

IMPACTOS DA ATOMIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO MEDIANTE MANIPULAÇÃO DOS ALGORITMOS DAS REDES SOCIAIS NA SEARA JURÍDICA: Análise do Fenômeno ‘Brasil Paralelo’

Mateus Mamedes

Universidade de Pernambuco (UPE). Arcoverde/PE, Brasil.
<https://orcid.org/0009-0004-6219-3781>

Rita de Cássia Souza Tabosa Freitas

Universidade de Pernambuco (UPE). Arcoverde/PE, Brasil.
<https://orcid.org/0000-0002-2135-1462>

RESUMO

A disputa do campo da verdade é parte indissociável do fenômeno político. Com o advento da Internet, o combate ao sofisma modernizou-se, adquirindo complexidade no ambiente digitalizado. Assim, a mentira, como mecanismo estratégico de manipulação de massas, foi algoritmificada e vendida como mercadoria virtual. Desta forma, este trabalho dedica-se a responder à seguinte problemática: Quais são os impactos causados pela atomização da informação por meio da manipulação dos algoritmos das redes sociais na seara jurídica a partir da análise do fenômeno ‘Brasil Paralelo’? Assim, o objetivo geral do trabalho é analisar os impactos causados pela atomização da informação mediante a manipulação dos algoritmos das redes sociais na seara jurídica a partir da análise do fenômeno “Brasil Paralelo”. Os objetivos específicos são: compreender o funcionamento dos algoritmos e como são usados pela empresa ‘Brasil Paralelo’ para segmentar a audiência; analisar as consequências da atomização da informação a partir da desinformação propagada pela empresa “Brasil Paralelo” a partir das eleições presidenciais de 2018, do ponto de vista jurídico, e estudar estratégias de enfrentamento aos desafios impostos pela desinformação causada pela manipulação da verdade no meio digital. Para isso, foram traçadas como marco delimitador do espaço amostral da pesquisa as produções da empresa Brasil Paralelo. Este trabalho obedece ao método indutivo a partir de uma abordagem qualitativa, sendo, primordialmente, um estudo exploratório por meio de revisão bibliográfica. Ante o exposto, o presente estudo avança no sentido de trazer reflexões sobre um tema extremamente relevante, mas que ainda enfrenta dificuldades em termos de debate.

Palavras-chave: algoritmos; *fake news*; desinformação; redes sociais.

IMPACTS OF INFORMATION ATOMIZATION THROUGH SOCIAL MEDIA ALGORITHM MANIPULATION IN THE LEGAL DOMAIN: ANALYSIS OF THE ‘BRASIL PARALELO’ PHENOMENON

ABSTRACT

The dispute over the field of truth is an inseparable part of the political phenomenon. With the advent of the internet and social media, the dynamics of modern sophisticated combat have evolved, acquiring such complexity in the digitized environment. Thus, falsehood, as a strategic mechanism for mass manipulation, has been algorithmically transformed and sold as a virtual commodity. In this way, this work is dedicated to addressing the following issue: what are the impacts caused by the fragmentation of information through the manipulation of social media algorithms in the legal realm, based on the analysis of the ‘Brasil Paralelo’ phenomenon? Therefore, the general objective of the work is to analyze the impacts caused by the fragmentation of information through the manipulation of social media algorithms in the legal field, based on the analysis of the “Brasil Paralelo” phenomenon. The specific objectives are: to understand how algorithms function and how they are used by the ‘Brasil Paralelo’ company to segment the audience; to analyze the consequences of information fragmentation due to disinformation propagated by the ‘Brasil Paralelo’ company during the 2018 presidential elections, from a legal perspective; and to study strategies for addressing the challenges posed by disinformation caused by the manipulation of truth in the digital realm. To this end, the research sample space has been delimited to the productions of the ‘Brasil Paralelo’ company. This work follows an inductive method with a qualitative approach, primarily being an exploratory study through literature review. In conclusion, this work advances in providing focused reflections on an extremely relevant topic that still faces difficulties in terms of debate.

Keywords: algorithms; *fake news*; disinformation; social media.

Submetido em: 6/9/2023

Aceito em: 21/3/2024

1 INTRODUÇÃO

A era digital trouxe transformações profundas para a sociedade em diversas áreas, em especial na seara da comunicação e do acesso à informação. As redes sociais tornaram-se importantes canais de disseminação de conteúdo, influenciando diretamente o comportamento e as opiniões das pessoas. Esta difusão de informações, contudo, não opera de forma homogênea e a manipulação dos algoritmos utilizados pelas plataformas, ocasionada pela inevitável capitalização dos dados virtuais, pode levar ao fenômeno da atomização da informação, que consiste na segmentação de tudo aquilo que é colocado na tela do usuário, criando assim verdadeiras bolhas sociais em ambiente digital, fato que pode gerar consequências significativas para a sociedade.

No âmbito do Direito, a “bolhificação” da informação pode gerar problemas que vão desde a propagação de notícias falsas até a dificuldade da aplicação da lei e da garantia dos direitos fundamentais. O compartilhamento de teorias conspiratórias, por exemplo, pode levar ao descrédito de instituições jurídicas e ao enfraquecimento do Estado de Direito, colocando em risco as democracias ao redor do mundo, que tão arduamente foram conquistadas, em benefício daqueles que melhor compreendem como se dá o funcionamento das operações lógicas digitais no contexto na Internet ou daqueles que possuem os recursos para fazer com que aquelas funcionem a seu modo. Diante desse contexto, é possível verificar a existência de verdadeiras milícias digitais, grupos que souberam se utilizar do alcance e da praticidade das redes sociais a fim de divulgar suas visões de mundo, que mais se assemelham a pregações, e assim atrair seguidores que os apoiem em suas cruzadas.

No Brasil, viu-se a tentativa de assassinar a democracia do país mais de uma vez nos últimos anos. O ordenamento jurídico local foi desrespeitado, o debate tornou-se violento e cada vez menos lógico e racional. A página “Brasil Paralelo”, que se autointitula como a “Netflix da Direita”, tem como seu lema reescrever a história a seu modo e resgatar valores que afirmam ter sido perdidos, e dessa forma, contribuem com o ambiente caótico que tomou conta do país.

A partir da apresentação anteriormente feita, o problema de pesquisa que orienta o estudo é: “Quais são os impactos causados pela atomização da informação através da manipulação dos algoritmos das redes sociais na seara jurídica a partir da análise do fenômeno ‘Brasil Paralelo’?”. Dessa forma, é válido questionar: Como se dá o funcionamento dos algoritmos e como são usados pela empresa ‘Brasil Paralelo’?; Quais são as consequências da atomização da informação do ponto de vista jurídico?; E quais são as estratégias de enfrentamento aos desafios impostos pela desinformação causada pela manipulação da verdade no meio digital?

Nesse contexto, o objetivo geral da pesquisa será analisar os impactos causados pela atomização da informação por meio da manipulação dos algoritmos das redes sociais na seara jurídica a partir da análise do fenômeno “Brasil Paralelo”. Em decorrência do objetivo geral, na concretização deste tem-se por objetivos específicos, inicialmente, “Compreender o funcionamento dos algoritmos e como são usados pela empresa ‘Brasil Paralelo’ para segmentar a audiência.”. Pelo segundo objetivo específico tem-se a pretensão de “analisar as consequências da atomização da informação a partir da desinformação propagada pela

empresa 'Brasil Paralelo' a partir das eleições presidenciais de 2018 do ponto de vista jurídico". Por fim, o último objetivo consiste em "Estudar estratégias de enfrentamento aos desafios impostos pela desinformação causada pela manipulação da verdade no meio digital".

2 JUSTIFICATIVAS

A motivação pessoal para a realização desta pesquisa surgiu a partir da inquietação com relação ao poder das redes sociais e a disseminação de informações falsas por meio da manipulação dos algoritmos das plataformas. Percebeu-se a relevância que as redes sociais no ambiente digital possuem na formação da opinião pública e na construção de narrativas que podem impactar o cenário jurídico e político do país. O Brasil Paralelo é um fenômeno que desperta grande interesse, pois se trata de um movimento organizado e estruturado, que utiliza as redes sociais para desacreditar a verdade e a história e assim disseminar ideias conservadoras, que têm ganhado cada vez mais adeptos no Brasil.

A relevância acadêmica deste trabalho reside na percepção de que a manipulação dos algoritmos das redes sociais é um tema atual e que vem sendo objeto de discussão na Academia. A análise do fenômeno Brasil Paralelo é um exemplo concreto de como as redes sociais podem ser utilizadas para disseminar informações que vão além do campo político, mas também na área jurídica. O estudo das redes sociais e da manipulação dos algoritmos é um tema transdisciplinar que envolve diversas áreas do conhecimento, como a ciência da computação, a sociologia, a psicologia, entre outras. Neste sentido, a pesquisa proposta contribuirá para ampliar a compreensão sobre os impactos da atomização da informação e da manipulação dos algoritmos nas redes sociais na seara jurídica.

