

# O impacto da tecnologia na comunicação política: desinformação e manipulação na “sociedade da transparência”

*The impact of technology on political communication: disinformation and manipulation in the “transparency society”*

Bruno José Calmon Guzansky  
Jose Luiz Bolzan de Morais

## Resumo

O artigo examina o impacto da tecnologia e das redes sociais na comunicação política contemporânea, no contexto brasileiro. Apresenta um panorama das mudanças ocorridas na comunicação ao longo da história recente, enfatizando o papel da internet e das plataformas de redes sociais na interconexão global, na mudança do paradigma comunicativo-informacional e na criação da “sociedade da transparência”, na qual as pessoas renunciam à privacidade enquanto competem por atenção e visibilidade. Avalia a superveniência da economia de dados, explicando como tal fenômeno permitiu a apropriação da psiquê. Discorre sobre a proliferação de narrativas fantasiosas e conspiratórias, o emprego de “memes” e “trolls”, a utilização de estratégias que objetivam a disseminação de desinformação, como meio de minar a confiança nas informações verídicas e de provocar confusão e polarização. Objetiva contribuir para a compreensão desses fenômenos e fornecer *insights* para soluções futuras. A análise realizada destaca a necessidade de um debate informado e crítico, a fim de preservar a capacidade de autodeterminação individual e, assim, fortalecer o processo democrático.

**Palavras-chave:** Tecnologia; Comunicação; Redes sociais; Desinformação; TSE.

## Abstract

*The article examines the impact of technology and social media on contemporary political communication in the Brazilian context. It provides an overview of the changes that have occurred in communication in recent history, highlighting the role of the internet and social media platforms in global interconnectedness, the shift in the communicative-informative paradigm, and the creation of the "society of transparency," where individuals relinquish privacy while competing for attention and visibility. It evaluates the emergence of the data economy, explaining how this phenomenon has led to the appropriation of the psyche. The article discusses the proliferation of fictional and conspiratorial narratives, the use of memes and trolls, and the deployment of strategies aimed at disseminating misinformation as a means to undermine trust in accurate information and provoke confusion and polarization. Its objective is to contribute to the understanding of these phenomena and provide insights for future solutions. The analysis highlights the need for an informed and critical debate to preserve individual self-determination and strengthen the democratic process.*

**Keywords:** Technology; Communication; Social media; Disinformation; TSE.

## INTRODUÇÃO

Embora propaganda, desinformação, informações equivocadas e/ou manipuladas sempre tenham feito parte da vida em sociedade, o advento e a ampla popularização da internet, potencializada pelos aplicativos e veículos de telecomunicação instantânea – compostos por *bulletin boards* para o registro de

comentários, mensageiros eletrônicos e, em especial, plataformas de redes sociais – lançou novas luzes sobre tais fenômenos.

Na “sociedade da transparência” (HAN, 2017), que é essencialmente acelerada, já não há espaço para dialeticidade, para a contradição e a contraposição de ideias, para a maturação das opiniões, haja vista que tais práticas reclamam negação e reflexão, o que acaba por criar resistência ao fluxo informacional que, de sua vez, é necessário à (retro)alimentação dos grandes *players*, as empresas da Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC).

Beneficiando-se da velocidade, alcance e permeabilidade proporcionados por esses novos veículos, a informação, agora personalizada ao público-alvo, graças ao emprego de estratégias de *microtargeting*, passou a ser estrategicamente empregada para, em escala inaudita, instilar dúvida, confundir, descartar, distorcer, distrair, desanimar e dividir os destinatários, comprometendo, de modo sub-reptício, a capacidade de autodeterminação. Em consequência, *viralidade* sobrepujou *veracidade* (TSE, 2022) e o deboche caricato (*meme*,<sup>1</sup> *trolls*<sup>2</sup> etc.), as narrativas fantásticas, conspiratórias, desprovidas de fidedignidade e lastro científico mínimo, passaram a ser utilizados como arma, pois, por serem facilmente assimilados e compartilhados, produzem graça, ultrage, ódio, emoções viscerais que são exploradas para a manutenção das mais variadas cortinas de fumaça.<sup>3</sup>

Em meio a essa batalha, ocorreu no Brasil a corrida eleitoral para a presidência da República. Na tentativa de fugir à responsabilidade das mídias tradicionais, sobreveio investimento massivo, multimilionário, em conteúdo digital (GIMENES, 2022; DIÁRIO DO CENTRO DO MUNDO, 2022) tanto com a prestação de serviços por terceiros como o impulsionamento de conteúdo, na maioria das vezes para criar narrativas críveis e minimamente coerentes para, a partir delas, engendrar um senso de autenticidade suficientemente, capaz de viabilizar a rápida circulação desse conteúdo.

