

O QUINTO PODER: O USO DE DADOS PESSOAIS E SUAS IMPLICAÇÕES NA LIBERDADE DE PENSAMENTO E EM OUTROS DIREITOS FUNDAMENTAIS

Paulo Rogério de Souza GATCIA

Paulo Rogério de Souza Garcia. **O Quinto Poder: o uso de dados pessoais e suas implicações na liberdade de pensamento e em outros direitos fundamentais.** Projeto de investigação científica, do Curso de Direito – Centro Universitário Fibra, Belém, 2021.

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, seguido por outros países como a Suécia, a França, a Dinamarca, a Noruega, a Espanha, a Áustria e Portugal, dos quais os três 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 OCDE, 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. Em verdade, a matéria já estava regulamentada pela Lei 13.709 de 2018, mas essa 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. 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 suas implicações em outro direito fundamental, a liberdade de pensamento, produtor de valores humanos. Foi com esse intuito que se projetou a investigação científica, cujo o título é “O quinto poder: o uso de dados pessoais e suas implicações na liberdade de pensamento e em outros direitos fundamentais”. Trata-se de uma investigação teórico-qualitativa, inserida na linha de pesquisa responsabilidade social e cultural, com foco nos direitos humanos. Seu espaço de pensamento relaciona-se com o fenômeno da informação, na sociedade brasileira e suas implicações normativas. A hipótese, balizada na questão: Como o uso de dados pessoais pode afetar a liberdade de pensamento e outros direitos fundamentais?, foi: O mau uso de dados pessoais afeta não só a privacidade, mas o pensamento das pessoas e conseqüentemente os valores humanos garantidos na Constituição. Foi feito um levantamento bibliográfico e a

análise das informações 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. 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 ” (2020), “Manipulados. Brittany Kaiser considera que a Cambridge Analytica havia surgido a partir da SCL (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. 33). Brittany Kaiser conta que Alexander Nix, CEO da SCL, lhe entregou, em outubro de 2014, um documento de quase 60 páginas como uma versão preliminar do novo manual da SCL (2020, p. 38). 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 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 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). Por meio da “modelagem de dados, os gurus da equipe criavam algoritmos capazes de prever com precisão o comportamento das pessoas ao direcionar-lhes mensagens específicas cuidadosamente elaboradas (*idem*). O primeiro passo para o uso de dados é a sua obtenção ou coleta. 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, Axiom, 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 pontos de dados individuais, mas se combinado com outros bancos de dados, 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 Candy Crush, 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 essa brecha para coletar dados de usuários desavisados do Facebook (*op. cit.*, pp. 82-83). Qualquer atividade on-line permite que as plataformas rastreiem seus dados, inclusive em tempo real desde que a localização GPS esteja ativada, 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 para o uso de dados é a sua modelagem. 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) se resumia 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). 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 à abordagem em 5 etapas (2020, p. 88). A primeira 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-lhe todos

os dados, desde o estilo de vida até os seus registros eleitorais, curtidas do Facebook e scores de crédito (*op. cit.*, p. 83). Na segunda etapa, 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 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-chave nos seus navegadores ou nos seus mecanismos de busca. 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 ao 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 de 20 a 30 variações do mesmo anúncio, enviadas para a mesma pessoa 30 vezes, mas dispostas de forma diferente nos *feeds* das suas variadas mídias sociais, até que ela clicasse nele e 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*). Das obras analisadas, a que se mostrou pertinente para responder a que base ideológica este projeto de poder estaria vinculado foi o livro do etnógrafo Benjamim Teitelbaum (2020), “Guerra pela Eternidade”. 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, Alexandr Dugin na Rússia de Putin, e Olavo de Carvalho no Brasil de Bolsonaro. Vamos nos ater mais ao

pensamento de Steve Bannon, pois as informações contidas no livro se complementam 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 a 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 campanhas eleitorais maiores nos EUA (KAISER, 2020, p. 107). Embora tenha se referido ao fascismo, essas 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 baseada na 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 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). Essa 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 Alexandr Dugin, 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 competindo entre si pela chance de modernizar o mundo (TEITELBAUM, 2020, p. 196). 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). 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, que rejeita seus valores de 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 por meio 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 esses criam nossa visão de mundo, os políticos apenas reagem a isso (J. UNICAMP, *op. cit.*). Para Teitelbaum, “A metapolítica, [...], é o marco de uma corrente radical de direita, cujo interesse em romper com a ortodoxia tende a levar os seus membros 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.*). 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 a novos meios de comunicação e ataca a credibilidade dos meios de comunicação hegemônicos, então deslegitimá-los

era o ponto de partida (J. UNICAMP, *op. cit.*). Os novos meios de comunicação aos quais se refere Teitelbaum eram os dados pessoais digitais dos quais a Cambridge Analytica se apossou e sem os quais Donald Trump, por exemplo, não conseguiria prosperar (KAISER, 2020, p. 121). Teitelbaum 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.*; 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-Wan Kenobi dos Mercer, ou seja, uma alusão ao jedi mais importante da saga de “Star Wars”. 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, viver a sua vida privada. Mas também fundamenta os direitos políticos por meio 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” afeta a vida social, a saúde e ameaça a democracia. Quando Alexander Nix ofereceu os serviços da Cambridge Analytica a clientes franceses, Nix ouviu como resposta que o povo francês jamais aceitaria isso porque se as pessoas souberem que um candidato está manipulando os dados pessoais seria 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 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-EU, onde os *brexiteers* 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 com 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 em 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, criando um cenário que afetaria as liberdades fundamentais e possibilitaria verdadeiras “ditaduras digitais”, ao citar a visão de Yuval Noah Harari (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, com uma séria de liberdades individuais (FERREIRA, *op. cit.*, p. 03, versão impressa). 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 subjetiva e outra objetiva, aquela protege o indivíduo contra intervenções indevidas pelo Estado e por empresas na proteção dos dados, essa 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. Hoje, a proteção de dados está regulamentada na Lei 13.709 de 2018 (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. Conclui-se que 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 por meio de conteúdos direcionados até conseguir o resultado desejado. A manipulação dos 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 de sonhar com um futuro melhor e promissor. São contrários aos direitos humanos, à igualdade, à liberdade e à democracia. O Tradicionalismo não se confunde com o nazismo e o fascismo, embora sejam próximos, pois essas ideologias se valem de uma narrativa de progresso por meio 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 fundamental 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 e assim influenciar e dominar as pessoas, sendo nocivo à saúde e perigoso do ponto vista político por ameaçar a democracia. 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 também o direito à autodeterminação informativa. O poder de manipular os dados é uma nova forma de poder ou um “quinto poder”, que busca não apenas mudar uma sociedade, mas destruí-la para depois

reconstruir, com os seus pedaços, a visão de um outro mundo, segundo o seu criador.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Constituição Federal de 1988**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.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 Benjamim R. Teitelbaum. Texto de Sophie Galeotti *et ali*. 10 de dez.2020. Disponível em: <https://www.unicamp.br/unicamp/ju/noticias/2020/12/10/guerra-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 Karim Amer e Jehane Noujaim, 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.