Por sua vez, a justificativa social deste projeto é materializada pela utilização diária das redes sociais e da Internet como um todo, como fonte de informação, por milhões de pessoas e sua influência sobre a opinião pública e as tomadas de decisão políticas. A manipulação dos algoritmos das redes sociais pode levar à disseminação de informações inverídicas e à formação de bolhas informacionais, o que pode contribuir para o enfraquecimento do debate público e para a disseminação de notícias falsas. Assim, este trabalho tem potencial de contribuir para a formação de uma sociedade mais crítica e informada sobre os impactos das redes sociais em nosso cotidiano.

3 METODOLOGIA

Em resposta ao problema formulado e as derivações deste representadas pelos objetivos geral e específicos, a pesquisa se constrói por meio do método indutivo. Este método é utilizado em casos em que são apresentados contextos particulares, que serão impulsionadores de conclusões prévias que objetivam possuir um caráter generalizante. Nas palavras de Mezzaroba e Monteiro: "O propósito do raciocínio indutivo é chegar a conclusões mais amplas do que o conteúdo estabelecido pelas premissas nas quais está fundamentado" (2009, p. 63).

A pesquisa adotará um viés qualitativo, visto que não tem como prioridade matematizar os dados obtidos, mas sim estudar a natureza deles, privilegiando contextos e sentidos daquilo que for analisado (Mezzaroba; Monteiro, 2009, p. 110).

Por meio da leitura de produções científicas já concluídas, de temáticas correlacionadas, objetiva-se produzir novos resultados a partir de um novo olhar sobre aquilo que foi discutido, explorando áreas que não foram investigadas anteriormente (Marconi; Lakatos, 2003, p. 183). Tem-se, portanto, uma pesquisa de cunho bibliográfico.

Quanto à técnica de coleta de dados, foi utilizada a observação do tipo não participante, que se apresenta como sendo o modelo clássico de observação, no qual o pesquisador não intervém no campo estudado, assim como não se utiliza de instrumentos dialéticos na construção do arcabouço de dados que pretende retirar do universo pesquisado.

Por fim, quanto à análise dos dados obtidos ao longo da pesquisa, empregou-se a técnica desenvolvida por Laurence Bardin, e conhecida por “análise de conteúdo”. Esta técnica consiste na sistematização da pesquisa em torno de eixos maiores, ou seja, dos assuntos/temas percebidos como mais recorrentes e sobre os quais o pesquisador deverá desenvolver sua análise. Como a própria autora define, a técnica de análise de conteúdo consiste em: “[...] um conjunto de instrumentos de cunho metodológico em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a discursos (conteúdos e continentes) extremamente diversificados” (Bardin, 1977, p. 9).

4 O FUNCIONAMENTO DOS ALGORITMOS E COMO SÃO USADOS PELA EMPRESA “BRASIL PARALELO” PARA SEGMENTAR A AUDIÊNCIA

“Privacidade hackeada” é um documentário produzido pela Netflix que detalha o escândalo em que a empresa de consultoria Cambridge Analytica e o Facebook foram acusados de roubar informações pessoais de 240 milhões de pessoas para criar uma imagem política e influenciar a saída do Reino Unido da União Europeia, no caso *Brexit*, e nas eleições de 2016 nos Estados Unidos, como descrito por Sumpter (2019). O escândalo gerou discussões em todo o mundo sobre a coleta e venda não autorizada de informações de pessoas, disponíveis nas plataformas digitais, na busca de influenciar a opinião da população no que tange aos debates de cunho político em voga, por grandes empresas como Google, Facebook, Instagram e outros gigantes das redes sociais.

Tais fenômenos revelaram a urgência do debate público, acadêmico, jurídico e sociológico quanto à regulação¹, pelo Estado, daquilo que é compartilhado na Internet, como mantenedor do interesse público, dado o tamanho do impacto causado pela desinformação propagada e sua conseqüente interferência nas eleições e nos projetos legislativos em andamento, que decidem o futuro da nação e os interesses das classes.

Os algoritmos constituem um conjunto de operações lógicas no campo da computação, que têm por objetivo selecionar informações consideradas de maior relevância para cada usuário, de acordo com o seu histórico de buscas e com os seus dados pessoais de forma geral, como rede de amigos e localização de acesso, mapeando as preferências de cada pessoa e, assim, oferecer *links* personalizados, tornando a navegação mais fluida e instigante (Gillespie,

¹ O PL 2.630/2020, apresentado no Senado Federal em maio de 2020, proposto pelo senador Alessandro Vieira (Cidadania – SE), consiste na mais relevante medida legislativa de enfrentamento às *fake news*, encontrando-se em tramitação na Câmara dos Deputados. Propõe o texto que o usuário de uma rede social, ao criar um perfil na plataforma, cadastre um número de identidade, com o objetivo de identificar e punir mais facilmente o divulgador de notícias falsas.

2018). Eles são frequentemente usados em plataformas digitais para processar grandes quantidades de dados e identificar padrões que ajudam a gerir melhor a sua audiência.

Dessa forma, grandes empresas e conglomerados políticos, ao enxergar o poder de alcance aliado ao pragmatismo oferecido pela utilização de mecanismos lógicos de coleta de informações, como os algoritmos, deram início a um verdadeiro aparelhamento das ferramentas digitais de modo a priorizar o alcance e a eficiência no tocante à divulgação das informações inverídicas, que são o seu produto, em detrimento da ética e da moral, transformando a difusão proposital de *fake news* em um verdadeiro mercado.

Como todo negócio, existe no contexto da comercialização das *fake news* um sistema de oferta e demanda. Cardoso (2019), de forma sucinta, é certo ao afirmar que, embora as plataformas digitais, em sua maioria, sejam de acesso teoricamente gratuito, na prática são custeadas a partir da comercialização das informações de seus usuários para empresas interessadas, com o intuito de, por meio delas, direcionar os seus anúncios na Internet para pessoas que, com base no seu comportamento e em suas interações nas redes, podem ser caracterizadas como potenciais clientes.

Vitor Souza Lima Blotta (2022), doutor em Direito pela Universidade de São Paulo (USP), no programa de rádio denominado “Jornal da USP no Ar”, transmitido pela Rádio USP, exibido no dia 5 de dezembro de 2022, explica como se dá, de modo geral, a monetização nas plataformas:

Uma das formas é a monetização direta, você cria uma espécie de parceria: se você é um produtor de conteúdo, você vira, por exemplo, um parceiro do YouTube para receber recursos se você tem muitas visualizações. Um outro caminho é a plataforma recebendo diretamente pela divulgação de anúncios. Tem a ver com uma parceria que o YouTube faz muitas vezes pelo programa chamado Google AdSense e tenta direcionar bastante os anúncios para públicos de grande audiência. Outra modalidade são os grupos sociais com interesses políticos que financiam pessoas para produção de notícias, nesse caso fraudulentas, para conseguir divulgar ideologias, então também há um financiamento por grupos de interesse.

Existem dois tipos de monetização do conteúdo na Internet. O primeiro consiste em o interessado na produção do conteúdo patrocinar aquele produtor, não tendo o *site*, no qual o conteúdo será publicado, qualquer tipo de interferência direta nesta negociação. O segundo resume-se no incentivo à produção do conteúdo pela própria plataforma, com base no número de visualizações ou qualquer outra métrica escolhida pela empresa responsável.

Ocorre que grande parte das redes sociais estabelece como critério de relevância o número de interações que aquele conteúdo recebe. O problema reside no fato de que essa análise tem caráter meramente objetivo, não sendo levado em consideração, ao menos em princípio, o conteúdo daquela publicação. Nesse sentido, Vosoughi, Roy e Aral (2018) ressaltam que não existe diferenciação, por parte dos mecanismos lógicos das redes, entre conteúdo falso e verdadeiro. Notícias falsas, porém, são divulgadas em maior escala, em razão da tendência dos seres humanos em espalhar conteúdos sensacionalistas e/ou distorcidos. Além disso, a dinâmica de interação baseada em engajamento proveniente da interação direta de outros usuários com a publicação, como curtidas e comentários, estimula o publicador original com um sistema de recompensas (Ceylan; Anderson; Wood, 2023).

Seguidores novos, oriundos do interesse por mais conteúdos, como aquele que viralizou e a prioridade dada ao perfil em destaque nas páginas iniciais como sugestão aos que ainda não seguiram aquela página, são exemplos de como a rede social incentiva o compartilhamento de informações polêmicas, independentemente do conteúdo presente. No final, a empresa dona da rede social é a vencedora, que lucra com os anunciantes que veem na plataforma uma vitrine valiosa para oferecer o seu produto à custa da alienação da população e dos danos causados ao conhecimento científico.

