**” (TEITELBAUM, *op. cit.*, p. 199, grifos nossos). Os Tradicionalistas defendem um mundo multipolar onde a diferença prosperasse em detrimento da homogeneidade e para isso o poder precisaria ser dispersado (TEITELBAUM, *op., cit.*, p. 200). Portanto, esse Tradicionalismo é a “**Nova Direita**” que se opõe à uniformidade e à globalização, ao multiculturalismo e à imigração, opondo-se tanto à esquerda quanto à direita, progressista e materialista do Ocidente, rejeitando valores como liberdade, igualdade, direitos humanos e democracia (TEITELBAUM, *op. cit.*, pp. 212, 256, 306, 313, 340). O **Tradicionalismo luta pela eternidade** em vez de sonhar com um futuro melhor e promissor (TEITELBAUM, *op. cit.*, p. 364). Esse é um traço que diferencia um **Tradicionalista real** de um **mero conservador**, ou seja, de um **tradicionalista** com “t” minúsculo (*idem*).

Na entrevista, Teitelbaum explica que o Tradicionalismo era um movimento isolado na política de

direita e revela que sua influência cresceu pela “**metapolítica**”, isto é, pela formação de valores culturais através de setores como arte, entretenimento, intelectualismo, religião e educação (J. UNICAMP, 2020). A metapolítica é o ativismo político cuja crença (objetivo) é de formar valores políticos em uma sociedade com a atuação de poetas, atores, músicos, educadores, jornalistas, pois estes criam nossa visão de mundo, os políticos apenas reagem a isso (J. UNICAMP, *op. cit.*). Para Teitelbaum, “Ametapolítica, [...], é o marco de umacorrente radical de direita, cujo interesse emromper com a ortodoxia tende a levar os seusmembros a ideias e a métodos alternativos” (J. UNICAMP, *op. cit.*).

As figuras políticas inspiradas no Tradicionalismo estão envolvidas profundamente nos **meios de comunicação e no meio intelectual** rejeitando o sistema político eleitoral democrático ou negando explicações oficiais (J. UNICAMP, *op. cit.*). A tese de Teitelbaum corrobora a narrativa de Brittany Kaiser quando afirma que Steve Bannon esteve empenhado em **estudar e aplicar novas técnicas de manipulação dos eleitores por meio das redes sociais**, enquanto trabalhava para o Brexit e para Donald Trump (J. UNICAMP, *op. cit.*). Nesse

viés, a corrente Tradicionalista recorre aos **novos meios de comunicação** e ataca a credibilidade dos meios de comunicação hegemônicos, então deslegitimar estes era o ponto de partida (J. UNICAMP, *op. cit.*). Os novos meios de comunicação aos quais se refere Teitelbaum eram os dados pessoais digitais “adquiridos” pela Cambridge Analytica e sem os quais Donald Trump não conseguiria vencer as eleições americanas de 2016 (KAISER, 2020, p. 121).

Teitelbaum também confirma a versão de Brittany Kaiser segundo a qual Steve Bannon teria recebido milhões de dólares da bilionária família Mercer para criar a Cambridge Analytica, empresa de dados que influenciou o Brexit e a eleição de Donald Trump (J. UNICAMP, *op. cit.*, não paginado; KAISER, 2020, pp. 103-107). Para Teitelbaum (*op. cit.*), a habilidade dos gurus Tradicionalistas é promover líderes e partidos populistas de extrema-direita, e para Kaiser (*op. cit.*, p. 104), Bannon se tornaria o “Obi-WanKenobi” dos Mercer, fazendo uma alusão ao jedi mais importante da saga de “Star Wars”.

4 MANIPULAÇÃO DE DADOS E DIREITOS FUNDAMENTAIS

Já se viu o quanto o uso de dados é capaz de manipular as pessoas e qual ideologia criou essa nova forma de poder. Resta agora avaliar as implicações dessa manipulação aos direitos fundamentais.

A liberdade é um valor enaltecido desde a modernidade como primeira dimensão dos direitos humanos, um ideal iluminista do qual dependia o progresso da humanidade. A liberdade de pensamento possibilita ao ser humano fazer suas escolhas, realizar seus negócios, enfim viver sua vida privada. Mas também fundamenta os direitos políticos através do voto para eleger os representantes do povo. Dessa forma, o sufrágio alicerça as instituições políticas em uma sociedade democrática. Em todos os sentidos, afetar a liberdade de pensamento é ameaçar toda uma forma humana de coexistir no mundo.

