

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
FACULDADE DE DIREITO DO LARGO SÃO FRANCISCO  
DEPARTAMENTO DE DIREITO ECONÔMICO, FINANCEIRO E TRIBUTÁRIO

CAROLINA OLIVEIRA  
N.º USP: 11289473

**CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA: O PRODUTO DA ERA NEOLIBERAL E SEUS  
DESAFIOS PARA OS PROCESSOS DEMOCRÁTICOS**

São Paulo  
2023

CAROLINA OLIVERA

N.º USP: 11289473

**CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA: O PRODUTO DA ERA NEOLIBERAL E SEUS  
DESAFIOS PARA OS PROCESSOS DEMOCRÁTICOS**

Tese de Láurea apresentada ao Departamento de Direito Econômico, Financeiro e Tributário da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo como requisito para obtenção do título de Bacharel em Direito.

Orientador: Prof. Dr. Diogo Rosenthal Coutinho

São Paulo

2023

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
FACULDADE DE DIREITO DO LARGO SÃO FRANCISCO  
DEPARTAMENTO DE DIREITO ECONÔMICO, FINANCEIRO E TRIBUTÁRIO

**FOLHA DE APROVAÇÃO**

CAROLINA OLIVERA

**CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA: O PRODUTO DA ERA NEOLIBERAL E SEUS  
DESAFIOS PARA OS PROCESSOS DEMOCRÁTICOS**

Tese de Láurea apresentada ao Departamento de Direito Econômico, Financeiro e Tributário da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo como requisito para obtenção do título de Bacharel em Direito.

Aprovada em: \_\_\_\_ de \_\_\_\_ de 2023.

**Banca Examinadora**

---

Prof. Dr. Diogo Rosenthal Coutinho – Universidade de São Paulo.

---

Heloisa Bianchini, doutoranda em Direito Econômico – Universidade de São Paulo.

## **AGRADECIMENTOS**

Aos meus pais, pelo apoio e incentivo incondicionais.

Aos meus irmãos, por serem minha fonte de orgulho e inspiração.

Aos meus amigos, por terem feito que o meu caminho acadêmico fosse mais leve e divertido.

Ao Prof. Dr. Diogo R. Coutinho, por aceitar ser meu orientador e conduzir o meu trabalho de pesquisa.

## **RESUMO**

A presente monografia objetiva abordar o Capitalismo de Vigilância como um fruto do neoliberalismo e seus impactos aos processos democráticos. Para tanto, foi analisado como este sistema econômico realiza a coleta massiva de dados de indivíduos por meio das plataformas digitais e colabora para a manipulação social. Além disso, foram observados quais os principais mecanismos utilizados por plataformas para gerar impactos nos processos democráticos a partir da manipulação do pensamento público durante o período eleitoral; bem como a atuação da Lei Geral de Proteção de Dados para restringir o aproveitamento abusivo de informações pessoais por plataformas digitais; e, por fim, discorreu-se sobre os desafios impostos por este sistema e que ainda persistem. A fim de atingir tais objetivos a metodologia utilizada foi uma pesquisa básica, qualitativa e exploratória, a partir de uma revisão bibliográfica.

**Palavras-chave:** Capitalismo de Vigilância. Neoliberalismo. Dados Pessoais. Privacidade. Eleições. Democracia.

## **ABSTRACT**

This monograph aims to address Surveillance Capitalism as a fruit of neoliberalism and its impact on democratic processes. To this end, it was analyzed how this economic system massively collects data from individuals through digital platforms and contributes to social manipulation. In addition, it was looked at the main mechanisms used by platforms to impact democratic processes by manipulating public thinking during the electoral period; as well as the role of the Law of Brazilian Data Protection in restricting the abusive use of personal information by digital platforms; and finally, it was discussed the challenges imposed by this system and which still persist. In order to achieve these objectives, the methodology used was basic, qualitative and exploratory research, based on a literature review.