É dessa forma que opera a empresa «Brasil Paralelo» (BP), uma produtora de conteúdo que utiliza os algoritmos das plataformas digitais para segmentar sua audiência. Criada em 2016 inicialmente na forma de uma *start-up* de cinema, a empresa, além de ter tentáculos em cada rede social popular no Brasil, possui uma plataforma de *streaming* de vídeo que, mediante assinatura mensal, oferece acesso a documentários, entrevistas, palestras e outros conteúdos relacionados à política, economia e cultura, e por isso se autointitulam como “a Netflix da Direita”. A empresa, em suas produções audiovisuais, falsifica o debate acadêmico e científico, utiliza táticas apelativas que visam a mobilizar os impulsos mais básicos da audiência que pretende conquistar, estratégia padrão adotada pelo Olavismo Cultural² (Paulo, 2020).

A título de exemplo, ao digitar a palavra “feminismo” na barra de busca da Google, é possível encontrar na primeira página de resultados diversos *sites* que tratam do tema, entre eles um *link* que leva ao *site* da Brasil Paralelo. Ao comparar a matéria da Brasil Paralelo, intitulada “O que é feminismo? Conheça a história e influência de um dos principais movimentos da idade moderna”, publicada no dia 18 de maio de 2023, e a matéria do Politize, publicada no dia 11 de fevereiro de 2022, com o título “Vertentes do feminismo: conheça as principais ondas e correntes!”, é possível identificar aspectos que evidenciam o método revisionista da BP.

Enquanto no texto da Politize o feminismo é descrito como “[...] um movimento que luta pela igualdade social e de direitos para as mulheres [...]”, no texto da BP, ao contrário do tom indicativo trazido pela anterior, descreve o feminismo como “[...] o movimento que afirma existir uma desigualdade econômica entre homens e mulheres, sendo preciso desfazer essa desvantagem através de políticas públicas ou de ações diretas e afirmativas.” A escolha dos modos e tempos verbais, a fim de imbuir o tom de descrédito ao movimento, é estratégica e proposital, obedecendo à cartilha da guerra cultural instaurada pelo Olavismo. Além disso, no texto da BP citado anteriormente, é citada Ana Caroline Campagnolo, professora de História e deputada estadual de Santa Catarina, que se autodescreve como antifeminista, cristã e conservadora, como fonte das informações trazidas no texto acerca do movimento.

Picoli, Chitolina e Guimarães (2020), ao analisar uma das produções da empresa, denominada “1964: o Brasil entre armas e livros”, verificaram que o conteúdo apresentado nas obras da Brasil Paralelo ignora o rigor metodológico adotado na Academia, para assim, ideologicamente, justificar as atrocidades cometidas pelos militares durante o seu regime de

² Luiz Cláudio da Costa Carvalho, em seu texto intitulado “Olavismo e pulsão de morte” (2020), explica que o método olavista tem como foco deslegitimar os estudos acadêmicos, apontando suas contradições, tendo em vista a compreensão superficial da população em geral, em decorrência do grau de complexidade do discurso científico, que dificulta a aproximação deste com aquela, fomentando a desconfiança e as inseguranças das pessoas.

poder no século passado, que teve início no golpe de Estado de 1964 e perdurou até o ano de 1985, e fazer apologia a atos que ferem o regime democrático conquistado à custa de suor e sangue daqueles que ousaram resistir.

A gravidade é acentuada pela forma como o conteúdo elaborado pela empresa é divulgado na Internet. Julianna Granjeira e Rodolfo Almeida, em matéria publicada no Jornal Núcleo em 31 de janeiro de 2023, evidenciam o poder de artilharia da Brasil Paralelo. A produtora elevou o patamar no que diz respeito ao manuseio dos algoritmos, adotando como um de seus métodos atuais de divulgação de seu conteúdo a compra de palavras-chave na aba de busca da Google por meio da ferramenta Google-Ads, setor da empresa responsável pela monetização do conteúdo. São exemplos de frases compradas por meio do recurso da busca-paga: “quem foi Olavo de Carvalho”, “feminismo”, “quantas favelas tem no Rio de Janeiro”, “comunismo na Venezuela hoje”, “adpf 635”, “cultura ocidental”, “argumentos contra o socialismo”.

Ao inserir um dos termos de domínio pertencente à Brasil Paralelo na barra de pesquisa da plataforma Google e dar sequência à pesquisa, *links* da produtora que tratam daquele assunto pesquisado têm a preferência em relação a outros endereços eletrônicos que tratam sobre o mesmo tema na tela do usuário. Tal fenômeno contribui para o processo de atomização informacional na Internet, utilizando a máquina algorítmica de forma a sufocar o usuário com matérias impulsionadas financeiramente.

Valendo-se desta estratégia, também conhecida como *Search Engine Optimization* (SEO), a empresa investiu, no período de agosto de 2020 até janeiro de 2023, um valor aproximado de R\$ 16,3 milhões em 48.843 anúncios sobre temas variados (principalmente políticos), conforme Relatório da Biblioteca de Anúncios da Meta³, empresa responsável pela rede social mais popular do Brasil. Além disso, de acordo com a mesma fonte, a Brasil Paralelo gastou R\$ 666.139,00 no período que compreende os dias 26 de março até 23 de junho de 2023.

Sobre a origem da verba da empresa, de acordo com a Revista Exame, em matéria publicada pelo jornalista Lucas Amorim no dia 17 de fevereiro de 2023, a Brasil Paralelo fechou o ano de 2022 com a marca de 500 mil assinantes, que contribuem mensalmente com quantias que vão de 19 até 59 reais por mês, a depender do pacote escolhido pelo usuário. A Brasil Paralelo, em matéria publicada em 14 de setembro de 2022 no seu próprio *site*, afirmou que a empresa não recebe dinheiro público e que nem mesmo os seus vídeos no Youtube são monetizados, com a sua renda sendo proveniente apenas das assinaturas de seus membros.

No contexto do sistema neoliberal de mercado, que torna possível a dominação do ambiente virtual por meio do suborno dos algoritmos, a segmentação da informação pode ser vista como uma estratégia de *marketing* para maximizar o lucro, pois permite que as empresas direcionem suas campanhas publicitárias para o público-alvo mais propenso a responder positivamente a elas, de forma a roteirizar a participação do cidadão no seu respectivo ambiente político (Castro, 2018).

³ Conforme definição própria exposta no *site* da plataforma, a Biblioteca de Anúncios da Meta consiste na “central abrangente da Meta para a transparência dos anúncios”, ou seja, um portal de publicização dos valores pagos pelas empresas para anunciar nas plataformas pertencentes à empresa Meta.

De acordo com Luigi Mazza (2023), em matéria à Revista Piauí publicada no dia 27 de maio de 2021, o diretor da Brasil Paralelo, Luan Licidonio, afirmou que os algoritmos do *site* da empresa, com base no perfil de seus assinantes mensais e nos acessos orgânicos advindos do engajamento das páginas da produtora nas redes sociais, entendem que seu público-alvo deve ser composto por pessoas adultas acima de 24 anos de idade.

Em sua pesquisa, Pablo Ortellado (2022), tendo como campo a plataforma do Facebook, obteve como resultado o fato de que pessoas mais velhas possuem fortes tendências a compartilhar, de maneira mais vultuosa e habitual, postagens no *site*. Sendo assim, são essas pessoas que movimentam as redes, assim como são as mesmas pessoas que são alvo da empresa Brasil Paralelo quanto à produção e divulgação de seu conteúdo. Esta estratégia, que consiste em direcionar o conteúdo produzido a grupos de pessoas com particularidades semelhantes e alvos mais suscetíveis, ao invés de distribuí-lo a esmo, é denominada de *microtargeting* (França; Muneiro, 2020). Tal tática foi adotada nas eleições presidenciais dos Estados Unidos da América, no ano de 2016, tendo a equipe de *marketing* de Donald Trump, eleito na ocasião, direcionado a sua campanha para convencer os eleitores indecisos, que ainda não tinham certeza sobre quem escolher para ocupar a cadeira da Presidência.

5 AS CONSEQUÊNCIAS DA ATOMIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO A PARTIR DA DESINFORMAÇÃO PROPAGADA PELA EMPRESA “BRASIL PARALELO” A PARTIR DAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2018 DO PONTO DE VISTA JURÍDICO

Do mesmo modo que as redes sociais tornam a produção e o compartilhamento de conhecimento científico mais fluidos, globalizando a informação e possibilitando uma elevação do patamar da geração do saber, o encurtar de distâncias promovido pelo ambiente virtual também facilita a viralização de mentiras e informações distorcidas (Jardelino; Cavalcanti; Toniolo, 2021).

