

As eleições de 2022 e o futuro da tecnologia em contexto democrático: uma análise sobre segurança e governança digital no Brasil

ANA LUIZA FLORES
CAMILLE BIONDA

A internet transformou diversos processos democráticos, inclusive o processo eleitoral. Especificamente no Brasil, a última eleição nacional em 2018 teve grande influência das mídias sociais, sendo a primeira vez em que o ganhador das eleições, o atual presidente Jair Bolsonaro, venceu com um tempo pequeno de propaganda eleitoral no rádio e na televisão, tendo sua campanha majoritariamente conduzida por meio das redes sociais e da internet. Essa foi também a estreia de um candidato conseguir usar as redes sociais para se eleger, porém cabe ressaltar que o uso das mídias e da internet para as campanhas eleitorais começou a ganhar espaço no Brasil desde 2010, mesmo que de forma complementar às campanhas tradicionais (ELEIÇÕES E REDES SOCIAIS...,2014). Todavia, foi a partir da eleição geral de 2014 que as redes sociais começaram a ter mais importância, influenciando e estimulando a participação política nas redes.

Outrossim, faz parte desse cenário eleitoral as ameaças feitas pelo atual presidente, Jair Bolsonaro, as cortes eleitorais do país, os questionamentos em relação às urnas eletrônicas e a proximidade do presidente com as forças armadas que já participaram de um período autoritário na história recente do Brasil. Esses pronunciamentos do presidente geraram respostas no cenário internacional, como o pronunciamento do secretário de defesa dos Estados Unidos, Lloyd Austin, durante a 15ª Conferência de Ministros de Defesa das Américas (CMDA) em Brasília, o qual afirma a necessidade de os militares estarem sob firme controle civil para o aprofundamento da democracia nos países do continente (WELLE, 2022).

8
Big Data é o termo em Tecnologia da Informação (TI) utilizado para fazer referência ao grande conjunto de dados que precisam ser processados e armazenados nos dias de hoje. Esse é um termo que começou a partir do 3 Vs : Velocidade, Volume e Variedade

O uso de redes sociais se torna algo mais preocupante para as eleições em um regime democrático quando se pensa sobre a lógica do Big Data⁸ e o crescimento acelerado do uso da internet. Apesar da nova oportunidade do uso de redes sociais - para ter um maior contato entre eleitores e candidatos - e o caráter positivo que isso representa para democracia, o grande e complexo conjunto de dados adquiridos pelo Big Data é capaz de reunir e processar uma quantidade de informações que pode levar a crença de que está diante da totalidade

do que há disponível acerca de determinado tema, quando isso pode não ser verídico (LEFÈVRE, 2021). Por isso, entender como esses dados são coletados pelas mídias sociais é tão relevante para se debater o período eleitoral e manter os aspectos saudáveis da democracia.

Do ponto de vista político, cabe destacar também a polaridade entre os candidatos no período eleitoral de 2022 e a incapacidade de outros candidatos de adquirir votos e visibilidade para ser uma alternativa. A questão econômica, que envolve pautas relacionadas ao desemprego, inflação, crescimento econômico e aumento da pobreza, é definida por Maria Eduarda Cardim como a principal questão em debate nessas eleições, devido a piora desses índices desde 2013 e o agravamento desses com a pandemia da covid-19 no país (CARDIM, 2022). Outra característica importante desta eleição é a quantidade de eleitores registrados no Tribunal Superior Eleitoral (TSE), sendo cerca de 156.4 milhões de pessoas; considerado assim, o maior número de registros eleitorais na história do país (BRASIL..., 2022). Apesar do número crescente de abstenção eleitoral desde a eleição de 2006 e com um grande aumento nas eleições municipais de 2020, há expectativa que esse número caia em 2022, devido ao fim da pandemia (ELEIÇÕES 2022: EXPECTATIVA..., 2022).

Diante do exposto, a presente análise busca refletir sobre a posição do Brasil em relação à temática de segurança digital, com o uso de Big Data nas eleições e quais são as propostas dos presidentiáveis para o desenvolvimento da área de tecnologias de informação e de comunicação (TICs) nos próximos anos no Brasil. Desse modo, a análise será dividida em quatro partes, sendo a primeira a apresentação da posição do Brasil em comparação com os demais países do mundo na área de governança digital, posteriormente, será apresentado quais são as propostas dos candidatos com maiores chances de vencerem as eleições; em terceiro lugar, apresentar-se-á como o Big Data foi regulamentado no Brasil e como ele pode influenciar nas eleições de 2022. Por fim, serão traçadas algumas conclusões, apontando que os aparatos legais, se forem aprimorados, no longo prazo provocariam um maior controle das informações na internet, mas que nas eleições de 2022 se mostram uma constante ameaça à democracia.