**Key-words:** Surveillance capitalism. Neoliberalism. Personal data. Privacy. Elections. Democracy.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>7</b>
<b>2 NEOLIBERALISMO E DEMOCRACIA .....</b>	<b>9</b>
2.1 ORIGENS E FUNDAMENTOS DO NEOLIBERALISMO .....	9
2.2 O IMPACTO DO NEOLIBERALISMO NA DEMOCRACIA .....	11
<b>3 CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA: UM RESULTADO DA DINÂMICA NEOLIBERAL .....</b>	<b>12</b>
3.1 BIG DATA E SUAS APLICAÇÕES.....	12
3.2 A CONFIGURAÇÃO DO CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA .....	14
3.3 NEOLIBERALISMO, CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA E DESAFIOS AOS PROCESSOS DEMOCRÁTICOS .....	18
3.3.1 O uso de notícias falsas .....	19
3.3.2 O uso de <i>bots</i> .....	20
3.3.3 As bolhas informacionais.....	22
<b>4 A POLÍTICA NA INTERNET E IMPACTOS NAS ELEIÇÕES .....</b>	<b>24</b>
4.1 MODULAÇÃO COMPORTAMENTAL NAS MÍDIAS DIGITAIS .....	25
4.2 O CASO DE CAMBRIDGE ANALYTICA.....	27
4.3 O CENÁRIO BRASILEIRO .....	29
<b>5 PROTEÇÃO DE DADOS, PRIVACIDADE E ELEIÇÕES .....</b>	<b>30</b>
5.1 IMPACTOS DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS EM ELEIÇÕES .....	30
5.2 OS DESAFIOS QUE SE MANTÊM .....	33
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>37</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>39</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O presente estudo tem como foco principal abordar sobre o Capitalismo de Vigilância e seus impactos em processos democráticos.

No cenário atual, a tecnologia e a política estão intrinsecamente interligadas. O avanço da tecnologia, impulsionado no contexto do neoliberalismo, tornou-se uma força poderosa na vida cotidiana das pessoas e nas instituições democráticas.

No entanto, como fruto da era neoliberal, houve a ascensão do Capitalismo de Vigilância, um fenômeno no qual as plataformas digitais e seus algoritmos coletam e analisam dados em grande escala, sendo capazes de traçar padrões comportamentais dos usuários e de impactar significativamente a democracia. Portanto, a interação complexa entre neoliberalismo, vigilância e democracia exige uma análise aprofundada.

A privacidade, um direito fundamental, se torna um ponto de conflito nesse contexto. O Capitalismo de Vigilância compromete a privacidade dos indivíduos ao coletar e analisar informações pessoais de forma sistemática. Essa coleta de dados é alimentada por plataformas on-line que, frequentemente, têm um papel central na vida política, desde a disseminação de informações eleitorais até a participação política. Essa interação entre vigilância e democracia levanta questões críticas sobre como as informações pessoais dos cidadãos podem ser exploradas para influenciar a tomada de decisões políticas e eleitorais.

A capacidade de direcionar mensagens específicas para segmentos de eleitores, baseada na coleta de dados, pode influenciar as decisões dos eleitores e distorcer a equidade nas eleições, conforme se observará pelos casos apresentados. Como resultado, a integridade dos processos eleitorais é colocada em risco. Essa preocupação é ainda mais relevante em um momento em que as eleições são cada vez mais conduzidas em plataformas digitais e redes sociais, que se tornaram espaços-chave para o envolvimento político.

Em resumo, o tema “Capitalismo de Vigilância: o produto da era neoliberal e seus desafios para os processos democráticos” destaca a interseção complexa entre

o neoliberalismo, a tecnologia e a política, com implicações significativas para a democracia. A coleta de dados em larga escala e a vigilância digital geram preocupações sobre a privacidade, manipulação eleitoral e a necessidade de marcos regulatórios eficazes.

Este trabalho justifica-se por suas relevâncias substanciais tanto no contexto social quanto no acadêmico, destacando sua importância para a sociedade e o avanço do conhecimento no campo do direito.

Em termos de relevância social, o estudo visa à conscientização pública sobre os desafios que a vigilância em massa impõe à democracia. Assim, esta pesquisa pode contribuir para a proteção dos processos democráticos, à medida que expõe a interação entre a vigilância e a integridade das eleições, ajudando a população a discernir as ameaças e a promover uma participação política informada.

Além disso, do ponto de vista acadêmico, esta pesquisa é altamente relevante, uma vez que aborda questões emergentes e complexas. Essa abordagem é crucial, uma vez que, como destacado por Zuboff (2021), o Capitalismo de Vigilância é um fenômeno multifacetado que desafia as estruturas tradicionais de regulação e compreensão. Assim, este estudo contribui para a expansão do conhecimento, estimulando a pesquisa futura na área.

Nesse sentido, o objetivo do trabalho é analisar os desafios impostos pelo Capitalismo de Vigilância aos processos democráticos. De forma mais específica, buscou-se analisar como este sistema contribui para a coleta de dados e manipulação de eleitores; quais os principais mecanismos que influenciam nos processos democráticos e como eles impactam a percepção pública durante o período eleitoral; como a Lei Geral de Proteção de Dados tem contribuído para limitar a exploração de informações pessoais; e quais os desafios que ainda persistem.