Um dos primeiros conteúdos produzidos pela Brasil Paralelo que alcançou uma quantidade massiva de espectadores foi publicado em 2018, três dias antes das votações referentes aos cargos eletivos dos poderes Executivo e Legislativo do Brasil, em sede de primeiro turno, e tinha como tema uma informação não verdadeira sobre o funcionamento das urnas utilizadas nas eleições nacionais do ano de 2014. Intitulada “Operação Antifraude”, a obra tinha como argumento base, para descredibilizar o processo eleitoral, a chamada “Lei de Benford”, um método de análise de dados aplicado na área contábil que atesta que a distribuição dos dígitos presentes em registros de contabilidade tende a não ser uniforme, considerando que os dígitos de menor valor, logicamente, tendem a aparecer em maior quantidade em comparação aos dígitos de maior vulto. Ocorre que o método não é mecanismo de prova, apenas instrumento para verificação de indícios de irregularidades na fiscalização contábil (Faria; Pintar; Paranaíba, 2019).

No âmbito eleitoral, a Lei de Benford não possui comprovação científica de que pode ser aplicada para produzir resultados concretos, em razão das particularidades inerentes à democracia eleitoral, de forma que os resultados das eleições não são, em regra, previsíveis, tendo em vista que as urnas refletem aspectos além do visível e do calculável, sendo o resultado suscetível à influência de inúmeras variáveis. Não bastasse isso, pesquisadores como Dalson Figueiredo Filho, Lucas Silva e Ernani Carvalho (2022) comprovaram que os

fundamentos apresentados pela obra “Operação Antifraude” são opostos à verdadeira análise fática dos resultados das eleições presidenciais brasileiras correspondentes ao ano de 2018, evidenciando que, utilizando a própria Lei de Benford, os resultados encontrados demonstram, na verdade, uma conformidade entre os números obtidos nas votações e a lógica e a estatística por trás do método de análise aplicado na verificação, apresentando proximidade entre a curva numérica esperada e a devidamente obtida.

Dessa forma, a fim de rechaçar tal teoria e informar a população, o TSE publicou em seu próprio *site*, no dia 13 de outubro de 2018, explicações sobre a não exatidão do método como fonte para desmascarar o sistema político do Brasil, para fins de análise política, na obra da empresa inserida no contexto eleitoral⁴. Desde então o Tribunal Superior Eleitoral já restringiu a veiculação e a monetização de diversos produtos da Brasil Paralelo, seja pelo fato de a empresa fazer apologia a ideologias antidemocráticas ou por negar ou subverter a história, fazendo da memória, como conceito em abstrato, um campo de batalha para a consequente dominação política e manipulação das massas.

Em outro momento, às vésperas das eleições presidenciais de 2022, a produtora anunciou o lançamento de um documentário que tinha como tema o ataque sofrido pelo ex-presidente Jair Bolsonaro na campanha que pleiteava a cadeira de chefe do poder Executivo nacional, intitulado “Quem mandou matar Jair Bolsonaro?”, que tinha como objetivo sustentar a hipótese de que tal atentado foi obra dos opositores do à época candidato, que o queriam fora da disputa. A data de lançamento da obra foi anunciada para o dia 24 de outubro de 2022, seis dias antes do fatídico domingo em que ocorreram as votações em segundo turno. O TSE, no plenário da sessão do dia 20/10/2023, determinou a suspensão da exibição do documentário da Brasil Paralelo, até o dia 31 do mesmo mês, tempo em que estariam finalizadas as respectivas votações. A decisão foi tomada com base no voto do relator, corregedor-geral da Justiça Eleitoral, ministro Benedito Gonçalves. O fundamento da decisão deriva da justificativa de que o caso em questão foi retoricamente muito utilizado pelo próprio candidato Jair Bolsonaro, que mesmo diante da não comprovação das hipóteses levantadas por ele e seus aliados em relação à real motivação da conduta delitativa que ocasionou o ferimento, utilizaram-se da conspiração como estratégia retórica política na busca por votos e apoio popular. Além disso, foi alegado abuso de poder econômico e político por parte dos representados, como dispõe o acórdão do processo de número 0601522-38.2022.6.00.0000 (Brasil, 2022b), de relatoria do Corregedor-Geral Eleitoral ministro Benedito Gonçalves.

De acordo com Keller e Kingler (2019), são *fake news* aquelas informações produzidas e disseminadas de forma deliberada, com o objetivo pré-programado de gerar a insegurança jurídica e institucional e instigar categorias a se rebelarem contra aquilo que é dito pelo manipulador como imoral, injusto ou ameaçador, de modo a propagar uma ideologia. O conteúdo produzido pela empresa Brasil Paralelo não pode ser categorizado simplesmente como informação falsa. A complexidade presente na análise do conteúdo de seus produtos

⁴ A Lei de Benford verificou que os números elencados na escala de 0 a 9 tendem a ser, em análise para fins de prova, distribuídos em quantidades não uniformes, observando o *quantum* em ordem crescente para sua aparição. O coeficiente dos números obtidos nas votações presidenciais do Brasil nos anos de 2014 e 2018, analisados sob a ótica da Lei de Benford, não demonstrou irregularidades suficientes para influenciar no resultado da votação como um todo (Faria; Pintar; Paranaíba, 2019)

é acentuada quando se percebe que eles não têm como objetivo mentir de forma pura e elementar, mas sim maquiagem a história, distorcer os fatos, de modo que dão interpretações controversas (e talvez antiéticas) a fatos devidamente existentes.

Tal fenômeno corresponde a uma estratégia inserida no contexto da popular “Pós-verdade”, que, impulsionado pelo canhão de uma *big-tech*, substitui o real pelo verossímil (Melo, 2020), enchendo os acontecimentos do mundo fático de ideologias características a determinados grupos, criando muitas vezes cortinas de fumaça que desviam a atenção das massas para onde os manipuladores querem que essa atenção esteja, modelando a opinião pública por meio do apelo às emoções e às crenças das pessoas, na condição de indivíduos e membros de uma coletividade, em detrimento dos fatos objetivos.

Alegar censura após a devida responsabilização jurídica pela agitação decorrente do ilusionismo retórico é o *modus operandi* dos manipuladores da Internet e com o Brasil Paralelo não é diferente. No Brasil, as legislações existentes sobre a temática da “responsabilidade de expressão” são insuficientes a ponto de serem aplicadas de forma subsidiária às jurisprudências produzidas pelo poder Judiciário (Gomes; Vilar, 2020).

Na esteira do que descrevem Sarlet e Siqueira (2020), a Constituição Federal é insuficiente no que respeita à responsabilização daqueles que compartilham conteúdos de teor enganoso. De acordo com os autores, o texto constitucional é mais detalhista quando se trata de garantir as liberdades individuais e sedimentar os direitos fundamentais de primeira geração, como o disposto nos artigos 220 e 221 da referida lei, evidenciando a antiguidade da lei e a consequente não adaptação às singularidades promovidas pela globalização digital.

Diante do conflito entre a liberdade de expressão, previsto no artigo 5º, parágrafo IV da Carta Magna da República do Brasil, e suas limitações inerentes ao convívio social e à manutenção das instituições de um Estado democrático, é possível identificar uma lacuna jurídica quanto à efetiva responsabilização dos agentes do caos que o disseminam nas redes sociais.

Todo esse roteiro exposto faz parte da cartilha utilizada por diversos grupos políticos, que replicam tal estratégia de *marketing* digital no contexto da política, no intuito de manipular as massas a pensar como os manipuladores querem que elas pensem e ajam como eles esperam, como bem explicado por Thiago Dias da Silva, doutor em filosofia pela USP, membro do Centro de Estudos Hannah Arendt e pesquisador do Centro de Estudos Hannah Arendt da Faculdade de Direito USP, em matéria publicada na revista Cult, hospedada no site da UOI, no dia 2 de abril de 2019:

Atualmente, o marketing político, servindo-se de certas ferramentas capazes de individualizar a oferta de produtos a consumidores, aperfeiçoou suas técnicas, tornando-as capazes de controlar mais estritamente o que se vê ou deixa de ver nas redes, do que resulta um histórico ativismo fundado em imagens fabricadas para pequenos grupos e não naquilo que está no mundo e aparece para todos os que o frequentam. Hábeis marketers, de dentro de seus escritórios, têm obtido grande sucesso em excitar e acalmar grandes quantidades de indivíduos atomizados que, sem sair do espaço privado, têm dado aparência a todos os seus incômodos e, evidentemente, formulado e exigido grandes mudanças para solucionar seus problemas. A esta altura dos fatos, a pressão exercida por esta forma de ativismo sobre o espaço público é visível na radicalização, nas polariza-

ções, na frequência das afirmações delirantes, e a eficiente manipulação de mensagens de WhatsApp na reta final da campanha de Bolsonaro (assim como o caso Cambridge Analytica) exemplifica o uso eleitoral desta forma de recrutamento.