A governança digital brasileira e a propaganda eleitoral na internet

Para analisar a posição do Brasil em relação a governança digital é importante observar o local do país em rankings como o Global Cybersecurity (GCI) da União Internacional de Telecomunicações (ITU) - agência especializada das Nações Unidas para informação, comunicação e tecnologia - que mensura a capacidade de cibersegurança do país. Outra forma de acompanhar como está o Brasil em relação a outros países do mundo é por meio do GovTech Maturity Index, organizado pelo Grupo do Banco Mundial para mensurar o desenvolvimento e a capacidade dos governos de tornarem-se digitais.

No GCI, leva-se em consideração cinco pilares para mensurar os compromissos de segurança cibernética dos Estados, sendo eles: medidas legais, técnicas, medidas organizacionais, medidas de desenvolvimento de capacidades de conscientização e educação sobre a temática e medidas de cooperação. No ranking mundial, considerando os critérios estabelecidos, o Brasil está em 18º lugar no mundo, alcançando 96.6 pontos de média no índice, e no critério regional das Américas, o país ocupa o 3º lugar, atrás apenas dos Estados Unidos e do Canadá. O Brasil obteve nota máxima em relação ao critério de medidas legais, mostrando assim um bom respaldo jurídico quando se trata de regulamentação; assim como notas próximas à máxima na área de cooperação e na capacidade de desenvolvimento de tecnologia. Sendo a categoria com nota mais baixa a técnica. No índice de GovTech, o Brasil ficou em 7º na escala mundial. Neste índice, os principais aspectos analisados são suporte aos principais sistemas de governo, aprimoramento da prestação de serviços, integração do engajamento do cidadão, incentivo às habilidades digitais das pessoas no setor público, ao regime legal e regulatório apropriado.

Como mostra a posição do Brasil nesses rankings, é possível afirmar a existência de um arcabouço legal desenvolvido, que permite maior segurança para os usuários nas redes. Dentre essas leis se destacam significativamente o “Marco Civil da Internet”, implementado por meio da Lei 12.965/2014 que disciplinou o uso da Internet no Brasil prevendo princípios, garantias, direitos e deveres para quem faz uso da rede. A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) de 2018 também ocupa uma posição importante nesse aspecto, já que visa proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e a livre formação da personalidade de cada indivíduo. Em relação à legislação de propaganda eleitoral na internet, cabe destacar que essa começou antes mesmo do surgimento das redes sociais sendo prevista e permitida pela primeira vez nas eleições municipais de 2000 por meio da Resolução n.º 20.562/2000 (PEREIRA, 2022). Assim, gradativamente, as resoluções do TSE foram se adaptando a cada eleição em relação aos novos meios de comunicação.

As principais inseguranças jurídicas sobre a propaganda eleitoral na internet eram majoritariamente relacionadas ao limite temporal, quando se poderia começar a fazer campanhas, e em relação a gratuidade das propagandas (PEREIRA, 2022). O marco legal para definir isso foi a Lei 13.165/2015 que regulamentou o limite temporal das propagandas eleitorais na internet, bem como definiu que as publicações não poderiam ser impulsionadas por terceiros além dos partidos, coligações, candidatos e seus representantes - contas oficiais registradas no TSE (PEREIRA, 2022).

Contudo, foi apenas depois das eleições de 2018, com a resolução de nº 23.610/2019, que o TSE regulamentou de maneira mais restritiva as propagandas eleitorais na internet, tendo em vista os impactos das redes na influência dos votos (CONFIRA..., 2022). Entre as regras que também estão vigentes na eleição de 2022, está a manifestação livre

do pensamento do eleitor(a) nas redes sociais, desde que isso não ofenda a honra ou a imagem de candidatas e candidatos, partidos, coligações ou federações partidárias, ou ainda se propague notícias falsas (idem. CONFIRA..., 2022). A resolução veda a divulgação ou compartilhamento de fatos sabidamente inverídicos ou gravemente descontextualizados que atinjam a integridade do processo eleitoral, inclusive os de votação, apuração e totalização de votos (idem. CONFIRA..., 2022). Outro determinante na resolução foi a vedação de propaganda via telemarketing e o disparo em massa de conteúdo eleitoral por meio de mensagens de texto, sem o consentimento prévio do destinatário (idem. CONFIRA..., 2022). Esses disparos além de proibidos, podem ser sancionados como práticas de abuso de poder econômico e propaganda irregular, cabendo multa de cinco a trinta mil reais (idem. CONFIRA..., 2022).

A governança e a segurança digital: planejamentos de governo dos principais candidatos e seus impactos democráticos

Para a análise acerca da governança digital, é necessário entendê-la como imprescindível para o Estado brasileiro frente às tecnologias da informação (TICs) e suas implicações na administração pública; na medida em que ela tem o objetivo de garantir a universalização e o acesso aos serviços digitais para toda a população, com a ótica da inovação, competitividade e melhora da gestão pública por meio do uso da tecnologia (ALVES, 2015). Além disso, outro pilar importante é a segurança digital que aparece como fator essencial de segurança pública em ambientes virtuais para a proteção de direitos fundamentais contra ataques cibernéticos, que inibem o pleno exercício da democracia ao manipularem a massa eleitoral, principalmente em períodos de eleição para o cargo executivo. Nesse sentido, serão abordadas, dentro do contexto relacionado ao uso de tecnologias no Brasil, as propostas para governança e segurança digital dos dois principais candidatos à presidência nas eleições de 2022 do Brasil: Lula e Bolsonaro.