Com o advento da Resolução nº 23.714/2022, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) criou importante mecanismo para interferir, positiva, ágil e assertivamente nessa dinâmica. Em decisões recentes, laborou para, de forma unipessoal ou colegiada, garantir efetividade ao combate às *fake news* e assegurar o bom debate público sem a disseminação massiva de narrativas falsas ou descontextualizadas, em detrimento da liberdade de escolha e do direito fundamental do eleitor de ter acesso a informações adequadas (FALCÃO, 2022), medidas que, como já esperado, também têm sido alvo de ataques, seguindo esse mesmo *iter* (PODER360, 2022).

Para os propósitos deste trabalho – que objetiva, além de traçar um panorama geral, realizar um prognóstico futuro, como forma de auxiliar na compreensão do assunto e na elaboração de soluções possíveis –, serão avaliados o impacto da

---

<sup>1</sup> *Memes* são mensagens de conteúdo humorístico, irônico ou satírico com aptidão para circular ampla e rapidamente em veículos digitais. Dado à simplicidade de conteúdo, os elementos textual e audiovisual costumam ser adaptados para diferentes casos e contextos, de modo a facilitar a sua utilização irrestrita.

<sup>2</sup> Agente que, pessoalmente ou via identidade falsa, provoca e perturba pessoas em ambiente digital (fóruns, mensageiros, redes sociais etc.), fazendo uso de mensagens ofensivas, irrelevantes ou perturbadoras, no afã de chamar atenção e obter resposta emocional do(s) destinatário(s).

<sup>3</sup> A estratégia de criar distrações para desviar a atenção do público em geral dos assuntos mais relevantes e sensíveis, provocando confusão e dificultando a compreensão do real, do verdadeiro, é comumente chamada “*cortina de fumaça*”. Envolve a exploração de narrativas enganosas, conteúdos falsos ou meramente controvertidos por pessoas ou robôs, com a utilização de memes, teorias conspiratórias etc.

tecnologia na comunicação, na informação e na política, a ascensão das plataformas de redes sociais, a virtualização da política e, por último, a postura adotada pela Justiça Eleitoral.

## UM RETRATO DOS DIAS ATUAIS

Da prensa de tipos móveis (1450) aos primeiros jornais impressos (1605), do telégrafo (1835) ao telefone (1875), da televisão (1923) e do rádio (1943) ao computador pessoal (1965), da internet (1960-1970) e do e-mail (1971) ao aparelho de telefonia celular (1973), aos serviços de SMS<sup>4</sup> (1992) e aos primeiros aplicativos de mensagem instantânea (1996) a tecnologia tem remodelado e revolucionado a comunicação: encurtou distâncias, eliminou barreiras geográficas e permitiu que a transmissão de informações – embora padronizadas e baseadas num formato unidirecional, além de disseminadas verticalmente e controladas por poucos *players* – se desse de forma cada vez mais extensiva e acelerada.

No ano de 1995, com a abertura do capital da Netscape na bolsa de valores norte-americana e o lançamento do sistema operacional Windows 95, pela Microsoft, os protocolos de comunicação foram sendo gradualmente padronizados em escala mundial e, com isso, ocorreu a paulatina substituição de um modelo sistêmico baseado em hardware por outro, lastreado em software, muito mais dinâmico e flexível, que em poucos anos homogeneizou a estrutura informacional e planificou o globo (FRIEDMAN, 2005), tendo viabilizado a interconexão de todos os atores sociais num ambiente maior e mais amplo do que o “mundo físico”, o “real”, a ágora digital, que num curto espaço de tempo a todos absorveu.

Um dos principais fatores responsáveis por acentuar essa drástica transição foi a ascensão e popularização das plataformas de redes sociais – Six Degrees (1997), Friendster (2002), LinkedIn (2003), Facebook (2004), Twiter e Tumblr (2006), Instagram (2010), Snapchat (2011), Whatsapp (2013) e TikTok (2016) –, fenômeno tecnológico-social que, por sua própria arquitetura,<sup>5</sup> inaugurou uma era sem precedentes de interconectividade, transformando a forma como as pessoas se relacionavam, se comunicavam, produziam e consumiam conteúdo, ao ponto de sobrepujar o vigente paradigma comunicativo-informacional ao permitir que os usuários deixassem de ser meros receptores passivos e se tornassem, a um só tempo, criadores e consumidores de informação, verdadeiros *hubs* comunicativos independentes, mas umbilicalmente ligados, todos à distância de um clique do *mouse*.