É possível observar, dessa forma, que a postura adotada pela empresa Brasil Paralelo é um motor de fertilização dos extremismos, da violentação do discurso e da prática política, bem como do acirramento de sectarismos já tão inflamados na história recente do Brasil (Sarlet, 2019). Tal comportamento é empregado também por outros agentes disseminadores de desordem, como a deputada federal Bia Kicis, responsável por proferir discursos que minimizavam a maior pandemia viral dos últimos tempos.

Beatriz Kicis Torrents de Sordi, juntamente com o deputado federal Nikolas Ferreira, já forneceram entrevistas e produziram conteúdos de forma conjunta para a produtora Brasil Paralelo. Entre eles destaca-se uma *live* realizada no canal da BP hospedado na plataforma Rumble, semelhante ao YouTube, intitulada “VOTAÇÃO PL 2630: REGULAÇÃO OU CENSURA? com Nikolas Ferreira e Bia Kicis”, realizada no ano de 2023, em que os membros do poder Legislativo Federal citados discutiam sobre o Projeto de Lei 2630/2020, que objetiva estabelecer parâmetros modernos de responsabilização por disseminação de informações falsas no contexto virtual e midiático, como vedar o funcionamento de contas inautênticas, previsto no inciso I do Artigo 6º do texto original, de autoria do senador Alessandro Vieira e ainda discutido em plenário. Em tal oportunidade os membros do poder Legislativo Federal citados anteriormente subvertem o propósito da referida Lei, alegando que o projeto se trata de um movimento censorador da liberdade individual, no intuito de regular as redes sociais sob a influência de supostos interesses econômicos.

A *live* mencionada foi retirada das demais plataformas, como o YouTube e o Facebook, por determinação proferida no dia 2 de maio de 2023, de autoria de Alexandre de Moraes, ministro do Supremo Tribunal Federal, no curso do inquérito das *fake news* (Inquérito nº 4.781), conforme relatado em matéria do Jornal Gazeta do Povo, publicada no mesmo dia, sob o fundamento de que o conteúdo desinforma a população brasileira, não somente sobre o tema do referido Projeto de Lei, mas também causa agitação popular, por descredibilizar o regime político adotado no país.

O impacto prático de polemizações estratégicas como a discussão acerca da PL 2630, chamada de PL das *fake news*, é observado em eventos como manifestações populares, como a que ocorreu na cidade de Porto Alegre, no Estado do Rio Grande do Sul, no dia 1º de maio de 2023, que reivindicou, enquanto movimento coletivo, a não aprovação do Projeto de Lei, bem como estampava lemas como “Deus, Pátria, Família” e cores verde e amarela, conforme documentado pelo Jornal do Comércio em matéria escrita pelo jornalista Diego Nuñez (2023) e publicada no mesmo dia da manifestação. Toda essa situação representa a utilização de poderes para moldar pensamentos e opiniões com o objetivo de orientar decisões de grande relevância, como os destinos da política nacional, impactando inevitavelmente o âmbito legal.

6 ESTRATÉGIAS DE ENFRENTAMENTO AOS DESAFIOS IMPOSTOS PELA DESINFORMAÇÃO CAUSADA PELA MANIPULAÇÃO DA VERDADE NO MEIO DIGITAL

A desinformação causada pela manipulação da verdade no meio digital é um fenômeno complexo e multifacetado que requer abordagens abrangentes e eficazes de enfrentamento.

Diversos estudiosos têm se dedicado a estudar o assunto e propor estratégias que possam contribuir para a mitigação dos efeitos negativos da desinformação.

Durante o contexto pandêmico provocado pela Covid-19, o Instagram e o Facebook, como tentativa de reduzir os danos causados por conteúdos desinformantes compartilhados pelos usuários de suas plataformas, passaram a colocar avisos em todos os conteúdos que tratavam do assunto. Junto com o alerta, as empresas inserem, em cada *post*, um *link* que leva ao *site* da Organização Mundial da Saúde, em que a entidade internacional divulga informações científicas e de procedência inquestionável acerca da pandemia, de forma que lá o usuário pode se informar sobre o que é correto e o que é falso sobre tudo (ou quase tudo) o que é compartilhado sobre o tema. Tal método pode ser caracterizado como uma manifestação de alfabetização midiática, que se aplica à população em geral, e em específico àqueles que não têm o discernimento de que o conteúdo encontrado na *web* deve ser absorvido de forma comedida e sua análise deve ser feita cautelosamente, avaliando sempre o prestígio das fontes (Spinelli; Santos, 2020) Não obstante, tal mecanismo não impede que aquele conteúdo seja publicado, apenas tenta estimular a população a ficar alerta quanto a informações falsas por meio do aviso inserido nas postagens.

Outro método utilizado para combater a disseminação de notícias inverídicas é o *fact-checking*, ou checagem de fatos, uma das ferramentas mais eficientes para a salvaguarda do conhecimento científico. Peixoto e Souza (2018) definem tal artifício como a investigação profunda das informações, a fim de ratificar ou apontar a falsidade de todos os argumentos expostos em uma notícia.

Tendo como base a Brasil Paralelo, percebe-se a dificuldade de tornar inviável a circulação de um conteúdo produzido por uma empresa com tamanho poderio. Empresas jornalísticas, porém, como a Agência Lupa e a Agência aos Fatos, têm como objetivo identificar o conteúdo viral que contém algum tipo de informação falsa e trazer os fatos verdadeiros à baila para desmentir a publicação original. A checagem pode ser realizada em obras de grande porte, como as produzidas pela Brasil Paralelo, e também, por exemplo, em simples *Tweets* feitos por autoridades públicas, como deputados e prefeitos, que com um golpe rápido fragilizam a saúde da democracia do país por meio da Internet.

Apesar de não se tratar de uma ferramenta nova, a checagem de fatos ainda se classifica como um instrumento eficaz e valioso nos dias de hoje, trazendo o jornalismo para a linha de frente da batalha da manutenção da verdade para sustentação da democracia, que é ameaçada cotidianamente pelos grupos que dominam os canais de difusão de notícias e informações (Spinelli; Santos, 2018).

De forma complementar ao *fact-checking*, visto que funciona de forma semelhante àquele, buscando contradizer informações falsas já divulgadas nas redes, o ativismo digital compõe, de acordo com Deslandes (2018), uma categoria, ou até mesmo uma etapa, se levarmos em conta a inevitável digitalização da vida em sociedade, dos movimentos sociais de rua, sendo considerado pela autora como um “ativismo de sofá”.

O *Sleeping Giants*, movimento brasileiro cuja origem tem inspiração em outro que aconteceu nos Estados Unidos da América, de forma popular, é um grande exemplo de movimento ativista no ambiente virtual. De início, a associação expunha vínculos de grandes marcas do mercado, a título de patrocínio, com influenciadores ou outras marcas que

promoviam notícias falsas ou discursos de ódio, no intuito de desfazer aquelas parcerias e enfraquecer a plataforma hospedeira do anúncio. Nos dias de hoje, conforme descrito por Bezerra e Borges (2021), além do comportamento denunciante exposto anteriormente, o movimento em questão aborda também uma metodologia pedagógica, ressaltando às empresas e à população em geral sobre a gravidade, simbólica e material, da existência de vínculo imagético com agentes desinformantes ou até mesmo agitadores políticos.

Tendo em vista o fenômeno da mercantilização da informação divulgada na Internet, também denominado como “Capitalismo de vigilância” pela autora Shoshana Zuboff (2018), movimentos como o *Sleeping Giants* têm como alvo a desmonetização do comportamento desinformante no ambiente virtual e a consequente descapitalização da estrutura em voga.

Um dos alvos conhecidos do *Sleeping Giants* é a emissora Jovem Pan, que, após pressão popular no ambiente virtual promovida pelo movimento perdeu o patrocínio de empresas como a Toyota e a Caa Chery, ambas corporações de grande porte que atuam no setor de veículos automotores, gerando um prejuízo de aproximadamente R\$ 837 mil ao canal televisivo, de acordo com matéria do Jornal The Intercept Brasil, publicada no dia 13 de fevereiro de 2023 pelos jornalistas André Uzêda e Tatiana Dias. Assim, a essência do movimento *Sleeping Giants* compreende, ao ter a compreensão de que as *fake news* e os discursos de ódio são capitalizados pelo mercado que se favorece com sua propagação, contestar os patrocinadores, na ação de atingir a raiz de sustentação da engrenagem da mentira, por meio de mobilização popular no ambiente virtual (Gasparetto; Pedroso; Oliveira, 2022).