No ano de 2022, dentro da questão de acesso igualitário à internet no Brasil, de acordo com a pesquisa levantada pelo Instituto Locomotiva e a Consultoria PWC, 33,9 milhões de pessoas, acima de 16 anos, são completamente desconectadas das redes de internet e 86,6 milhões não conseguem se conectar todos os dias do mês. Ainda em preocupação com esses dados, 29% da população tem acesso pleno à internet durante 29 dias do mês, sendo apenas 8% pertencentes às classes C e D. Para o presidente do Instituto Locomotiva, em uma entrevista para o G1, "por mais que a democratização do acesso tenha crescido numa velocidade muito rápida, no Brasil, esse acesso se dá de forma muito desigual", o que vai de encontro à crença comum da internet plenamente distribuída (MAIS DE..., 2022).

Luiz Inácio Lula da Silva, ex-presidente do Brasil com dois mandatos entre os anos de 2003 e 2011, é o principal candidato de esquerda nas eleições da presidência de 2022, candidato do Partido dos Trabalhadores (PT). Lula da Silva pretende para a governança digital promover acessibilidade e transformação digital em todo território brasileiro, por meio do asseguramento de internet de qualidade para a população. O candidato também demonstra interesse em tornar as tecnologias assistivas mais acessíveis para Pessoas com Deficiência (PCD) (COLIGAÇÃO..., 2022).

Tais pontos são fundamentais para promover o acesso à informação e à internet que são bases para o usufruto da democracia pelos cidadãos, que poderão realizar accountability e responsabilizar autoridades, assim como exigir seus direitos e ter a possibilidade de participar do debate público na era digital da globalização. No entanto, seu plano carece de detalhes quanto a como seriam distribuídos esse acesso às regiões mais remotas do país e como chegariam às pessoas mais necessitadas. Destarte, a abordagem para a resolução dos problemas de acesso não fica explícita em sua proposta de governança digital.

Em relação à competitividade, inovação e melhor gestão, o planejamento traz a ideia de reindustrialização e criação de novos setores que serão associados à transição para a economia digital e sustentável. Esses pontos estão previstos na Agenda 2030, que contempla o Objetivo do Desenvolvimento Sustentável número 9: “Indústria, Inovação e Infraestrutura: reabilitar e modernizar indústrias, além da adoção de tecnologias e processos de produção limpos”. Para esse fim, as propostas ligadas à tecnologia retomam a desburocratização, redução do custo de capital, avanço da digitalização e investimentos na inovação, pesquisa científica e tecnológicas (idem. COLIGAÇÃO..., 2022).

É pretendido, então, reverter o processo de desnacionalização, privatização do parque produtivo nacional e promover a modernização de setores estratégicos da economia. Além disso, o plano de Lula contempla o investimento em avanços tecnológicos no campo para gerar competitividade e sustentabilidade aos pequenos e grandes produtores; e para isso, será fortalecida a atuação da Embrapa. Desse modo, serão gestões públicas de todos os níveis, que focam na inovação tecnológica e social, para a geração de empregos qualificados e o combate às mudanças climáticas e ameaças à saúde coletiva (idem. COLIGAÇÃO..., 2022).

Por fim, para alcançar a transformação digital, ecológica e energética, o planejamento reforça que as medidas estão além da produção e focam na qualidade de vida e na liberdade de pesquisa. Para isso, será fortalecido o Sistema Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação (SNCTI) para melhor geração de conhecimento. Alinhado a essa meta, será realizada uma estratégia econômica com elementos da Economia Criativa e da Cultura para o aceleração da transição digital, conjuntamente com o fomento à ciência, inovação e tecnologia, para então, acelerar o uso da inteligência artificial, a nanotecnologia e a

biotecnologia que contemplam processos produtivos de maior valor agregado (idem. COLIGAÇÃO..., 2022).

Mesmo que o planejamento denote intenções positivas e válidas para a transformação digital do país, suas proposições de inovação, assim como as questões de acesso, não demonstram o meio concreto de execução para se chegar aos objetivos. Ademais, não são evidenciadas nenhuma medida acerca da segurança digital. Apesar disso, suas metas têm grande foco em reverter processos que foram instaurados no país e têm distanciado cidadãos de seus direitos frente à máquina pública, como a privatização de serviços públicos e a redução de investimentos na área da ciência, inovação e tecnologia, que são fundamentais para a modernização e desenvolvimento técnico do país, além de primordiais no combate à pandemia, situação altamente negligenciada no governo Bolsonaro.