Na atual era digital, o **poder de manipular os dados** não é somente a capacidade de informar o público, mas a capacidade de processar os dados por uma inteligência artificial (o algoritmo) capaz de modular o

pensamento, o sentimento, o comportamento e o arbítrio humano. Esse “noopoder”¹⁸ afeta a vida social, a saúde e ameaça a democracia.

Quando Alexander Nix ofereceu os serviços da Cambridge Analytica a clientes franceses, estes recusaram a proposta e Nix ouviu como resposta que o povo francês jamais aceitaria isso porque se as pessoas souberem que um candidato está manipulando os dados pessoais isso seria a derrota na certa (KAISER, 2020, p. 126).

Franceses, alemães e qualquer outro cidadão europeu são sensíveis ao uso de suas informações pessoais devido aos precedentes históricos (KAISER, *op. cit.*, p. 127). Nesse contexto, o Holocausto só foi possível e terrivelmente eficiente devido à coleta de dados pelos nazistas dos judeus, ciganos, deficientes e homossexuais de modo que, ao entrar na era digital, os legisladores europeus protegeram os dados rigorosamente a fim de evitar algo do tipo (*idem*). As regras da União Europeia eram claras quanto à privacidade com relação à informação limitando a capacidade de manipulação para

¹⁸ Do grego “nous”, quer dizer alma e “noopoder” é o poder sobre a mente das pessoas.

cometimento de abuso de dados e violação de direitos humanos (*ibidem*).

O mesmo não se deu com o referendo sobre a adesão do Reino Unido à União Europeia-UE onde os *brexiters* defendiam a saída absoluta da UE (KAISER, 2020, p. 129, 130). No Reino Unido, ninguém ainda havia feito uso das ferramentas digitais com um poder de campanha sem precedentes, o mesmo processamento feito nos EUA para a vitória de Trump (KAISER, *op. cit.*, p. 142). Os modelos utilizados poderiam vencer eleições ou influenciar consumidores (*idem*).

Quando o STF julgou a causa sobre a proteção de dados pessoais e a autodeterminação informativa, o Tribunal reconheceu a necessidade de atualização dos direitos fundamentais diante do avanço tecnológico com relação aos riscos do mau uso da informação pelos poderes de comunicação e econômico capazes de impor seus interesses e de fragilizar os valores humanos (FERREIRA, 2020, p. 01, versão impressa).

O STF destacou que **não existem mais dados neutros ou insignificantes pelo potencial que têm de identificar seus usuários e de formar perfis** podendo ser usados por empresas ou mesmo pelo Estado, razão

pela qual os dados pessoais mereciam proteção constitucional (FERREIRA, *op. cit.*, p. 02, versão impressa).

A decisão do STF suspendeu a Medida Provisória 954/2020 que possibilitava o compartilhamento de dados por empresas de telecomunicações com o IBGE para produção de estatística oficial durante a situação de emergência internacional no contexto da pandemia pelo coronavírus. O caso do Brasil foi comparado à decisão do Tribunal Constitucional Alemão de 1983 quando declarou inconstitucional uma lei que “ [...] criava um censo estatal e determinava a coleta de dados pessoais dos cidadãos para a otimização de políticas públicas” (FERREIRA, 2020, p. 01, versão impressa).

Embora o STF tenha reconhecido a seriedade do trabalho do IBGE, a gravidade da crise sanitária e a relevância do uso de dados para formulação de políticas públicas, **os ministros expressaram preocupação maior** com o aumento da vigilância estatal, com a excessiva coleta de dados e com o poder computacional dos sistemas automatizados, que poderiam gerar negócios escusos e práticas ilegais rentabilizando o uso de dados como o fez a Cambridge Analytica e o que é

pior, criar um cenário que afetaria as liberdades fundamentais e possibilitaria verdadeiras “ditaduras digitais”, ao citar a visão de YuvalNoahHarari (FERREIRA, *op. cit.*, p. 02 versão impressa). É importante frisar que a pandemia potencializou a manipulação de dados porque a crise sanitária forçou as pessoas ao isolamento e, conseqüentemente, as obrigou a viver virtualmente tendo como principal “janela” para o mundo exterior a tela do computador.