A metodologia utilizada compreendeu uma pesquisa básica, de abordagem qualitativa e de caráter exploratório, a partir de uma revisão bibliográfica, apresentando uma visão geral sobre o Capitalismo de Vigilância e seus impactos aos processos democráticos.

## 2 NEOLIBERALISMO E DEMOCRACIA

Para melhor contextualização dos temas discutidos no presente trabalho, faz-se necessária uma breve análise do contexto socioeconômico neoliberal em que estão inseridas as sociedades ocidentais modernas e que contribuiu para o surgimento do Capitalismo de Vigilância.

### 2.1 ORIGENS E FUNDAMENTOS DO NEOLIBERALISMO

O termo “neoliberalismo” foi cunhado em 1938 durante o Colóquio Walter Lippman, realizado em Paris. As ideias e argumentos neoliberais já existiam antes daquele ano, contudo, foi naquele momento que o neoliberalismo consolidou-se como um movimento intelectual, que almejava revisar o liberalismo existente até o momento e modificá-lo para abarcar as novas demandas da época (Reinhoudt; Audier, 2017).

Contudo, o neoliberalismo sempre foi e segue sendo um conceito impreciso e controverso, tendo sido utilizado em variados contextos ao longo da história. Entre as décadas de 1930 e 1950, o termo foi empregado para estabelecer uma distinção com o liberalismo *laissez-faire* do século XIX; já nos anos 1970 passou a ser utilizado por Michel Foucault, bem como pelos economistas franceses que popularizaram as ideias de Friedrich Von Hayek e Milton Friedman, além de ter sido vinculado à ditadura de Pinochet no Chile. Entre 1980 e 1990 o conceito passou a ser ainda mais utilizado graças às eleições de Ronald Reagan e Margaret Thatcher, cujos programas políticos foram fortemente associados ao neoliberalismo, bem como em decorrência do Consenso de Washington em voga no Fundo Monetário Internacional e no Banco Mundial; e, em 2008, também foi amplamente aplicado com a crise financeira mundial, para citar alguns exemplos (Reinhoudt; Audier, 2017).

Dessa forma, é perceptível que, como explicitado por Wendy Brown, “o neoliberalismo não tem uma definição estabelecida” (2019, p. 28), sendo usado para

descrever diferentes momentos históricos e frequentemente é aplicado pelos autores com um tom crítico<sup>1</sup>. Todavia, mesmo com a dificuldade de conceituação, o termo costuma ser utilizado para designar um modelo que visa à redução da atuação do Estado na economia e na sociedade como um todo e, mais do que isso, objetiva uma conduta estatal em benefício do mercado (Marques, 2021). Nesse sentido, Naomi Klein define bem o conjunto de práticas e políticas aplicadas pelo neoliberalismo no contexto do sistema capitalista<sup>2</sup>:

As principais ferramentas desse projeto são bastante familiares: privatização da esfera pública, desregulamentação da esfera corporativa e impostos mais baixos em decorrência dos cortes de serviços públicos, tudo isso assegurado por acordos comerciais que beneficiem as empresas. A receita é a mesma em todos os lugares, não importam o contexto, a história ou as esperanças e sonhos das pessoas que vivam lá (2017, p. 78).

Como se pode observar, o neoliberalismo não se limita a ser apenas uma teoria econômica, atuando também como um direcionamento político e um modo de vida (Mirowski, 2016), sendo responsável por moldar a existência dos indivíduos fazendo-os adquirir determinados comportamentos em relação a terceiros e a si mesmos (Dardot e Laval, 2014)<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Nesse sentido, Taylor C. Boas e Jordan Gans-Morse definiram que o termo “neoliberalismo” se tornou “um monte de lixo conceitual capaz de acomodar múltiplos fenômenos desagradáveis sem muita discussão sobre o real pertencimento de cada elemento” (2009, p. 156, tradução livre). Conforme sintetizado por Amaro Fleck, “Nesta análise, eles argumentam que isto ocorre basicamente por três motivos: 1) o termo raramente é definido; 2) ele é utilizado de forma assimétrica: muito em sentido crítico pela literatura que tende à esquerda, raramente utilizado de modo neutro e quase nunca utilizado pela literatura que tende à direita; e, por fim, 3) ele serve para caracterizar uma variedade excessivamente ampla de fenômenos” (2022, p. 251).