Em meio a essa cultura de compartilhamento, caracterizada pela ultra exposição da vida – na qual as pessoas, para potencializar sua presença e competir por atenção nesse caótico e conflituoso exame virtual (HAN, 2018a), passaram a se publicizar através de perfis milimetricamente personalizados, alimentados com “selfies” performáticas, com imagens de impacto e descrições cada vez mais assemelhadas a rótulos comerciais –, de pouco em pouco, *byte* por *byte*, a busca pessoal por identidade e visibilidade acabou desnaturando o privado em público e transmudando a intimidade em extimidade, criando, por assim dizer, uma “sociedade transparente”, que tudo absorve e a todos explora (HAN, 2017).

---

<sup>4</sup> Acrônimo de *Short Message Service*

<sup>5</sup> A promessa por detrás das plataformas de redes sociais era a democratização do espaço de debate público, permitindo que pessoas de diferentes culturas, origens e opiniões gozassem de um *locus* apropriado para o exercício do direito de livre manifestação do pensamento e associação, organizando-se, ou conectando-se a outros, como forma de participar do processo de formação da opinião pública.

Dados pessoais viraram *commodities*, recursos estratégicos, fonte de valor e objeto de poder (ZUBOFF, 2019), pois com sua indexação e posterior processamento, mediado por ferramentas de inteligência artificial, se tornou possível extrair *insights* valiosos sobre padrões de comportamento e preferências, tanto coletivas como individuais, com a finalidade de exercer decisiva influência na capacidade de autodeterminação pessoal, segmentando audiências, personalizando conteúdo (das mensagens aos produtos), direcionando e manipulando escolhas, não mais a nível epidérmico, mas agora de forma intradérmica, subliminar, pré-reflexiva, numa clara campanha destinada à apropriação do subconsciente (UNESCO, 2020).

Nesse contexto de hiperinformação e hipercomunicação, de vigilância e controle sociais, de transparência, aceleração e superexposição a estímulos sensoriais multivariados – que não se limitam a texto, áudio e vídeo, mas também englobam as novas drogas digitais, como é o caso das batidas binaurais (BARRATT et al., 2022), sacrificou-se a dialética, a contradição e o embate entre (boas e más) ideias, a maturação das opiniões, dinâmicas intelectivas que necessariamente reclamam negação e reflexão, e, justamente por isso, criam ruídos à atual dinâmica comunicativa, cuja urgência é elemento essencial para a manutenção dos sistemas que empoderaram as empresas de Tecnologia da Informação e da Comunicação e aprisionam seus “usuários”, que são progressivamente levados à condição de adictos (FERRER, 2022).

Cada vez mais absortos em bolhas de isolamento ideológico e tendo suas crenças e convicções reiteradamente amplificadas por câmaras de eco (PARISER, 2011), as pessoas vêm sendo induzidas a estados de distração (HAN, 2022), de superficialidade e esquecimento – tal e qual “peixinhos vermelhos” de aquário, que ostentam memória curta e vivem em ambiente restrito (PATINO, 2019) –, enquanto transitam pela infovia digital, navegando despreziosa e despropositadamente entre *feeds* cada vez mais coloridos, superficiais e *tweets* cada vez mais curtos.

Com isso, para além do comprometimento da atenção, do agravamento da memória e da capacidade de raciocínio (mormente o crítico), assomam os problemas de saúde mental, em especial os quadros de ansiedade e depressão (DESMURGET, 2021), resultando na superveniência de uma geração que ostenta o QI<sup>6</sup> inferior ao da última (BBC, 2020), viciada na dopamina advinda das “*curtidas*” e “*compartilhamentos*”, e que, subjugada pela pressão do tempo, da urgência do momento, da última novidade, abandonou a racionalidade discursiva, tendo optado, ao revés, pelo conforto da comunicação afetiva, na qual não predomina a melhor argumentação, mas sim a narrativa visceral, biliosa, que, pela carga emocional que encerra, é apta a estimular, a proliferar – na terminologia contemporânea, a *viralizar* –, ainda que às expensas de “ *fatos alternativos*”.

O discurso inteligente, funcional, tem sido constantemente desafiado e erodido, ao ponto de já não poder fazer frente às imagens e aos vídeos provocativos e caricatos – os *memes* – que circulam amplamente e muito mais rápido do que a própria verdade. Daí a Byung-Chul Han dizer que, “antes de instaurar o processo de verificação, [elas] já tiveram todo efeito”, sendo, portanto, estéril “a tentativa de, com a verdade, querer lutar contra a infodemia”, já que ela “é resistente à verdade” (HAN, 2022).