Esta decisão revisou o **antigo precedente da Corte** referente ao **RE 418.416** de 2006, em que foi relator o ministro Sepúlveda Pertence, que considerava a proteção constitucional do sigilo das comunicações, previsto no art. 5º, inciso XII, da Constituição, uma garantia individual ao direito à privacidade do qual o Estado deveria se abster (FERREIRA, *op. cit.*, p. 03, versão impressa).

Na decisão de 2020, o direito à proteção dos dados foi então elevado à categoria de **direito fundamental independente e autônomo do direito à privacidade**, relacionando-o com uma série de liberdades individuais (FERREIRA, *op. cit.*, p. 03, versão impressa). Essas

liberdades estão previstas na LGPD, no art. 2º, como fundamentos da proteção de dados.

Lucia Ferreira (*op. cit.*, pp. 03-04, versão impressa) sintetizou os fundamentos jurídicos apresentados pelo STF, a saber: (1) a **autonomia do direito fundamental à proteção de dados** que deriva do direito fundamental à dignidade da pessoa humana e da proteção constitucional à intimidade; (2) a **autodeterminação informativa** que tem uma perspectiva **subjéctiva** e outra **objéctiva**, **aquela** protege o indivíduo contra intervenções indevidas pelo Estado e por empresas na proteção dos dados, **a segunda** exige do Estado obrigações positivas para a garantia desse direito, tanto nas relações com o poder público, quanto nas relações privadas; (3) a **violação do princípio da proporcionalidade** por considerar o propósito do IBGE de gerar estatística genérica contrariando o Regulamento Sanitário Internacional da OMS (incorporado pelo Decreto 10.212/2020) que não autoriza processamento de dados desnecessários e incompatíveis com o propósito de manejo de um risco para a saúde pública; (4) a determinação do **tratamento de dados somente para fins legítimos**, bem como a **fiscalização** por parte de uma **autoridade de proteção**

de dados independente, inspirado no art. 8º da Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia.

Atualmente, a proteção de dados está regulamentada na Lei 13.709 de 2018, Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

A Emenda Constitucional 115 inseriu a proteção dos dados pessoais à categoria de direito fundamental no inciso LXXIX do artigo 5º, da Constituição, bem como definiu como competência privativa da União legislar sobre o assunto (art. 22, XXX), competindo ainda à União organizar e fiscalizar a sua proteção e tratamento (art. 21, XXVI).

A autodeterminação informativa foi incluída na LGPD como fundamento da proteção de dados (art. 2º, II), embora o STF a tenha considerado um direito fundamental.

5 METODOLOGIA

A importância do tema se deve à discussão de como a liberdade de pensamento é afetada pelo mau uso dos dados pessoais em plataformas e aplicativos na

internet a partir de uma visão realista do que está acontecendo nas relações humanas.

A investigação tem por objetivo geral **demonstrar** como o uso de dados pessoais afeta os direitos fundamentais, sobretudo a liberdade de pensamento.

Os objetivos específicos são: **investigar** como os dados pessoais são usados por plataformas e aplicativos; **tecer** considerações sobre as ideologias envolvidas com a realidade virtual; **analisar** as implicações do uso de dados na liberdade de pensamento e demais direitos fundamentais.

Com relação ao **tipo de estudo**, trata-se de uma investigação teórico-qualitativa, inserida na linha de pesquisa responsabilidade social e cultural com foco nos direitos humanos.

Quanto ao **local**, a investigação não apresenta um estudo de campo, mas seu espaço de pensamento está relacionado com o fenômeno das redes sociais e suas implicações normativas. Com efeito, o estudo não foi realizado com humanos, mas sua abordagem envolveu a sociedade, de modo geral.

Quanto à **coleta dos dados**, foi feito um levantamento bibliográfico e leitura das contribuições

teóricas, em seguida, foram feitas análises do material coletado em função dos objetivos da pesquisa, e, por fim, foi feita a sistematização dos resultados para o alcance ou não da hipótese preditiva.

A **análise do estudo** levou em consideração os aspectos sociais e jurídicos observados no contexto do uso de dados pessoais e sua implicação nos direitos fundamentais do direito brasileiro.

Do ponto de vista **ético**, como a pesquisa não envolve diretamente humanos nem animais, ela não interferiu na vida ou na saúde desses seres.