<sup>2</sup> De modo semelhante, Monbit (2016) afirma que “o Neoliberalismo vê a competição como a característica que define as relações humanas. (...) Ele sustenta que ‘o mercado’ oferece benefícios que nunca poderiam ser alcançados pelo planejamento. Tentativas de limitar competição são tratadas como inimigas da liberdade. Impostos e a regulação deveriam ser minimizados, os serviços públicos deveriam ser privatizados. A organização do trabalho e barganhas coletivas por parte de sindicatos são apresentadas como distorções do mercado que impedem a formação de uma hierarquia natural de vencedores e perdedores. A desigualdade é reformulada como uma virtude: uma recompensa pela utilidade e uma fonte de riqueza, que acabaria por enriquecer a todos. Esforços para criar uma sociedade mais igualitária são contraproducentes e moralmente corrosivos. O mercado assegura que todos recebam aquilo que merecem” (tradução livre).

<sup>3</sup> Essa é a corrente foucaultiana, que coloca o neoliberalismo como uma nova racionalidade política, de forma que suas implicações vão além da economia e do capital, fazendo com que os preceitos do mercado sejam os mesmos que os de governo e de toda sociedade (Brown, 2019). O que objetivava Foucault era determinar “como se estabeleceu o domínio da prática do governo, seus diferentes objetos, suas regras gerais, seus objetivos de conjunto a fim de governar da melhor maneira possível” (2008, p. 4), e por “governar”, Foucault entende como formas de “guiar os homens, de dirigir sua conduta, de forçar suas ações e reações, etc.” (2008, p. 3). Ou seja, para esta abordagem, o neoliberalismo vai além da política econômica ou da instituição de governo, é também uma forma de orientar as condutas humanas.

Assim, o neoliberalismo é encontrado em diferentes esferas da sociedade<sup>4</sup>, estendendo-se para além dos limites da ordem econômica e do mercado, atingindo o próprio Estado, suas políticas e instituições e até a própria democracia.

## 2.2 O IMPACTO DO NEOLIBERALISMO NA DEMOCRACIA

O neoliberalismo apresenta um risco para a democracia, pois faz com que tudo siga a racionalidade de mercado, de modo que toda a vida social, cultural e política se torna contaminada, uma vez que a legitimidade do Estado passa a estar relacionada com a sua capacidade de fomentar a lógica econômica<sup>5</sup>. Como explica Daniel Andrade,

(...) o Estado, responsável por construir o mercado, ao mesmo tempo se constrói segundo as normas de mercado. Não se trata, portanto, de Estado mínimo, como afirma o discurso ideológico, mas de um Estado empreendedor, que pode se expandir e mesmo se tornar mais dispendioso (2019, p. 220).

Essa sistemática conduz a uma depreciação dos problemas comuns, de forma que o cidadão é concebido como um ator de mercado, enquanto o Estado torna-se desobrigado de garantir direitos e o bem-estar social.

De acordo com Mirowski (2014), enquanto o liberalismo objetivava preservar a sociedade das consequências indesejáveis das operações de mercado, o neoliberalismo, por sua vez, atua de modo a destruir os aspectos da sociedade que possam apresentar alguma resistência à lógica mercadológica. Seguindo esse mesmo raciocínio, Brown afirma que “é sintomático que são precisamente a existência da sociedade e a ideia do social (...) o que o neoliberalismo se propôs a destruir conceitual, normativa e praticamente” (2019, p. 38).

---

<sup>4</sup> Dordot e Laval definem o neoliberalismo como “um sistema normativo que ampliou sua influência ao mundo inteiro, estendendo a lógica do capital a todas as relações sociais e a todas as esferas da vida” (2016, p. 7).

<sup>5</sup> Fernando Vianna afirma que “o neoliberalismo acaba se tornando uma importante ferramenta limitadora do intervencionismo do Estado e do crescimento da administração pública, de seus investimentos sociais e programas assistenciais, para garantir a regulação pela engrenagem do preço” (2021, p.126).

Inclusive, a esfera social acaba sendo colocada como opositora à liberdade, de maneira a justificar o exercício da liberdade sem qualquer atenção à situação social (Marques, 2021). Contudo, com ensina Brown,

A liberdade sem a sociedade destrói o léxico pelo qual a liberdade torna-se democrática, combinada com a consciência social e aninhada na igualdade política. Liberdade sem sociedade é puro instrumento de poder, despida de preocupações com os outros, o mundo ou o futuro. (2019, p. 57-58).

Portanto, o que se tem é uma depreciação das estruturas e princípios democráticos, fomentando uma cultura antidemocrática, tanto na sociedade quanto no próprio Estado.