Apesar de eficiente para mitigar os danos causados pelas desinformações propagadas nas redes *on-line*, a detecção de informações falsas de forma prévia a sua publicação não impede que o dano seja causado, visto que se consuma no ato da publicação e não com a permanência do conteúdo na plataforma digital, as ferramentas de checagem de fatos não são suficientes para impedir que a desinformação seja postada. Quando são apreciados momentos como as eleições presidenciais e a pandemia do vírus da Covid-19, percebe-se que surte pouco efeito prático o ato de impor a exclusão daquela postagem, visto que a mensagem, uma vez publicada, já produziu a agitação pretendida. De acordo com Dos Santos e Maurer (2020), “não há pesquisas que revelem de forma conclusiva se as iniciativas de *fact-checking* [...] são efetivas no combate à desinformação, de modo que não se pode afirmar que as plataformas estejam verdadeiramente qualificando o debate público”.

Como elemento integrante do arsenal utilizado para derrotar as irrealidades divulgadas nas redes digitais, de forma conexa ao ativismo digital, uma cartilha emitida pela Bem TV (2022), em parceria com o Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef), além de tratar de forma ampla e didática sobre o fenômeno das *fake news*, endossa a importância de tornar massivo o ativismo manifestado no ambiente virtual, de forma a apresentar diversidade de pontos de vista reagentes ao que é falso ou parcialmente verdadeiro. O grande volume de informações retificantes simula uma real manifestação popular, que mostra, aos que detêm o poder político e econômico, a força das massas, desta vez em um campo de batalha “binarizado”, um simulacro da vida real. Tal gesto corrobora o impacto de comprometer o fluxo patrimonial das empresas que impulsionam as informações falsas, que as favorecem de forma política ou financeira.

Todas as ferramentas de enfrentamento às informações falsas citadas são elaboradas e postas em prática pela sociedade civil, também utilizadas de forma jornalística por grandes meios de comunicação. Ocorre que, para que haja efetiva “responsabilidade de expressão”, tanto para informações inverídicas como para discursos de ódio propagados na Internet, faz-se necessária a existência de mecanismos legais modernos e eficientes, no âmbito do Direito positivado, que possam concretizar a aplicação de todas as funções da pena.

O ordenamento jurídico brasileiro já apresenta previsão de punição para aqueles que provocam alarde ou tumulto coletivo, conforme o disposto no artigo 41 do Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941, qual seja a conhecida Lei de Contravenções Penais, que prevê a aplicação de pena de prisão simples de 15 dias a 6 meses ou multa para a conduta descrita e que pode ser aplicada a norma quando realizado o ato no ambiente digital. Acontece que tal norma é genérica, antiga, e permite grande lastro de interpretação.

Ainda, a Lei 12.965/2014, denominada Marco Civil da Internet, em seu artigo 19 destaca a necessidade de prévia determinação judicial para que seja responsabilizado civilmente o provedor de Internet contratado pelo usuário, caso não tome providências em relação ao conteúdo publicado na *web* que, escrito de forma abstrata, cause danos a terceiros. Observa-se, portanto, que o ordenamento jurídico brasileiro é carente de normas e instrumentos adaptados às novas tecnologias e eficazes no que se diz respeito ao combate à desinformação.

Após as turbulências vividas pela sociedade brasileira nos últimos anos, como as eleições presidenciais conturbadas e a pandemia do novo Coronavírus, percebeu-se a necessidade de elaborar um sistema de leis mais específicas no que se diz respeito à regulamentação do ambiente digital, tendo em vista a impotência das regras existentes, que são antigas e se mostram desatualizadas. Ficou claro a urgência da demanda, após diversos escândalos, como a publicação do documentário intitulado “Quem mandou matar Jair Bolsonaro?”, produzido pela Brasil Paralelo.

Desta forma, o TSE, a fim de suprir a lacuna normativa em meio ao contexto de disputa eleitoral, na medida em que se aproximava o segundo turno das eleições para o cargo de presidente da República do Brasil, editou a Resolução nº 23.714, de 20 de outubro de 2022 (Brasil, 2022a). Tal ato nada mais é do que uma atualização de outra resolução já existente, qual seja, a Resolução nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019, também editada pelo TSE.

O novo conjunto de normas previu mecanismos mais adaptados à realidade que tanto mudou em poucos anos. Um exemplo que demonstra a adequação da nova resolução à realidade fática é o valor da multa tipificada no seu §1º do artigo 2º, para o caso de não cumprimento da determinação judicial que ordena a imediata remoção do conteúdo que contenha fato sabidamente inverídico ou gravemente descontextualizado, fixada no patamar de “R\$ 100.000,00 (cem mil reais) a R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais) por hora de descumprimento, a contar do término da segunda hora após o recebimento da notificação”, bem como a suspensão das contas, perfis ou canais que publicarem o material. É importante destacar a atenção dada pelo relator da resolução, o ministro Alexandre de Moraes, à urgência necessária para combater a disseminação do conteúdo falso quando observado o início do cômputo da multa.

Em comparação com a resolução editada no ano de 2019, nota-se, na resolução mais recente, grande preocupação do relator com o ambiente virtual, que impõe outra dinâmica de produção e fluxo de conteúdo, e conseqüentemente de sua análise. Tal fato mostra-se evidente ao observar que a resolução nº 23.610/2019 volta seu foco para meios de comunicação mais tradicionais, como a TV e o rádio, ao contrário da Resolução nº 23.714/2022 (Brasil, 2022a), que utiliza, no texto legal, linguagem *web*, como a sigla URL, que significa *Uniform Resource Locator*, uma denominação para endereço eletrônico.

Encontram-se em tramitação na Câmara dos Deputados dois Projetos de Lei que versam sobre a regulamentação do ambiente virtual, quais sejam o PL 2.630/2020, que prevê instituir a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, e o PL 2.327/2021, que visa a fazer alterações na Lei 12.965 de 23 de abril de 2014, e na Lei no 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, que disserta sobre a questão dos direitos autorais. De acordo com Ribeiro (2022), algumas normas trazidas pelos Projetos de Lei citados representam interessantes atualizações sobre o tema na seara jurídica:

Em ambas as propostas, existem sugestões de moderação de conteúdo nas redes sociais que possibilitam ao provedor excluir postagens e incorporar informação adicional ao usuário de que os dados postados podem ser falsos. Também preveem sanções aos provedores das redes sociais e políticas aos usuários que contemplam o devido processo legal, ao uso responsável de publicação de conteúdos na Internet e a aplicação de sanções às empresas que vão desde advertência, multa de 10% sobre o faturamento do grupo econômico no Brasil no seu último exercício e até proibição de executar as atividades.

Muito se discute ainda sobre a constitucionalidade que envolve o tema da regulamentação das mídias sociais, sendo alta a rejeição no Brasil sobre tal iniciativa, conforme demonstra consulta pública presente no *site* do Senado Federal, na própria página do PL 2630/2020, que contabilizou 353.204 votos a favor e 424.819 votos contra a proposta legislativa, resultado apurado no dia 26 de agosto de 2023, às 19h32. Tais números explicam a demora dos representantes do poder Legislativo em votar sobre o assunto, em razão de que o posicionamento adotado por cada membro pode afastá-los de parte do eleitorado.

A título de direito comparado, o Parlamento da União Europeia aprovou, em 2022, duas leis que propuseram o aumento da fiscalização do mercado digital e maior proteção aos usuários: o Digital Services Act (DSA), a Lei dos Serviços Digitais, e o Digital Markets Act (DMA), a Lei dos Mercados Digitais, ambas inseridas no ordenamento jurídico pelo Regulamento (UE) 2022/1925 do parlamento europeu, de 14 de setembro de 2022.

De acordo com matéria publicada no dia 21 de março de 2023 pelo Jornal Migalhas, escrita por Karina Nunes Fritz, doutora em Direito pela Humboldt Universität de Berlim, as leis impõem “uma série de obrigações legais a todos os fornecedores de serviços digitais, que intermedeiam bens, serviços e conteúdos aos consumidores”. Os diplomas legais têm como objetivo criar um espaço digital mais seguro, no qual os direitos fundamentais de todos os usuários sejam protegidos e preservar a competitividade de pequenas empresas diante das *big-techs* que dominam o mercado digital. Por exemplo, o regulamento anteriormente citado impõe que o oferecimento de anúncios personalizados deve ser ferramenta expressamente autorizada pelo usuário, visto que tal funcionalidade exige a coleta de seus dados pessoais pelas empresas, em uma tentativa de limitar a atuação dos algoritmos.