Já em relação ao Programa de Governo sobre a temática de TICs do segundo candidato melhor posicionado nas pesquisas eleitorais e atual presidente da república, Jair Bolsonaro (PL), são feitas amplas considerações das conquistas para o setor durante sua gestão. Entre essas inovações estão o uso de aplicativos para garantir serviços do governo federal, como é o caso do app Meu INSS, a carteira de trabalho digital e a carteira digital de vacinação da covid-19. Também é citado como cases de sucesso a plataforma “Gov.br” - como uma iniciativa que permite a gestão e o controle de cessão de imóveis da União de maneira online - e o sistema de pagamento eletrônico instantâneo PIX, serviço gratuito oferecido pelo Banco Central para realizar transferências bancárias. Outrossim, é mencionada a sanção à lei que efetiva o Sistema Eletrônico dos Registros Públicos (SERP) que permite unificar sistemas de cartórios em todo o país.

As principais propostas apresentadas para o setor são fortalecer e ampliar a digitalização no acesso à serviços essenciais prestados pelo governo e ampliar e consolidar a conectividade por meio de implementação do 5G em lugares distantes. Por meio dessas ações o candidato se propõe a contemplar ações que visem a promoção de novas tecnologias de digitalização e inovação do programas do governo, com o objetivo de melhorar tanto a competitividade nacional como a qualidade de vida dos cidadãos, aumentando a rapidez na obtenção de seus direitos junto ao governo, a economia de transporte e alimentação, na medida que tais serviços possam ser acessados por meio de smartphones, tablets e computadores. Ainda é proposto a continuidade do programa de conectividade 5G a todos os 5.570 municípios brasileiros e a ampliação do programa Wi-Fi Brasil, o qual oferece conexão de banda larga gratuita para comunidades em estado de vulnerabilidade.

Apesar das propostas apresentadas de aumento de conexão, em nenhum momento, de forma semelhante ao apresentado pelo candidato petista, é apresentado qual será o caminho para conseguir esses resultados. Outro assunto também ausente são as dificuldades para se ter acesso aos aparelhos tecnológicos que tenham todos os

recursos disponíveis, algo que restringe os benefícios do acesso à rede, tendo em vista que famílias mais numerosas não possuem aparelhos para todos (RAQUEL, 2020). Além disso, o candidato também não oferece propostas para o comitê gestor de internet do Brasil, órgão extremamente importante para a garantir a segurança cibernética.

O uso do Big Data nas eleições de 2018

Os Big Data são comumente associados apenas a “grande quantidade de dados”, mas tratam-se, na verdade, de um campo da ciência de dados que tem como principal característica, não a quantidade ou a velocidade, mas a complexidade estrutural dos dados e o poder computacional preciso para suas análises integrais (BARCELLOS; PEDROSO; SALDANHA, 2021). Dessa forma, os dados variam desde uma curtida em uma rede social, até o conteúdo da caixa de e-mails, os sites acessados, as compras online, até as mais diversas preferências pessoais, como o principal navegador utilizado, os gostos para produtos dentre outras. Nesse contexto, o uso de Big Data na política pode ser considerado um movimento esperado na era digital, visto que facilita a chegada da campanha e posicionamento político até o público alvo. Porém, com os algoritmos de recomendação instaurados nas redes sociais e a utilização de Bots e Fake News esse processo cria fenômenos prejudiciais à democracia, principalmente em períodos de eleição, culminando em Bolhas Sociais e Câmaras de Eco.

As bolhas sociais são uma construção digital que determina o isolamento em grupos sociais no âmbito informático: esse confinamento deriva da programação informática que determina quais informações serão oferecidas no ambiente online nas situações em que o usuário acessa suas redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram), realiza pesquisas nos mecanismos de busca (Google, Bing), pesquisa preços em agregadores ou lojas virtuais, entre outras inúmeras possibilidades. Essa referida programação informática é denominada como algoritmo, sequência de comandos formulada por analistas de sistemas computacionais e que são alimentados pelos dados dos próprios usuários (JÚNIOR; PELLIZARI, p. 59, 2019).

A tendência humana de criar grupos e estreitar laços sociais com seus iguais em ideologias, visões de mundo e semelhanças sempre existiu. Porém, a Sociedade da Informação criou um fenômeno nunca visto antes, o isolamento virtual provocado pelos algoritmos, não são feitas por um direcionamento voluntário ou autônomo (idem. JÚNIOR; PELLIZARI, pp. 58-59, 2019). Ainda segundo o artigo “Bolhas Sociais e seus efeitos na sociedade da informação: ditadura do algoritmo e entropia na internet”, escrito por Bruno Henrique Miniuchi Pellizzari e Irineu Francisco Barreto Júnior, publicado na Revista de Direito, Governança e Novas Tecnologias, os autores afirmam que as bolhas sociais:

[...] pode impulsionar a criação de solipsismos antagonizados, visões de mundo endógenas, fechadas, que podem coexistir em proximidade, mas jamais se encontrar. Potencialmente pode ocorrer uma erosão da solidariedade social, perda da capacidade de empatia e que a condução das escolhas cidadãs venham a ser pautadas por visões de mundo opacas e endógenas (idem. JÚNIOR; PELLIZZARI, p. 59, 2019)

Nesse viés, os impactos na conjuntura política com influência direta nos resultados eleitorais, se dão pela polarização do debate público, podendo atingir eleitores que estavam indecisos ou ainda proliferar notícias falsas para inflar uma mesma base ideológica, o que inibe a escolha genuína por meio do controle sob medida de quais e quantas notícias o eleitor receberia - que era fornecida pela mídia tradicional (BHARTHUR; GURUMURTHY, 2018).

Dentro desse impasse, as Câmaras de Eco, conceito criado por Anita Gurumurthy, diretora executiva da instituição It for Change, são maneiras de polarizar e criar mais vantagens para os candidatos, pois com públicos extremamente polarizados, a tentativa de dosar ideais e produzir recursos em rede nacional para conseguir os votos ficam menos necessários. Isso ocorre, pois dentro das bolhas sociopolíticas, o político pode sentir-se livre para dar opiniões mais incisivas e extremas na tentativa de conseguir mais votos e convencer sua massa eleitoral, para isso podem reforçar preconceitos e fazer o uso de informações não verídicas (idem. BHARTHUR; GURUMURTHY, 2018).

No Brasil, o uso antiético dos Big Data foi a principal estratégia política dos candidatos mais promissores à presidência no ano de 2018, Bolsonaro (PSL) e Haddad (PT) que produziram Bolhas Sociais e Câmaras de Eco. De acordo com uma pesquisa levantada pela organização Avaaz, instituição para mobilização social para espaços de tomada de decisão, foram mais de 100 denúncias de Fake News. Já para o presidente eleito, a pesquisa apontava que 98,21% dos eleitores foram expostos às notícias falsas e 89,77% dessas pessoas acreditavam que essas informações eram verdadeiras. Já o estudo feito pela IDEA Big Data, analisando o Facebook e o Twitter do dia 26 a 29 de outubro, com 1.491 eleitores, 93,1% dos eleitores do candidato de direita que foram entrevistados alegaram exposição à notícias falsas sobre as urnas eletrônicas e 74% acreditaram (PASQUINI, 2018). Para o coordenador de campanhas da Avaaz, Diego Casaes:

As fake news devem ter tido uma influência muito grande no resultado das eleições, porque as histórias tiveram alcance absurdo. A informação das fraudes em urnas eletrônicas com o intuito de contabilizar votos para Fernando Haddad, do PT, alcançou 16 milhões de pessoas nas redes sociais 48 horas após o primeiro turno e a notícia continuou viva no segundo turno [...] as pessoas conhecem o problema das fake news e têm clareza do impacto negativo que causam, mas as notícias falsas trazem elementos passíveis da verdade, como a montagem do vídeo no caso da informação sobre a fraude nas urnas, por exemplo (idem. PASQUINI, 2018).

Assim, o estudo apontou que Fake News foram principalmente direcionadas ao candidato Haddad e ao PT, como o caso que o candidato amplamente difundiu a existência do chamado kit gay, com 83,7% das pessoas que associaram essa informação como verdadeira. Já em relação aos eleitores de Fernando Haddad entrevistados, foram 61% que visualizaram essa notícia e apenas 10,5% acreditaram. Para o CEO e fundador da Avaaz, Ricken Patel, a democracia corre sérios riscos com as notícias não verídicas, tendo em vista que “essas histórias foram armas tóxicas cuidadosamente fabricadas para destruir a elegibilidade de um candidato. E, com a ajuda do Facebook e WhatsApp”. Outrossim, para a Organização dos Estados Americanos (OEA), esse fenômeno de notícias falsas para manipulação de votos em redes sociais “talvez não tenha precedentes no Brasil” (idem. PASQUINI, 2018).

Outra prática comumente difundida e de uso antiético dos Big Data, mesmo que previamente proibidos pelas regras do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), foram os Bots em redes sociais - robôs geridos por algoritmos que agem de forma autônoma. Esses robôs utilizam perfis falsos para representar uma massa inexistente de apoio, além de fazer disparos ilegais de informações muitas vezes infundadas, formar "trending" no Twitter e fomentar discussões que sejam benéficas para um candidato em detrimento do outro e a automatização de chats e contas, como uma estratégia de campanha na corrida eleitoral. Em 2018, segundo o centro de pesquisa tecnológica, InternetLab, foram identificados 1 milhão de Bots seguindo os pré-candidatos à presidência da República na plataforma Twitter, porém sem a prova da compra de perfis para os resultados (ALBUQUERQUE, 2018).