---

<sup>6</sup> Acrônimo de Quociente de Inteligência.

## A POLÍTICA VAI À INTERNET

A exemplo do que ocorreu com a comunicação, a tecnologia também remodelou e revolucionou a política: com a chegada da televisão (1923) e do rádio (1943), os atores políticos redobram o esmero na elaboração de seus pronunciamentos que, a despeito de transmitidos a um público-alvo muito mais amplo, ainda tinham de ser calibrados ao “homem médio” – em essência, uma coletividade heterogênea e indeterminada; ainda assim, dado às limitações dessa dinâmica comunicativo-intelectiva, a aderência da mensagem dependia, fundamentalmente, de um amálgama de capacidade argumentativa, poder de persuasão e identificação entre o interlocutor e um receptor ainda incerto, de opiniões, valores e idiosincrasias nebulosas.

A popularização da internet e das plataformas de redes sociais mudou drasticamente essa realidade. É oportuno lembrar que, no princípio, dado aos ares tecno-anárquicos dos idealizadores da grande rede, nos usuários foi fomentada a legítima expectativa de que aquele espaço seria um *locus* neutro, democrático, de emancipação, de potencialização do conhecimento, um ambiente propício à livre manifestação do pensamento, de liberdade e oportunidade de voz, no qual todos, indistintamente, poderiam se engajar em discussões saudáveis, campanhas e mobilizações sociais, não apenas informando, mas sendo esclarecidos a respeito dos assuntos do momento, da ordem do dia, para, depois, fomentar o debate público e participar da formação da opinião e da tomada de decisões.

A concepção embrionária, própria àquele momento, era a de que, com a virtualização da ágora, que significaria a transcendência do físico ao digital – o que por si só já era visto como conquista, a vitória do novo sobre o velho –, a internet se tornaria, numa só toada, palco e arena de debate, aproximando os atores políticos da população em geral, e vice-versa, estreitando ou quiçá definitivamente eliminando a distância entre o centro e a periferia, de modo a viabilizar um canal propício, otimizado ao fluxo informacional.

Os números sinalizam que esse sonho encontrou bom solo e fincou raízes no ideário popular, que aderiu massivamente à “hiperculturalidade” (HAN, 2019): no ano de 2020, a rede social Twitter somou 340 milhões de usuários ativos, que produziram 500 milhões de *tweets* ao dia (OMNICORE, 2021a); o Snapchat, 238 milhões de usuários ativos, com 4 bilhões de *snap*s diários (OMNICORE, 2021b); o TikTok, 800 milhões de usuários ativos, com 1 bilhão de vídeos por dia (OMNICORE, 2021c); o Instagram, mais de 1 bilhão de usuários ativos, com 500 milhões de *stories* diários (OMNICORE, 2021d); o Facebook e o LinkedIn, respectivamente, 2.7 bilhões (OMNICORE, 2021e) e 766 milhões de usuários (OMNICORE, 2021f).

Em meio a esse contexto – mas sem olvidar que, dadas às características territoriais, culturais e sociais brasileiras, é seguro dizer que ocorrem, a um só tempo, vários tipos distintos de embates eleitorais, a depender da circunscrição – houve a gradual adaptação do agir-estratégico político, que de pouco em pouco passou a dar menos ênfase às táticas tradicionais – leia-se, reguladas – de comunicação e marketing (comerciais de televisão e rádio; *jingles*; anúncios, matérias e jornais e revistas; panfletagem; comícios e eventos públicos; abordagem *tête-à-tête*) e a prestigiar o novo modal tecnológico – ao tempo não regulado e, o que é mais gravoso, adequadamente fiscalizado.

É oportuno registrar que, desde a campanha presidencial brasileira de 2002 – que se desenrolou concomitantemente ao *boom* das redes sociais –, todos os candidatos desenvolveram sítios eletrônicos com a finalidade precípua de divulgar

informações a respeito de suas campanhas, mas já naquele pleito sobreveio o “uso estratégico da internet para provocar notícias em tempo real, que acabaram amplificadas pela mídia impressa, fortalecendo ataques que, de outro modo, não ganhariam espaço ou repercussão” (ALDÉ, 2004).