Este cenário de ameaça à democracia tem sido ainda mais agravado com o desenvolvimento tecnológico, haja vista o potencial de vigilância que as grandes empresas de tecnologia possuem e suas capacidades de monitorar e influenciar os comportamentos de seus usuários.

### **3 CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA: UM RESULTADO DA DINÂMICA NEOLIBERAL**

Como visto, a ordem neoliberal foi concebida com o objetivo de se tornar a única concepção viável em uma sociedade, de modo a adaptá-la aos seus imperativos (Bricalli, 2022). Neste contexto, as empresas de tecnologia prosperaram de maneira independente do controle estatal, dando origem ao Capitalismo de Vigilância.

Entretanto, antes de adentrar na conceituação do Capitalismo de Vigilância, é fundamental discorrer brevemente sobre o *Big Data*, que simultaneamente constitui a condição e a expressão desse novo modelo capitalista.

#### **3.1 BIG DATA E SUAS APLICAÇÕES**

O uso massivo da tecnologia implicou em uma produção de dados jamais vista, os quais formam o *Big Data*. Esse termo tem sido utilizado para designar a abordagem empregada para analisar rapidamente dados estruturados e não estruturados

provenientes de diversas fontes, com o intuito de condensá-los em arquivos que revelam as preferências predominantes da população ou de um indivíduo específico (Barbosa; Silva; Oliveira, 2019).

Conforme mencionado por Erenberg (2003), as empresas utilizam diversas abordagens para obter informações sobre os consumidores on-line, incluindo o emprego de programas de monitoramento, o preenchimento de vários formulários, o registro das atividades dos usuários e a prática de mineração de dados. Além disso, há diversas ferramentas que são utilizadas para extrair informações dos usuários, tais como *cookies*, *bots* e algoritmos.

Os *cookies*, pequenos arquivos criados por sites visitados e armazenados nos computadores dos usuários, desempenham um papel crucial na coleta de dados, permitindo a identificação do visitante, personalização de páginas conforme o perfil e facilitação do transporte de dados entre as páginas de um site. No entanto, sua associação frequente a violações de privacidade na web é uma preocupação comum (Alves, 2018).

Já os *bots* (expressão derivada da palavra “*robot*”, ou seja, “robô”, em inglês), são programas desenvolvidos que automatizam reações e comportamentos, podendo interagir com humanos com base nas instruções dadas por seus programadores (Sorj, et. al, 2018) e têm sido amplamente utilizados para manipulação de processos de escolha de representantes políticos.

O algoritmo, por sua vez, desempenha a função de manter as pessoas conectadas. Conforme explicitado por Tristan Harris, ex-designer do Google, são três os principais objetivos dos algoritmos criados pelas empresas de tecnologia:

O de engajamento, para aumentar o seu uso, e te manter navegando. O de crescimento, para que você sempre convide amigos e os faça convidar outros amigos. E o objetivo de publicidade, para garantir que, enquanto tudo acontece, estamos lucrando o máximo possível com anúncios (Netflix, 2020).

Elias Jacob Menezes Neto afirma que “(...) fora dos limites humanos, o *big data* trabalha com conjuntos tão grandes de dados que permitem a identificação de correlações que, para um ser humano, parecem desconexas” (2016, p. 137). A fim de sintetizar o que seria o *Big Data*, Cesar Taurion aponta que esse seria a combi-

nação de cinco elementos: “*Big Data* = volume + variedade + velocidade + veracidade, tudo agregando + valor” (2013, p. 31).

O “volume” refere-se à imensa quantidade de dados criados e processados; a “velocidade” está relacionada com o tempo que a ferramenta leva para tornar executável o processo de gerar, armazenar e processar os dados; já a “variedade” diz respeito à diversidade dos dados manipulados; e, por fim, o “valor” é a característica mais crucial no interesse das empresas em adotar essa ferramenta, pois não basta ter acesso a uma quantidade enorme de dados se esses não resultarem em benefícios financeiros para os usuários do *Big Data* (Doró, 2018).

Para Zuboff (2015), o *Big Data* está relacionado à forma como o capitalismo da informação transforma o comportamento humano em valor de mercado, priorizando a quantidade de dados coletados em vez das particularidades individuais. Isso resulta na formação de extensos bancos de dados com base nas informações produzidas virtualmente pelos indivíduos.

Portanto, o *Big Data* possui grande capacidade de identificar padrões e fazer previsões, que possuem potencial de alterar mercados, organizações e até mesmo a dinâmica entre os cidadãos e o governo (Mayer-Schönberger; Cukier, 2014).