A pesquisa foi balizada pela seguinte **questão**: Como o uso de dados pessoais pode afetar a liberdade de pensamento e outros direitos fundamentais? Tal questionamento culminou com a seguinte **hipótese**: O mau uso de dados pessoais afeta não só a privacidade, mas o pensamento das pessoas e conseqüentemente os valores humanos garantidos na Constituição.

CONCLUSÃO

Considerando os objetivos da investigação, a questão-problema e a hipótese preditiva, chegou-se à seguinte conclusão:

Os dados pessoais podem ser manipulados por mecanismos computacionais que conseguem identificar os usuários, estabelecer seus perfis, desenvolver modelos de personalidade e focá-los nas redes sociais a fim de influenciá-los através de conteúdos direcionados até conseguir o resultado desejado.

A manipulação de dados mostrou-se vinculada à ideologia do Tradicionalismo, um movimento populista de extrema direita autodenominado “Nova Direita”. Seus ideólogos são antimodernos e contra o progresso porque não acreditam num tempo linear, mas num mundo cíclico razão pela qual lutam pela eternidade em vez da esperança num futuro melhor. São contrários aos direitos humanos e à democracia. O Tradicionalismo não se confunde com o nazismo e o fascismo, pois essas ideologias se valem de uma narrativa de progresso através da ciência moderna para controlar as massas com foco na ideia de raça. O Tradicionalismo atua pelo viés espiritual e cultural por meio da metapolítica e das

redes sociais trazendo a ciência de dados para o campo da política propriamente dita.

A manipulação dos dados afeta não só o direito à privacidade, mas também outras liberdades individuais, sobretudo a liberdade de pensamento na medida em que tem o poder de criar uma falsa realidade na mente humana capaz de dominar absolutamente as pessoas, sendo nocivo à saúde mental e perigoso do ponto de vista político por ameaçar a democracia.

Vale ressaltar que o mau uso de dados fez surgir o direito fundamental à proteção de dados, independente e autônomo do direito à privacidade, além de fazer surgir o direito à autodeterminação informativa.

Considera-se a manipulação de dados uma nova forma de poder ou um “quinto poder” que busca não só mudar uma sociedade, mas destruí-la para depois reconstruir, com os seus pedaços, um mundo distópico, na visão de seu criador.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Constituição Federal de 1988**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constitucao/constitucao.htm. Acesso em 26 de jun.2022.

_____. **Lei Geral de Proteção de Dados.** Lei 13.709/2018. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm. Acesso em 26 de jan.2021.

FERREIRA, Lucia Maria. **A decisão histórica do STF sobre o direito fundamental à proteção de dados pessoais.** In Consultor Jurídico, Opinião. 25 de novembro de 2020. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2020-nov-25/lucia-ferreira-stf-direito-protecao-dados-pessoais>. Acesso em 25 de jan. 2021.

JORNAL DA UNICAMP. **“Guerra pela Eternidade” desvenda a base ideológica que funda a nova direita.** Entrevista com Benjamin R. Teitelbaum. Texto de Sophie Galeottiet *ali*. 10 de dez.2020. Disponível em: <https://www.unicamp.br/unicamp/ju/noticias/2020/12/10/querra-pela-eternidade-desvenda-base-ideologica-que-funda-nova-direita>. Acesso em: 20 de jun.2022.

KAISER, BRITTANY. **Manipulados:** Como a Cambridge Analytica e o Facebook invadiram a privacidade de milhões e botaram a democracia em xeque. Tradução de Roberta Clapp e Bruno Fiuza. Rio de Janeiro: Harper Collins, 2020.

MENDES, William Lola. Coleção de Artigos do Programa de Certificação CBEX's. **A LGPD - Lei Geral de Proteção de Dado e suas implicações e impactos na**

gestão de unidades hospitalares: guia prático e objetivo de ações para adequação à lei., s.d., pp. 229-256.

NETFLIX. **Privacidade Hackeada.** Direção de KarimAmer e JehaneNoujaim, 2019. Disponível em: <https://www.netflix.com/title/80117542>. Acesso em: 25 de jan.2021.

TEITELBAUM, Benjamin R. **Guerra pela eternidade:** O retorno do Tradicionalismo e a ascensão da direita populista. São Paulo: Unicamp, 2020.

YOUTUBE. **O quinto poder.** Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=UKGKzVW90Es>. Acesso em: 25 de jan.2021.