No curso dos anos seguintes, a comunicação e o marketing político passaram a dar enfoque especial às mídias sociais, tendo sido documentado investimento financeiro massivo em conteúdo digital nos períodos eleitorais, tanto com a veiculação e amplificação de conteúdo – “pulverizações” e “impulsionamentos” pagos – como com contratação dos serviços de terceiros, como *podcasters* e influenciadores digitais (GIMENES, 2022; DIARIO DO CENTRO DO MUNDO, 2022).

À medida em que se consolidou o “dataísmo” (BROOKS, 2013)<sup>7</sup> – fruto, na perspectiva de Byung-Chul Han (2018b), de um segundo iluminismo –, contudo, se tornou evidente que as premissas sobre as quais se edificaria a “ciberdemocracia” (LÉVY e EMÍLIO, 2002) não se concretizaram e, o que é pior, dificilmente o fariam à mingua de princípios éticos sólidos, com pretensão de universalização, e regulamentação transnacional – como disseram José Luis Bolzan de Moraes e Edilene Lobo (2019), apesar da virtualização da vida ainda não se viu, mundo afora, exemplo bem sucedido de mediação tecnológica para se assegurar ampla ingerência e participação popular nas escolhas políticas, quebra de hierarquias ou o estabelecimento de relações horizontais, diretas, de poder.

Ao contrário, o direito à voz, à livre e efetiva manifestação de ideias e opiniões continua a ser um benefício de poucos, mormente porque as TICs têm desbravado, se apropriado e colonizado a infovia digital, ditando as regras do jogo democrático, decidindo ao seu talante sobre os critérios de distribuição de informações, visibilidade, pertinência e veracidade de conteúdo; porque a má informação – leia-se, desinformação (SANTOS, 2021) – tem sido proclamada com a finalidade de poluir o ambiente público, e amplificada não somente por pessoas, mas por atores não-humanos, como os robôs sociais (GUZANSKY et. al., 2020), cujos responsáveis dificilmente serão identificados – o que por si só estimula uma releitura expansiva da restrição constitucional ao anonimato; porque, a pretexto de se expressar a “opinião”, reputações vêm sendo diuturna e irresponsavelmente aniquiladas; porque a manipulação da *big data* – a indexação e a depuração dirigida de dados como idade, gênero, formação, sexualidade, localização, preferências políticas, comportamentos de consumo – acabou por desnudar a psiquê das pessoas – outrora indefinidas, hoje determinadas –, que, por isso, passaram a ser alvo de, dentre outras práticas, *microtargeting*, estratégia insidiosa e sub-reptícia, que de forma constante, sutilmente, busca exercer influência, a ponto de erodir a capacidade de autodeterminação, mediante o emprego de mensagens de conteúdo e forma cuidadosamente personalizados às especificidades psíquicas do receptor, isolada ou coletivamente.

Atenta às mudanças que se assomavam na realidade brasileira, a Justiça Eleitoral – a quem compete garantir a organização, a transparência e a lisura do *iter*

---

<sup>7</sup> Termo cunhado por David Brooks no artigo de opinião “A filosofia da Data”, veiculado em 4/2/2013 no New York Times, na tentativa de nominar a crença/ideologia de que os dados (“data”) seriam a fonte de todo o conhecimento prático-científico e que, por isso, a melhor forma de compreender a realidade e antever o futuro seria via depuração e análise. Embora reconheça a utilidade dos dados na identificação de padrões de comportamento e de erros resultantes de vieses pessoais, o autor manifesta ceticismo e questiona se o culto à informação, às métricas, seria apto a transformar a capacidade de antever e decidir sobre o futuro.

procedimental eleitoral –<sup>8</sup> foi progressivamente regulamentando a temática, no intuito de assegurar o embate democrático saudável, a paridade de oportunidades, o direito à autodeterminação esclarecida e, em especial, o exercício do sufrágio, o que culminou na edição da Resolução TSE nº 23.714/2022, dispondo sobre o enfrentamento à desinformação, que não só vedava “a divulgação ou compartilhamento de fatos sabidamente inverídicos ou gravemente descontextualizados que atinjam a integridade do processo eleitoral, inclusive os processos de votação, apuração e totalização de votos”<sup>9</sup> como também habilitava o julgador a interferir, de forma positiva, ágil e assertiva para estancá-la, inclusive se utilizando de a) ordem de remoção de conteúdo, b) imposição de multa, c) suspensão temporária de perfis, contas ou canais mantidos em mídias sociais, d) suspensão do acesso aos serviços da plataforma implicada, e) imposição de multa à plataforma, e como forma de assegurar a estabilidade, integridade e coerência dos pronunciamentos a serem proferidos, sem descuidar da agilidade que é necessária àquela atividade, a possibilidade de “determinar a extensão da decisão colegiada proferida pelo Plenário do Tribunal sobre desinformação, para outras situações com idênticos conteúdos”.<sup>10</sup>