### 3.2 A CONFIGURAÇÃO DO CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA

O Capitalismo de Vigilância é um conceito desenvolvido por Shoshana Zuboff (2021) para designar a nova lógica capitalista possível no contexto digital e neoliberal. Esse sistema baseia-se na capacidade das empresas de tecnologia de extrair, acumular e refinar dados de seus usuários, tornando-se capazes de prever e moldar comportamentos. Assim, o Capitalismo de Vigilância está intimamente vinculado ao *Big Data* (O’Neil, 2016)<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Nesse sentido, “A partir do uso do Big Data, o processo de análise de dados foi acelerado, o que, além de aumentar a quantidade de dados analisados, garante um melhor resultado, uma vez que a análise ocorre de forma imediata, presumindo o que será realizado após determinada sequência de atos, ou seja, passou a prever, com baixíssimas chances de erro, o cidadão potencial consumidor, individualizando o produto a ser apresentado a ele” (Barbosa; Silva; Oliveira, 2019, p.72).

Essa “nova ordem econômica que reivindica a experiência humana como matéria-prima gratuita para práticas comerciais dissimuladas de extração, previsão e vendas” (Zuboff, 2021, p. 9) transforma os dados comportamentais em produtos de potencial altamente lucrativo.

Segundo Zuboff (2021), o precursor desta prática teria sido o Google. De acordo com a autora, quando a plataforma foi criada, o uso dos dados gerados pelos usuários limitava-se ao aprimoramento da ferramenta de busca. Inclusive, seus fundadores eram contrários ao emprego de anúncios.

Contudo, a empresa percebeu que uma forma de aumentar sua renda seria capitalizar dos dados dos usuários, portanto, passou a processá-los e categorizá-los, de modo a prever os gostos das pessoas e destinar os melhores anúncios e produtos:

Se era para haver propaganda, então ela deveria ser “relevante” para os usuários. Anúncios não estariam mais ligados a palavras-chave numa pesquisa, e sim um anúncio específico seria “direcionado” a um indivíduo específico. Garantir esse Santo Graal da propaganda asseguraria relevância aos usuários e valor aos anunciantes. (Zuboff, 2021, p. 98).

Assim, as plataformas deixaram de ser apenas observadoras das preferências dos usuários, ao contrário, passaram a antecipar o que eles desejam antes mesmo de o interesse se manifestar (Brito, 2021).

Zuboff (2021) explica que o ponto central deste novo sistema capitalista é o que ela denomina de “superávit comportamental”. Enquanto parte dos dados produzidos pelos usuários é destinada à melhoria de produtos e serviços dentro das plataformas, o restante é considerado um excedente, que é usado para alimentar processos que são capazes de antecipar as ações de um indivíduo em diferentes momentos.

No entanto, para além da previsão, a autora afirma que os capitalistas de vigilância também se tornaram capazes de moldar o comportamento de seus usuários, direcionando-os para a obtenção de lucros.

Nessa fase da evolução do capitalismo de vigilância, os meios de produção estão subordinados a “meios de modificação comportamental” cada vez mais complexos e abrangentes. Dessa maneira, o capitalismo de vigilância gera uma nova espécie de poder que chamo de instrumentarismo. O poder instrumental conhece e molda o comportamento humano em prol das finalidades de terceiros (Zuboff, 2021, p.23).

Essas ações se materializam em sutis influências<sup>7</sup>, como a colocação estratégica de um botão "comprar" na página ou a exibição de anúncios no momento mais apropriado no *feed* de notícias, induzindo ao consumo impulsivo (Brito, 2021).

Outro aspecto relevante da obra de Zuboff (2021) é a contraposição que ela apresenta à argumentação amplamente difundida de que o produto das empresas do Capitalismo de Vigilância seria o usuário, já que o serviço é gratuito. Na realidade, segundo a autora, os usuários são os portadores da matéria-prima, ou seja, os dados, enquanto os verdadeiros clientes dessas empresas são aqueles que possuem interesse em anunciar seus produtos fazendo uso dos dados (Brito, 2021).

A economia de vigilância baseia-se em um princípio de subordinação e hierarquia. A velha reciprocidade entre as empresas e os usuários desaparece por trás do projeto de extrair excedentes de nosso comportamento para fins concebidos por outros – vender publicidade. Nós não somos mais os sujeitos da realização do valor. Também não somos, como alguns já afirmaram, o “produto” vendido pelo Google. Somos os objetos cuja matéria é extraída, expropriada e em seguida injetada nas usinas de inteligência artificial do Google, as quais fabricam os produtos preditivos que são vendidos a clientes reais – as empresas que pagam para jogar nos novos mercados comportamentais. (Zuboff, 2019).