Ante o exposto, é possível perceber que o mundo inteiro caminha no sentido de regulamentar o ambiente digital, visto que se faz como uma extensão da vida fora dele. Logo, considerando que o mundo real e o mundo virtual são complementares, aquilo que é proibido em um deles também o deve ser no outro, na medida de suas particularidades. O Brasil, como potência emergente e território em que habitam mais de 200 milhões de pessoas, em suma conectadas ao digital, também deve, por meio de seus acadêmicos e representantes do Estado, estudar meios de solução para o conflito ora debatido.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os fenômenos políticos sofrem alterações ao longo do tempo, porém o apoio popular das massas faz-se elemento indispensável para conquistar o poder político em um regime democrático eleitoral como o do Brasil. A empresa Brasil Paralelo é um exemplo de modernização da disputa política, tendo em vista que seus operadores compreenderam a importância de colonizar o ambiente virtual e lá disseminar suas ideias, digitalizando o jogo político de uma maneira extremamente eficiente. Sendo assim, o objetivo do presente trabalho foi analisar os impactos causados pela atomização decorrente da manipulação algorítmica na seara do Direito, a partir da observação do caso “Brasil Paralelo”.

A partir do primeiro objetivo específico, foi possível constatar que a análise dos algoritmos consiste em um artifício técnico avançado e que potencializa os objetivos do conteúdo produzido por empresas como a Brasil Paralelo, visto que, por meio deles, é possível direcionar aquilo que é publicado aos usuários mais propensos a concordar e interagir com a postagem nas redes sociais, fomentando também o compartilhamento orgânico. Tal dinâmica virtual dá outra roupagem ao processo político, favorecendo aqueles que se adaptam a ela. Além disso, a empresa Brasil Paralelo entendeu que não é necessário apenas apresentar os seus pontos de vista, mas também deslegitimar as verdades que se encontram postas como dogmas, ainda que sejam oriundas de conhecimento científico, atribuindo ao debate pautas como a religião, crenças individuais íntimas e desvinculadas do racional.

Compreendeu-se também, a partir do segundo objetivo, que os conteúdos produzidos pela empresa Brasil Paralelo causaram grande impacto no fenômeno político brasileiro, de tal forma que levaram o TSE a banir temporariamente, das redes onde estavam publicadas, obras audiovisuais da empresa, como a intitulada “Quem mandou matar Jair Bolsonaro?”, que foi citada pelo próprio Jair em sua campanha eleitoral.

No último objetivo restou demonstrado que existem diversos mecanismos jornalísticos de combate à desinformação propagada no ambiente virtual. O Brasil, porém, ainda carece de ferramentas legais que regulamentem sobre o uso dos dados pessoais e que responsabilizem os agentes desinformadores. O Projeto de Lei 2630, também conhecido como PL das *fake news*, mostra um pequeno sinal de progresso quanto ao tema, mesmo que sua aprovação ainda não possua grande apoio popular.

Desta forma, a fim de responder ao problema de pesquisa formulado inicialmente, observou-se que a Brasil Paralelo é um relevante exemplo de como a manipulação dos algoritmos das redes sociais impactam diretamente no contexto político de um país. O processo de atomização das informações decorre do fenômeno algorítmico que seleciona

os alvos das publicações por meio de seus dados pessoais, criando assim comunidades ideológicas que se hospedam na Internet.

As avaliações apresentadas neste estudo sugerem uma abordagem que encoraja uma análise mais profunda de seus elementos. Isso permitiria o desenvolvimento de argumentações mais robustas em relação ao tópico em discussão. É importante ressaltar que essa discussão não deve restringir-se unicamente ao campo do Direito. Pelo contrário, é fundamental que adote uma natureza interdisciplinar, buscando combinar visões e considerações em várias direções distintas.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, D.; LATGÉ, P. K. (coord.). *Educação e comunicação muito mais que fake news*. 2022. Disponível em: <https://www.unicef.org/brazil/media/19196/file/muito-mais-que-fake-news.pdf>. Acesso em: 8 mar. 2023.
- AMORIM, L. *Com 500 mil assinantes, Brasil Paralelo quer evitar polêmicas e sonha ser “a Disney brasileira”*. 2023. Disponível em: <https://exame.com/negocios/com-500-mil-assinantes-brasil-paralelo-quer-evitar-polemicas-e-sonha-ser-a-disney-brasileira/>. Acesso em: 26 jun. 2023.
- BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BEZERRA, A. C.; BORGES, J. Sleeping Giants: a ofensiva moral dos gigantes adormecidos contra o novo regime de desinformação. *Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura – Eptic*, v. 23, n. 1, p. 178-195, 19 mar. 2021.
- BLOTTA, V. S. L. *Alta lucratividade é o que mantém o mercado digital de fake news*. 2022. Disponível em: <https://jornal.usp.br/radio-usp/alta-lucratividade-e-o-que-mantem-o-mercado-digital-de-fake-news/>. Acesso em: 16 fev. 2023.
- BRASIL. *Decreto-Lei Nº 3.688, de 1941*. Institui a Lei das Contravenções Penais. 1941. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1940-1949/decreto-lei-3688-3-outubro-1941-413573-publicacaooriginal-1-pe.html>. Acesso em: 11 ago. 2023.
- BRASIL. *Lei 12.965 de 2014*. Institui o Marco Civil da Internet. 2014. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 10 ago. 2023.
- BRASIL. *Resolução nº 23.714, de 20 de outubro de 2022*. Dispõe sobre o enfrentamento à desinformação que atinja a integridade do processo eleitoral. 2022a. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2022/resolucao-no-23-714-de-20-de-outubro-de-2022>. Acesso em: 12 ago. 2023.
- BRASIL. *Resolução Nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019*. Dispõe sobre propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha eleitoral. 2019. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019>. Acesso em: 12 ago. 2023.
- BRASIL. *Ação de investigação judicial eleitoral nº 0601522-38.2022.6.00.0000*. Abuso – uso indevido de meio de comunicação social. 2022b. Disponível em: <https://consultaunificadapje.tse.jus.br/#/public/resultado/0601522-38.2022.6.00.0000>. Acesso em: 9 mar. 2023.
- BRASIL PARALELO. *Votação PL 2630: regulação ou censura? com Nikolas Ferreira e Bia Kicis*. 2023. Disponível em: <https://rumble.com/v2kj8gj-votao-pl-2630-regulao-ou-censura-com-nikolas-ferreira-e-bia-kicis.html>. Acesso em: 1º ago. 2023.
- CARDOSO, I. de A. *Propagação e influência de pós-verdade e fake news na opinião pública*. Dissertação (Mestrado em Interfaces Sociais da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.
- CARVALHO, L. C. da C. Olavismo e pulsão de morte. *Lugar Comum – Estudos de Mídia, Cultura e Democracia*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 58, p. 110-136, 2020.
- CASTRO, J. C. L. de. Redes sociais como modelo de governança algorítmica. *Matrizes*, São Paulo, v. 12, n. 2, p. 165-191, 2018. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v12i2p165-191>
- CEYLAN, G.; ANDERSON, I. A.; WOOD, W. Sharing of misinformation is habitual, not just lazy or biased. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, Princeton, v. 120, n. 4, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1073/pnas.2216614120>.
- COMUNICAÇÃO BRASIL PARALELO. A Brasil Paralelo recebe dinheiro público? Como tantas séries são produzidas em tão pouco tempo? *Brasil Paralelo*, 2022. Disponível em: <https://www.brasilparalelo.com.br/noticias/de-onde-vem-o-dinheiro-da-brasil-paralelo>. Acesso em: 26 jun. 2023.