Na perspectiva de Gustavo Ferreira Santos, tais medidas se justificam porque, se a distribuição de desinformação é, *per si*, problemática, isso se agrava no contexto eleitoral, pois

Quando se fala de um processo eleitoral, não se fala de simples diálogo cotidiano. Estamos falando de um diálogo orientado para um propósito: escolher autoridades ou ideias que guiarão as políticas públicas que afetam as vidas de todos. Assim, a escolha feita através do consumo de informação falsa é uma escolha viciada por fraude. Tais práticas fraudulentas minam a legitimidade do processo eleitoral porque as pessoas perdem a confiança no sistema quando a manipulação deliberada de informação decide eleições (SANTOS, 2021, p. 88).

Para além do sancionamento, faz-se impositiva, preventivamente, a “alfabytização” (BOLZAN DE MORAIS e FESTUGATTO, 2022) das pessoas, a fim de criar “cidadãos digitais”, o que só será factível e socialmente viável com o fortalecimento de parâmetros ético-morais e, em especial, com o incentivo de ações e políticas públicas voltadas à construção de uma educação mais atual e ampla, que incute e estimule a racionalidade crítica, promovendo a emancipação intelectual do eleitor, além de o habilitando a melhor avaliar e processar a informação que lhe é direcionada, seja ela direta ou indireta.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS: ABSTRAÍDO O DATAÍSMO, O QUE PROMETE O FUTURO?**

A tecnologia impactou e remodelou a comunicação, eliminando barreiras, estreitando distâncias e acelerando o fluxo informacional; dada à estrutura das

---

<sup>8</sup> É oportuno destacar, ainda que por excesso de zelo, que aquela jurisdição ostenta peculiaridades próprias, como a de conferir ao juiz um protagonismo processualmente atípico, considerados os demais sistemas processuais, que, no contexto eleitoral – dinâmico e fugaz –, transcende a posição habitualmente passiva do julgador, habilitando-lhe, além de julgar, a fiscalizar e policiar.

<sup>9</sup> Resolução TSE nº 23.714/2022, art. 2

<sup>10</sup> Resolução TSE nº 23.714/2022, art. 3

plataformas de redes sociais, viralidade predomina sobre veracidade; acentua-se o uso de narrativas fantasiosas, conspiratórias, como estratégia de ação e ataque; essas, desprovidas de fundamentos científicos mínimos e frequentemente acompanhadas de deboches caricatos – *memes* –, apregoadas por arautos digitais – *trolls, social bots*<sup>11</sup> (GUZANSKY et al., 2022) etc. –, são capazes de provocar risos, ultraje e ódio, emoções viscerais que são exploradas para criar cortinas de fumaça e manipular a opinião pública.

A facilidade de pulverização dessas narrativas, das imagens e vídeos provocadores – que, dado à sua superficialidade, são de fácil assimilação e identificação – permite que a mensagem se espalhe rapidamente e alcance público amplíssimo, o que produz um ambiente propício para a disseminação de desinformação, minando, ao fim e ao cabo, a confiança nas informações verídicas, provocando confusão e polarização, obstando o pleno exercício do direito à informação e ao esclarecimento.

Avaliadas nesse contexto, tais medidas têm sido rotineiramente usadas como estratégias de ação e ferramentas de ataque voltadas a desviar a atenção de questões importantes, para promover interesses particulares e manter o controle sobre determinadas agendas, para assassinar reputações, o que, em larga escala, tem aptidão de, no âmbito individual, comprometer a capacidade de autodeterminação e, no coletivo, danificar todo o processo democrático.

Peter Singer e Emerson Brooking (2018) avaliam que, a despeito das significativas mudanças provenientes da hiperculturalidade, o futuro, embora inerentemente incerto, já não se afigura tão imprevisível como outrora, nos dias que antecederam a internet e as mídias sociais.

Enquanto modal comunicacional, a grande rede atingiu um platô de maturação, tendo se fixado – sem qualquer previsão de enfraquecimento – como o principal veículo informacional, em escala global. Ela não se revelou – e, hoje, tampouco dá indicativos de que venha a se tornar – um instrumento de paz, solidariedade e compreensão; ao revés, se apresenta como uma arena de batalha onde conflitam interesses difusos e se disputam a atenção e o envolvimento alheios, ainda que ao custo de desinformações, técnicas de controle e manipulação algorítmica, o que compromete a confiabilidade das informações nela veiculadas e desafia a própria concepção de verdade, pois não raro eventos irreais logram impacto e receptividade reais, enquanto os comprovadamente falsos são considerados irrelevantes – afinal, “tudo é transparente, mas a verdade pode ser obscurecida” (SINGER e BROOKING, 2018).