Desse modo, o Capitalismo de Vigilância, diferentemente do sistema capitalista industrial, opera de modo que os indivíduos deixam de ser apenas consumidores, transformando-se também em fonte de informação para a criação de produtos personalizados, resultando na inaplicabilidade da lógica de troca mútua (Meireles, 2021).

Os produtos e serviços do capitalismo de vigilância não são objeto de uma bolsa de valores. Não estabelecem reciprocidades construtivas produtor-consumidor. Em vez disso, são “ganchos” que seduzem usuários para suas operações extractivas nas quais nossas experiências pessoais são sucateadas e empacotadas como meios para fins de outros (Zuboff, 2021, p. 25).

Além disso, como há a necessidade de que os dados sejam variados para que se atendam os mais diversos tipos de anunciantes, a extração de dados deve ser ubíqua, para abranger todos os aspectos do dia a dia dos usuários (Brito, 2021).

---

<sup>7</sup> Quanto às operações adotadas para moldar o comportamento dos indivíduos, Zuboff exemplifica: “De fato, tem sido difícil escapar desse audaz projeto de mercado: seus tentáculos se estendem arrebanhando inocentes jogadores de Pokémon Go para comer, beber e comprar em restaurantes, bares, lanchonetes e lojas que pagam para jogar nos seus mercados futuros comportamentais; e chegam até a expropriação cruel do superávit gerado a partir de perfis no Facebook com o propósito de moldar o comportamento individual, seja para que se compre um creme para espinhas às 17h45 de uma sexta-feira, seja para que se clique numa oferta de novos tênis de corrida à medida que seu cérebro é dominado pela endorfina após a sua longa corrida matinal de domingo, seja, ainda, para que se vote na eleição da semana seguinte” (2021, p. 23).

Para tanto, as empresas de tecnologia exploram extensivamente e sem restrições o conhecimento que possuem sobre os usuários, enquanto as pessoas permanecem alheias à maneira como suas informações pessoais são manipuladas, e como esses dados financiam o entendimento que as empresas têm sobre elas. Nessa conjuntura, O Estado neoliberal não interfere; ao contrário, é parceiro do setor privado na implementação da infraestrutura tecnológica (Meireles, 2021).

Os “termos de uso” e as “políticas de privacidade” das plataformas impõem condições de “pegar ou largar”, como explica Zuboff (2021). Esses contratos on-line são chamados de *click-wrap* (clicar-embrulhar, em inglês), pois muitas pessoas acabam se envolvendo nesses termos de contrato opressivos e simplesmente clicam na caixa que diz “eu concordo” sem ler o acordo ou quando lêem, acabam por não entender bem o que será feito com as suas informações dada a tamanha complexidade desses textos.

Para fins exemplificativos, os termos de privacidade do Whatsapp, disponíveis no site da plataforma e que também são seguidos pelo Facebook e Instagram por serem plataformas da mesma empresa (Meta), indicam que a plataforma coleta uma variedade de informações, incluindo dados da conta, mensagens, contatos, dados de status, dados de transações e pagamentos. Além disso, são coletados automaticamente dados de uso, registro, conexões e dispositivos, localização e *cookies*. A justificativa da plataforma para essa coleta é a necessidade de operar, fornecer, melhorar, entender, personalizar e comercializar seus serviços, sendo inclusive compartilhadas informações dos usuários para esses fins enquanto utilizam os serviços da plataforma (Whatsapp, 2021).

Esse método de coleta de dados possibilita que plataformas construam extensos bancos de dados com informações privilegiadas sobre as pessoas. Empresas de marketing e publicidade têm explorado esse mercado de forma crescente devido à eficácia de obter informações em larga escala com menor esforço (Abreu, 2023). No entanto, o problema reside na maneira como essas empresas utilizam e armazenam essas informações pessoais em bancos de dados, resultando em potenciais abusos de privacidade (Atheniense, 2010).

Conforme elucida Zuboff (2021), o Capitalismo de Vigilância representa uma força prejudicial, guiada por novas exigências econômicas que negligenciam normas

sociais e anulam direitos fundamentais ligados à autonomia individual, sendo estes essenciais para a própria viabilidade de uma sociedade democrática, como será melhor apresentado adiante. Os princípios democráticos são deixados de lado para favorecer empresas de tecnologia e o sistema financeiro, o qual direciona seus investimentos para esse setor (Loureiro, 2019).