- CRESWELL, J. W. *Projeto de pesquisa: métodos qualitativos, quantitativos e misto*. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.
- DESLANDES, S. F. O ativismo digital e sua contribuição para a descentralização política. *Ciência & Saúde Coletiva*, v. 23, n. 10, p. 3.133-3.136, out. 2018. DOI: <https://doi.org/10.1590/1413-812320182310.21122018>
- DOS SANTOS, C. R. P.; MAURER, C. Potencialidades e limites do fact-checking no combate à desinformação. *Comunicação & Informação*, v. 23, 2020. DOI: <https://doi.org/10.5216/ci.v23i.57839>
- EUROPEAN UNION. *Regulation (EU) 2022/2065 of the european parliament and of the council of 19 October 2022 on a Single Market For Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act)*. EUR-Lex. 2022. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32022R2065&qid=1666857835014>. Acesso em: 17 ago. 2023.
- FARIA, P. N.; PINTAR, M. de F.; PARANAÍBA, P. F. Eleições presidenciais 2014 no Brasil: análise dos resultados do segundo turno por meio da lei de Newcomb-Benford para o segundo dígito. *Revista Inova Ciência & Tecnologia*, v. 5, n. 2, p. 56-63, 2019. DOI: 10.46921/rict
- FIGUEIREDO FILHO, D.; SILVA, L.; CARVALHO, E. The forensics of fraud: Evidence from the 2018 Brazilian presidential election. *Forensic Science International: Synergy*, v. 5, p. 100.286, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.fsisyn.2022.100286>
- FRANÇA, F. T. de; MUNEIRO, L. C. Os engenheiros do caos. *Rizoma*, v. 8, n. 1, p. 225-231, jan. 2020. DOI: <https://doi.org/10.17058/rzm.v1i1.15242>
- FRITZ, K. N. *Europa regula o mercado de serviços digitais*. 2023. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/coluna/german-report/383304/europa-regula-o-mercado-de-servicos-digitais>. Acesso em: 18 ago. 2023.
- GASPARETTO, H. L.; PEDROSO, F. T.; OLIVEIRA, R. S. De. Fake news, discursos de ódio e ativismo digital: movimentos sociais de desmonetização, desafios jurídicos e reflexões sobre o case sleeping giants Brasil. *Revista Brasileira de Políticas Públicas*, v. 12, n. 3, p. 180-198, 2022. DOI: 10.5102/rbpp.v12i3.7960
- GAZETA DO POVO. *Moraes intima Brasil Paralelo e Big Techs a depor após críticas a PL das Fake News*. 2023. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/moraes-pf-ouvir-presidentes-big-techs-contra-pl-das-fake-news/?ref=link-interno-materia>. Acesso em: 2 ago. 2023.
- GILLESPIE, T. A relevância dos algoritmos. *Revista Parágrafo*, 11. ed. v. 6 n. 1, p. 95-121, 2018.
- GIL, A.C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1989.
- GOMES, G. P.; VILAR, K. C. do M. Análise do projeto de Lei das Fake News em perspectiva das eleições. *Revista de Direito*, v. 12, n. 2, p. 1-16, 2020. DOI: <https://doi.org/10.32361/2020120211205>
- GRANJEIA, J.; ALMEIDA, R. *Por dentro da máquina do Brasil Paralelo para dominar as buscas do Google*. 2023. Disponível em: <https://nucleo.jor.br/especiais/2023-01-31-a-maquina-do-brasil-paralelo/>. Acesso em: 20 fev. 2023.
- JARDELINO, F.; CAVALCANTI, D. B.; TONIOLO, B. P. A proliferação das fake news nas eleições brasileiras de 2018. *Comunicação Pública*, v. 15, n. 28, 2021. DOI: <https://doi.org/10.4000/cp.7438>
- KELLER, T. R.; KLINGER, U. Social bots in election campaigns: Theoretical, empirical, and methodological implications. *Political Communication*, v. 36, n. 1, p. 171-189, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1080/10584609.2018.1526238>
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Fundamentos de metodologia científica*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- MAZZA, L. *No Facebook, Brasil Paralelo é recordista de gastos com propaganda política*. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/no-facebook-brasil-paralelo-e-recordista-de-gastos-com-propaganda-politica/>. Acesso em: 25 fev. 2023.
- MELO, I. K. S. de. A pós-verdade nas redes sociais como recurso discursivo para a manipulação de massa. *Cadernos de Linguística*, v. 1, n. 4, p. 1-19, 2020. DOI: 10.25189/2675-4916.2020
- MEZZAROBBA, O.; MONTEIRO, C. S. *Manual de metodologia da pesquisa no direito*. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.
- META. *Relatório da Biblioteca de Anúncios da Meta*. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/ads/library/report/?source=archive-landing-page&country=BR>. Acesso em: 15 jul. 2023.
- MORETTO, M.; ORTELLADO, P.; KESSLER, G.; VOMMARO, G.; RODRIGUEZ-RAGA, J. C.; LUNA, J. P.; HEINEN, E.; CELY, L. F.; TORO, S. People are more engaged on Facebook as they get older, especially in politics: evidence from users in 46 countries. *Journal of Quantitative Description: Digital Media*, v. 2, 2022. DOI: <https://doi.org/10.51685/jqd.2022.018>

- NUÑEZ, D. *Ato marca protesto contra o PL das Fake News em Porto Alegre*. 2023. Disponível em: <https://www.jornaldocomercio.com/politica/2023/05/1104850-ato-marca-protesto-contr-o-pl-das-fake-news-em-porto-alegre.html>. Acesso em: 2 ago. 2023.
- PAULO, D. M. D. Os mitos da Brasil Paralelo – uma face da extrema-direita brasileira (2016-2020). *REBELA – Revista Brasileira de Estudos Latino-Americanos*, v. 10, n. 1, 2020.
- PEIXOTO, J. G. de M.; SOUZA, A. C. F. de. A caça à verdade: critérios, metodologias e selos do Fact-Checking brasileiro. *Culturas Midiáticas*, v. 11, n. 2, 2018. DOI: <https://doi.org/10.22478/ufpb.1983-5930.2018v11n2.43545>
- PICOLI, B. A.; CHITOLINA, V.; GUIMARÃES, R. Revisionismo histórico e educação para a barbárie: a verdade da “Brasil Paralelo”. *Revista UFG, Goiânia*, v. 20, n. 26, 2020. DOI: <https://doi.org/10.5216/revufg.v20.64896>
- RIBEIRO, N. A. A atuação e responsabilidade das redes sociais diante do dilema entre a desinformação e a liberdade de expressão. *Revista Extensão*, v. 6, n. 1, 95-102. 2022 DOI: <https://orcid.org/0000-0002-2715-8743>.
- SARLET, I. W. Liberdade de expressão e o problema da regulação do discurso do ódio nas mídias sociais. *Revista Estudos Institucionais*, v. 5, n. 3, p. 1207-1233, 2019. DOI: 10.21783/rei.v5i3.428
- SARLET, I. W.; SIQUEIRA, A. de B. Liberdade de expressão e seus limites numa democracia: o caso das assim chamadas “fake news” nas redes sociais em período eleitoral no Brasil. *Rei – Revista Estudos Institucionais*, v. 6, n. 2, p. 534-578, 2020. DOI: <https://doi.org/10.21783/rei.v6i2.522>.
- SILVA, T. D. da. *Hannah Arendt e o ativismo dos indiferentes do bolsonarismo*. 2019. Disponível em: <https://revistacult.uol.com.br/home/hannah-arendt-bolsonarismo/>. Acesso em: 31 jul. 2023.
- SPINELLI, E. M.; SANTOS, J. de A. Alfabetização midiática na era da desinformação. *ECCOM*, v. 11, n. 21, p. 147-163, jan./jun. 2020.
- SPINELLI, E. M.; SANTOS, J. de A. Jornalismo na era da pós-verdade: fact-checking como ferramenta de combate às fake news. *Revista Observatório*, v. 4, n. 3, p. 759-782, 2018. DOI: <https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n3p759>
- SUMPTER, D. *Dominados pelos números: do Facebook e Google às fake news, os algoritmos que controlam nossa vida*. Rio de Janeiro, RJ: Bertrand Brasil, 2019.
- TSE. Tribunal Superior Eleitoral. *Esclarecimentos sobre informações falsas veiculadas nas eleições 2018*. 2018. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/hotsites/esclarecimentos-informacoes-falsas-eleicoes-2018/aplicacao-lei-benford-resultados-eleitorais-averiguar-fraude.html>. Acesso em: 6 mar. 2023.
- UZÊDA, A.; DIAS, T. *E-mails internos mostram executivos da Jovem Pan lamentando prejuízo de R\$ 838 mil com perda de anúncios*. 2023. Disponível em: <https://www.intercept.com.br/2023/02/13/jovem-pan-emails-mostram-executivos-lamentando-prejuizo/>. Acesso em: 4 mar. 2023.
- VOSOUGHI, S.; ROY, D.; ARAL, S. The spread of true and false news online. *Science*, v. 359, n. 6380, p. 1.146-1.151. 2018. DOI: <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- ZUBOFF, S. Big Other: capitalismo de vigilância e perspectivas para uma civilização da informação. In: BRUNO, F.; CARDOSO, B.; KANASHIRO, M.; GUILHON, L.; MELGAÇO, L. (org.). *Tecnopolíticas da vigilância: perspectivas da margem*. São Paulo: Boitempo, 2018.

Este artigo é resultante das atividades do projeto de pesquisa “Impactos da atomização da informação mediante manipulação dos algoritmos das redes sociais na seara jurídica: análise do fenômeno ‘Brasil Paralelo’”, financiado pela PFA – UPE (Programa de Fortalecimento Acadêmico – Universidade de Pernambuco).

Autor correspondente:

Mateus Mamedes
Universidade de Pernambuco (UPE).
2230, Estr. p/ Sítio Deserto, 1940 – Centro, Arcoverde/PE, Brasil.
E-mail: mamedesmateuss@gmail.com

Este é um artigo de acesso aberto distribuído sob os termos da licença Creative Commons.