A automatização de perfis é permitida pela rede digital, mas apenas para gerar informação e entretenimento, em que os seguidores são indicados para tal, porém quando é envolvido o mascaramento de ações, trata-se de uma violação à privacidade do usuário, regida pela LGPD no Brasil. Dessa forma, segundo Cristina Pastore, professora de Negócios na PUC-PR, as redes mostram-se como ferramentas que geram a manipulação política durante períodos cruciais da democracia no país, em que ela pontua que:

Vejo que os efeitos que podemos prever no uso dessa tecnologia [os robôs] envolvem o direcionamento do posicionamento do eleitor [...] o conceito psicológico da heurística, ou informações que funcionam como atalhos mentais, pode explicar como acontece a atribuição de significado. A partir deste viés, o eleitor pode julgar de forma mais favorável às propostas do candidato, por exemplo, uma vez que já o rotulou como favorito [...] quando você fala alguma coisa, se vários bots retuitarem isso ou usarem uma mesma hashtag, isso gera certa projeção no Twitter, e pode conseguir [chegar aos] trending topics [...] não estamos falando de celebridades em busca de seguidores para se tornar famosos; estamos falando de possíveis deputados, senadores e presidente decidindo o futuro de nosso país por quatro anos (idem. ALBUQUERQUE, 2018).

Conclusão e perspectivas para as eleições de 2022

Diante de tantos riscos à democracia provocados pelo mau uso tecnológico durante as campanhas de 2018, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE), a partir da Resolução nº23.610/19 no ano de 2019, institucionalizou novas dinâmicas para as eleições sobre a propaganda e condutas ilícitas nas campanhas eleitorais. As novas regras procuram orientar os partidos políticos, coligações ou federações partidárias, os candidatos e os eleitores sobre as condutas vedadas e permitidas durante o processo da escolha de novos governantes.

Em relação às manifestações políticas partidárias na internet não poderão ofender ou difamar a imagem e a honra de outros candidatos e candidatas. Além disso, o espalhamento de Fake News está veementemente proibido, juntamente com práticas de desinformação ligadas a integridade do processo eleitoral, como votação, apuração e totalização das votações. Ademais, os conteúdos devem possuir um canal aberto para que os candidatos peçam a exclusão de alguma informação.

As propagandas podem ser feitas por meio de blogs, redes sociais, páginas na web, desde que os endereços de propagação sejam informados à Justiça Eleitoral. No entanto, as propagandas pagas na internet deverão conter avisos em sua divulgação e poderão ser feitas apenas pelos candidatos, seus respectivos partidos ou federações partidárias, sendo proibido a contratação de pessoas físicas ou jurídicas e ainda o impulsionamento pago pelos eleitores, regras também válidas para a propaganda na imprensa. Nesse sentido, os elogios feitos a candidatos em redes sociais não são considerados propaganda, caso não haja nenhuma transação financeira envolvida.

A Lei Geral da Proteção de Dados (LGPD) deve ser respeitada a todo momento das campanhas, então, mensagens eletrônicas para eleitores ficam permitidas, desde que sejam cadastrados voluntariamente e seus emissores sejam identificados, assim como, a desinscrição para o recebimento dessas mensagens deve ficar disponível. Nesse contexto, o telemarketing e disparo em massa de mensagens de texto sem o prévio consentimento do destinatário fica proibido e as sanções são de abuso de poder e de propaganda indevida, sendo a multa de R\$5 a R\$30 mil reais. A resolução permite, ainda, o direito de resposta às propagandas, mas os conteúdos abusivos relacionados a isso não são permitidos e poderão ser retirados.

“Showmícios”, ou seja, manifestação de artísticas presenciais ou online de cantores, apresentadores, atores, entre outros, a fim de animar comício e reunião eleitoral estão proibidas, desde que sejam para arrecadar recursos para a campanha sem a manifestação de pedido de voto. Além disso, o uso de outdoors físicos ou eletrônicos não são permitidos, sendo passíveis de multa que variam de R\$5 a R\$15 mil reais. Por fim, no dia da votação a manifestação deve ser silenciosa, por meio de bottons e adornos, desde que não incluam vestimentas padronizadas.

Em conclusão, as perspectivas para as eleições de 2022 e o futuro democrático-tecnológico do Brasil, o país apresentou uma melhora quanto à legislação do uso ético dos Big Data em campanhas eleitorais. Porém, de acordo com o Correio Braziliense, em 2022, as eleições serão regidas novamente pelas Fake News, difíceis de conter e medir, só em cada grupo do Whatsapp é possível colocar 256 pessoas, que mesmo sob um compartilhamento limitado, é possível que atinja milhões de brasileiros em questões de minutos (FONSECA, 2022).