Ainda que as mídias sociais cresçam em tamanho, em alcance e em número de usuários, suas atividades primárias e, em especial, os efeitos destas foram identificados e estão sendo amplamente discutidos e avaliados pela academia, a permitir a preparação de material apto a dar lustro a regulamentação sóbria, de prevenção às más práticas com o respectivo sancionamento. A esse respeito, é perfeitamente possível se antecipar, como forma de frear esses poderes selvagens.

Estudos futuros poderão se debruçar sobre tais questões, no intuito de fomentar o debate relacionado ao tema.

---

<sup>11</sup> Programas de computador criados para interagir com seres humanos, realizando tarefas de maior e menor complexidade e simulando ou emulando comportamentos. Os robôs sociais vêm sendo utilizados para veicular desinformação, amplificar opiniões e gerar engajamento artificial, como meio de influenciar a opinião pública.

## REFERÊNCIAS

- ALDÉ, Alessandra; BORGES, Juliano. 2004. **Ataques na Internet nas eleições de 2002 (ou como os sites dos candidatos pautaram a cobertura da imprensa)**. Paper apresentado no Seminário Temático 09 “Democracia, Comunicação Política e Eleições”, XXVIII Encontro Anual da ANPOCS, 26-30/10/ 2004, Caxambu, MG. Disponível em: <https://www.anpocs.com/index.php/papers-28-encontro/st-5/st09-5/3957-aalde-borges-ataques/file>. Acesso em: 23 nov. 2022. p. 14
- BARRATT, Monica J.; MADDIX, Alexia; SMITH, Naomi; DAVIS, Jenny L.; GOOLD, Lachlan; WINSTOCK, Adam R.; FERRIS, Jason A. **Who uses digital drugs? An international survey of ‘binaural beat’ consumers**. Drug And Alcohol Review, [S.L.], v. 41, n. 5, p. 1126-1130, 30 mar. 2022. Wiley. <http://dx.doi.org/10.1111/dar.13464>
- BBC. 2020. **'Geração digital': por que, pela 1ª vez, filhos têm QI inferior ao dos pais**. Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/viva-voce/noticia/2020/10/30/geracao-digital-por-que-pela-1a-vez-filhos-tem-qi-inferior-aos-pais.ghtml>. Acesso: 20 nov. 2022.
- BOLZAN DE MORAIS, Jose Luis; FESTUGATTO, Adriana Martins Ferreira. **A democracia desinformada : eleições e fake news**. Porto Alegre : Livraria do advogado, 2022
- BOLZAN DE MORAIS, Jose Luis; LOBO, Edilene. **A democracia corrompida pela surveillance ou uma fake democracy distópica**. In BOLZAN DE MORAIS, Jose Luis (Org.). A democracia sequestrada. São Paulo : Tirant lo Blanch, 2019.
- BROOKS, David. 2013. **The Philosophy of Data**. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2013/02/05/opinion/brooks-the-philosophy-of-data.html>. Acesso em: 23 nov. 2022.
- DESMURGET, Michel. **A fábrica de cretinos digitais: os perigos das telas para nossas crianças**. São Paulo : Vestígio, 2021.
- DIARIO DO CENTRO DO MUNDO. 2022. **Google e Facebook faturam R\$ 249 milhões com eleições**. Disponível em: <https://www.diariodocentrodomundo.com.br/google-facebook-faturam-r-300-milhoes-eleicoes/>. Acesso em: 26 nov. 2022.
- FALCÃO, Márcio. 2022. **Moraes multa coligação de Bolsonaro em R\$ 22.9 milhões após relatório do PL pedir anulação de votos sem indicar prova de fraude**. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2022/11/23/moraes-decisao-pl-relatorio-urnas.ghtml>. Acesso em: 23 nov. 2022.
- FERRER, Joseph. **Scrolling for dopamine: the impact of social media on our lives**. Disponível em: <https://uxdesign.cc/scrolling-for-dopamine-the-impact-of-social-media-on-our-brains-ux-ui-addiction-design-psychology-phone-app-e6a1786d9d3b>. Acesso em: 23 nov. 2022.
- FRIEDMAN, Thomas. **O mundo É Plano: Uma breve história do século XXI**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2005.

GIMENES, Erick. 2022. **Gastos dos candidatos à Presidência revelam estratégias para alcançar eleitores.** Disponível em: <https://www.jota.info/eleicoes/gastos-dos-candidatos-a-presidencia-revelam-estrategias-para-alcancar-eleitores-23092022>. Acesso: 20 nov. 2022.

GUZANSKY, Bruno José Calmon du Pin Tristão; SANTOS, André Filipe Pereira Reid dos; BUSSINGUER, Elda Coelho de Azevedo. **Os social bots na sociedade da transparência: da conveniência à ameaça democrática.** Revista Confrontos, v. Ano IV, p. 30-63, 2022. Disponível em: <https://mestrado.uit.br/revista-confrontos-6/>

HAN, Byung-Chul. **Sociedade da transparencia.** Petrópolis, RJ : Vozes, 2017

\_\_\_\_\_. **No enxame: Perspectivas Do Digital.** Petrópolis, RJ : Vozes, 2018a

\_\_\_\_\_. **Psicopolítica: o neoliberalismo e as novas técnicas de poder.** Belo Horizonte : Âyiné, 2018b

\_\_\_\_\_. **Hiperculturalidade : Cultura e globalização.** Petrópolis, RJ : Vozes, 2019

\_\_\_\_\_. **Infocracia : digitalização e crise da democracia.** Petrópolis, RJ : Vozes, 2022.

LÉVY, Pierre; EMÍLIO, Alexandre. **Ciberdemocracia.** Portugal: Instituto Piaget, 2002

OMNICORE. **Twitter by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts.** 2021a. Métricas atualizadas até 10/10/2020. Disponível em: <https://www.omnicoreagency.com/twitter-statistics>. Acesso em: 28 jan. 2021.

\_\_\_\_\_. **Snapchat by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts.** 2021b. Métricas atualizadas até 10/10/2020. Disponível em: <https://www.omnicoreagency.com/snapchat-statistics/>. Acesso em: 28 jan. 2021.

\_\_\_\_\_. **TikTok by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts.** 2021c. Métricas atualizadas até 2/11/2020. Disponível em: <https://www.omnicoreagency.com/tiktok-statistics/>. Acesso em: 28 jan. 2021.

\_\_\_\_\_. **Instagram by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts.** 2021d. Métricas atualizadas até 10/10/2020. Disponível em: <https://www.omnicoreagency.com/instagram-statistics/>. Acesso em: 28 jan. 2021.

\_\_\_\_\_. **Facebook by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts.** 2021e. Métricas atualizadas até 28/1/2021. Disponível em: <https://www.omnicoreagency.com/facebook-statistics/>. Acesso em: 28 jan. 2021.

\_\_\_\_\_. **Linkedin by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts.** 2021f. Métricas atualizadas até 3/10/2020. Disponível em: <https://www.omnicoreagency.com/linkedin-statistics/>. Acesso em: 28 jan. 2021.

PARISER, Eli. **The Filter Bubble: what the Internet is hiding from you.** New York : The Penguin Press, 2011.

PATINO, Bruno. **La civilisation du poisson rouge: Petit traité sur le marché de l'attention**. Grasset, 2019.

PODER360. 2022. **Decisões de Moraes que multa PL em R\$ 22.9 milhões vira meme**. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/eleicoes/decisao-de-moraes-que-multa-pl-em-r-22-milhoes-vira-meme/>. Acesso em: 23 nov. 2022.

SANTOS, André Filipe Pereira Reid dos; RUIZ-RICO, Catalina; MANRIQUE, Jorge Isaac Torres (Org.). **Ameaças à democracia = Amenazas a la democracia**. São Paulo: Annablume, 2020, v. 1, p. 51-72.

SANTOS, Gustavo Ferreira. **Fake democracy : a internet contra a democracia constitucional**. São Paulo : Tirant lo Blanch, 2021. p. 78

TSE. 2022. **Pílulas contra a desinformação: notícias falsas circulam 70% mais rápido do que as verdadeiras**. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Junho/pilulas-contr-a-desinformacao-noticias-falsas-circulam-70-mais-rapido-do-que-as-verdadeiras>. Acesso: 20 nov. 2022.

UNESCO. 2020. **“Yuval Noah Harari: “Toda crisis es también una oportunidad”**. Disponível em: <https://es.unesco.org/courier/2020-3/yuval-noah-harari-toda-crisis-es-tambien-oportunidad>. Acesso em: 23 nov. 2022.

ZUBOFF, Shoshana. **The age of surveillance capitalism**. New York : PublicAffairs, 2019