Em relação aos debates eleitorais televisionados e sediados em plataformas digitais têm revelado a manipulação de discursos e a falsa informação passada pelos candidatos à presidência, evidenciados pelas investigações do Fato ou Fake, serviço de verificação de fatos do grupo Globo, os quais mostram a desinformação proferida nas discussões. Apenas na entrevista realizada com os candidatos no Jornal Nacional no dia 22 de agosto de 2022, em média, Bolsonaro proferiu 1 mentira a cada 3 minutos, enquanto Lula discursou 1 mentira a cada 5 minutos, revelando a alta manipulação de falas na corrida para a conquista de votos.

Assim, fica evidente que a institucionalização das limitações e alertas na nova conjuntura eleitoral não foram suficientes para a situação de emergência em questões de segurança digital que surge com o uso antiético dos Big Data nas eleições. Diferentemente de 2018, o ano de 2022, além de Fake News e uso de Bots, as Deep Fake, tem se destacado no uso indevido de imagem e falas tiradas de contexto e ou manipuladas. As Deep Fakes são uma tecnologia que cria vídeos falsos pela imitação de movimentos e expressões faciais por meio do uso de inteligências artificiais e imagens adulteradas do rosto da vítima, a fim de criar falas e ou situações que as pessoas representadas no

vídeo não fizeram ou não presenciaram na realidade. O exemplo mais emblemático do início das campanhas é o Deep fake da âncora do Jornal Nacional, Renata Vasconcellos, o qual foi amplamente compartilhado na plataforma Twitter. No ocorrido, a fala de Renata é manipulada e a porcentagem de apoio aos candidatos é trocada, sendo Bolsonaro com o apoio de 44% e Lula com o apoio de 32%, que mostram-se invertidos na realidade, estando Lula com 44% e Bolsonaro com 32% das intenções de voto.

No Brasil, para o ranking internacional, traçado pela pesquisa da empresa Surf Shark de privacidade online, o país aparece em 6º lugar com maior vazamento de dados do mundo, que podem culminar na utilização manipulada do Big Data retratado nessa análise (SEGURANÇA..., 2022). Esses dados mostram que democracia é colocada em risco, tendo em vista o desrespeito frequente às normas para uma segura e justa dinâmica eleitoral; situação que revela a negligência dos principais candidatos para a produção de resoluções acerca da segurança digital em seus planejamentos, que contemplam apenas as problemáticas de governança tecnológica. Logo, é preciso que o debate público seja ampliado e que essa problemática seja evidenciada nos planos de governo na era digital da informação, tendo em vista o alto risco e dano à democracia e à máquina pública, que impõem as novas formas de limite democráticas.

Referências

ALBUQUERQUE, Filipe. Exército de robôs segue presidencialíveis no Twitter – e isso ameaça influenciar a eleição. *Gazeta do Povo*, 2018. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/politica/republica/eleicoes-2018/exercito-de-robos-segue-presidenciaveis-no-twitter--e-isso-ameaca-influenciar-a-eleicao-duzlzrw4pln32icfsj73htjx8/>. Acesso em: 30 de ago. de 2022.

ALVES, Fábio. [ATI do MPOG] – Governança Digital: O que é isso?. 2015. Disponível em: <https://www.estrategiaconcursos.com.br/blog/ati-do-mpog-governanca-digital-o-que-e-isso/>. Acesso em: 27 de ago. de 2022.

BARCELLO, Christovam; PEDROSO, Marcel; SALDANHA, Raphael. Ciência de dados e big data: o que isso significa para estudos populacionais e da saúde?. *Scielo*, São Paulo, v. v.30, nº1, nov. de 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cadsc/a/JWLSWTVvPcKkbbB6p5VPVTL/>. Acesso em: 26 ago. de 2022.

BHARTHUR, Deepti; GURUMURTHY, Anita. Democracy and the Algorithmic Turn: Issues, challenges and the way forward. Disponível em: <https://sur.conectas.org/en/democracy-and-the-algorithmic-turn/>. *SUR International Journal on Human Rights*, v.15, n.27, pp. 39 - 50, jul. de 2018.

BRASIL terá o maior eleitorado da história no pleito de 2 de outubro. *Brasil de Fato*, 2022. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2022/07/19/brazil-will-have-its-largest-electorate-in-history-during-the-october-2-elections>. Acesso em: 27 de ago. de 2022.

CARDIM, Maria Eduarda. Pauta econômica volta a ser principal preocupação para o eleitor. *Correio Braziliense*, 2022. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2022/01/4974840-pauta-economica-volta-a-ser-principal-preocupacao-para-o-eleitor.html>. Acesso em: 30 de ago de 2022.

COLIGAÇÃO BRASIL DA ESPERANÇA . Diretrizes para o Programa de Reconstrução e Transformação do Brasil: Lula Alckmin 2023-1026. TSE Jusbrasil, 2022. Disponível em: https://divulgacandcontas.tse.jus.br/candidaturas/oficial/2022/BR/BR/544/candidatos/893498/5_1659820284477.pdf Acesso em: 27 de ago. de 2022.

CONFIRA os principais ajustes nas resoluções das Eleições de 2022. Tribunal Superior Eleitoral (TSE), 2022. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Marco/confira-os-principais-ajustes-nas-resolucoes-das-eleicoes-2022>. Acesso em: 28 de ago. de 2022.

ELEIÇÕES E REDES SOCIAIS: empoderamento ou onda de internet?. SERPRO, 2014. Disponível em: <http://intra.serpro.gov.br/tema/noticias-tema/eleicoes-e-redes-sociais-empoderamento-ou-onda-de-internet>. Acesso em: 29 de ago. de 2022.

ELEIÇÕES 2022: confira o que pode e não pode na propaganda eleitoral. Tribunal Superior Eleitoral (TSE), 2022. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Agosto/eleicoes-2022-confira-o-que-pode-e-nao-pode-na-propaganda-eleitoral>. Acesso em: 29 de ago. de 2022.

ELEIÇÕES 2022: EXPECTATIVA é que abstenção caia devido ao fim da pandemia. Rádio Senado, 2022. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/radio/1/noticia/2022/08/17/eleicoes-2022-expectativa-e-que-abstencao-caia-devido-ao-fim-da-pandemia>. Acesso em: 27 de ago. de 2022.

FONSECA, Roberto. Análise: campanha começa com fake news a mil por hora; e deve piorar. Correio Braziliense, 2022. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/opinia0/2022/08/5030309-analise-campanha-comeca-com-fake-news-a-mil-por-hora-e-deve-piorar.html>. Acesso em: 29 de ago. de 2022.

JÚNIOR, Irineu; PELLIZZARI, Bruno. Bolhas Sociais e seus efeitos na Sociedade da Informação: ditadura do algoritmo e entropia na Internet. Revista Direito, Governança e Novas Tecnologias, Belém, v.5, nº2, dez. de 2019. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/340426325_Bolhas_Sociais_e_seus_efeitos_na_Sociedade_da_Informacao_ditadura_do_algoritmo_e_entropia_na_Internet. Acesso em: 26 de ago. de 2022.

LEFÈVRE, Flávia. Heinrich Böll Stiftung, 2021. Aspectos institucionais e políticos da governança digital no Brasil. Disponível em: <https://br.boell.org/pt-br/2021/09/29/aspectos-institucionais-e-politicos-da-governanca-digital-no-brasil>. Acesso em: 30 de ago. de 2022.

MAIS DE 33 milhões de brasileiros não têm acesso à internet, diz pesquisa. G1, 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2022/03/21/mais-de-33-milhoes-de-brasileiros-nao-tem-acesso-a-internet-diz-pesquisa.ghtml>. Acesso em: 27 de ago. de 2022.

PARTIDO LIBERAL. Plano de Governo Bolsonaro 2023-2026. TSE Jusbrasil, 2022. TSE Jusbrasil, 2022. Disponível em: https://divulgacandcontas.tse.jus.br/candidaturas/oficial/2022/BR/BR/544/candidatos/908966/5_1660093698051.pdf. Acesso em: 27 de ago. de 2022.

PASQUINI, Patrícia. 90% dos eleitores de Bolsonaro acreditaram em fake news, diz estudo. Folha de São Paulo, 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/11/90-dos-eleitores-de-bolsonaro-acreditaram-em-fake-news-diz-estudo.shtml>. Acesso em: 30 de ago. de 2022.

PEREIRA, Luciano. A propaganda eleitoral na internet: seus desafios e limites jurisprudenciais. Jus, 2022. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/97244/a-propaganda-eleitoral-na-internet-seus-desafios-e-limites-jurisprudenciais>. Acesso em: 30 de ago. de 2022.

SCHROEDER, Ralph. Big data: moldando o conhecimento, moldando a vida cotidiana. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v12i2p135-163>. Matrizes, São Paulo, v.12, nº 2, pp. 135-163, maio/ago. de 2018.

SCHROEDER, Ralph. Big data: moldando o conhecimento, moldando a vida cotidiana. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v12i2p135-163>. Matrizes, São Paulo, v.12, nº 2, pp. 135-163, maio/ago. de 2018.

SEGURANÇA de Dados: Brasil é o 6º país com mais vazamentos, diz pesquisa. Isto É Dinheiro, 2022. Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/seguranca-de-dados-brasil-e-o-6o-pais-com-mais-vazamentos-diz-pesquisa/>. Acesso em: 30 de ago. de 2022.

RAQUEL, Martha. Quem são as pessoas que não têm acesso à internet no Brasil?. Brasil de Fato, 2020. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2020/08/10/quem-sao-as-pessoas-que-nao-tem-acesso-a-internet-no-brasil>. Acesso em: 30 de ago. de 2022.

WELLE, Deutsche. Defesa dos EUA pede respeito à democracia no Brasil. Isto É Dinheiro, 2022. Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/defesa-dos-eua-pede-respeito-a-democracia-no-brasil/>. Acesso em: 28 de ago. de 2022.