Em resumo, as empresas de tecnologia possuem os recursos, enquanto o governo é ineficiente

em implementar formas de intervenção ou regulação na indústria, o que contribui para o avanço e fortalecimento do neoliberalismo (Meireles, 2021). As pesquisas de Polanyi (2000) sintetizam bem que as atividades de um mercado auto-regulado são altamente prejudiciais quando são permitidas operar sem leis e políticas que as restrinjam.

Assim, “os capitalistas de vigilância exploraram um atraso na evolução social à medida que o rápido desenvolvimento de suas habilidades para vigiar com fins lucrativos supera a compreensão pública e o eventual desenvolvimento da lei” (Zuboff, 2015, p. 83).

### 3.3 NEOLIBERALISMO, CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA E DESAFIOS AOS PROCESSOS DEMOCRÁTICOS

Conforme apresentado anteriormente, o neoliberalismo assume alguns aspectos que acentuam a distância das formas democráticas de governo, contribuindo para o fenômeno da “decadência democrática” (Daly, 2019).

Por sua vez, o Capitalismo de Vigilância quebra a ligação, já fragilizada pelo neoliberalismo, entre o capital e os indivíduos. Isso se dá, pois, no novo sistema, as relações de reciprocidade entre as empresas de tecnologia e pessoas são rompidas, haja vista que essas são limitadas a meros objetos do processo de extração de dados (Marques, 2021), deixando de haver, portanto, a relação característica de troca

entre produtor e consumidor ou entre empresa e empregado que sustentava o capitalismo industrial<sup>8</sup>.

O processo de crescimento e fortalecimento da democracia, principalmente no contexto do capitalismo industrial do século XIX, deu-se com base nessas trocas recíprocas entre as empresas e indivíduos, uma vez que esses desempenhavam um papel fundamental na organização e produção do capitalismo, sendo de grande importância para o sistema econômico vigente à época (Zuboff, 2021). Contudo, conforme aponta Marques,

O fim ou o consistente enfraquecimento desta relação significa que o capitalismo de vigilância não possui qualquer incentivo que o vincule à democracia ou às suas instituições. Ao contrário, esta é somente um entrave para que estas empresas tecnológicas obtenham o total controle social almejado e possam desenvolver de forma livre e inquestionável as suas atividades, de modo que a aproximação entre este novo modelo econômico e formas de governo não democráticas é ainda mais significativa (2021, p. 129).

Dentro desse cenário, alguns mecanismos se destacam quanto à capacidade de impactar nos processos democráticos, na percepção pública na própria democracia, os quais serão apresentados a seguir.

### **3.3.1 O uso de notícias falsas**

Somado ao exposto, há o fato de que as empresas de tecnologia não possuem qualquer comprometimento com a qualidade das informações que os usuários possuem acesso. Como delineado por Shoshana Zuboff (2021), essas plataformas são desenvolvidas com bases na “indiferença radical” (2021, p. 447) em relação ao conteúdo publicado. Inclusive, a neutralidade é tanta que o controle de conteúdo passa a ser visto como censura (Meyer; Polido, 2021).

Esse cenário é uma consequência direta da estratégia empresarial desenvolvida pelas grandes empresas do Capitalismo de Vigilância, que são voltadas apenas

---

<sup>8</sup> Fusaro e Vieira sintetizam a nova dinâmica desenvolvida: “Antes, a estratégia do mercado se pautava em moldar e alcançar os sujeitos enquanto potenciais consumidores, afirmava-se uma moda, a fim de convencer o maior número de pessoas a comprá-la. Agora, a estratégia se volta a identificar e modular os grupos pelos seus desejos, capturando todos eles. O que vale no mercado atual não é mais tratar as pessoas como indivíduos, mas como amostragens, *personas* e perfis compostos por seus hábitos, interesses, procura, relacionamentos, ideologias e paixões” (2020, p. 13).

para o volume e a variedade do excedente comportamental produzido. Conforme discorre Morozov (2018), o modelo de negócios das grandes empresas de tecnologia não se preocupa com a veracidade das mensagens, mas sim com sua capacidade de se tornarem virais, gerando altos números de cliques e curtidas. A análise dessas interações, transformada em perfis sintéticos de personalidade, é o que impulsiona os lucros dessas empresas.

Em 2016, um estudo da Universidade de Warwick constatou que uma mentira se espalha mais rapidamente do que uma verdade, e leva em média doze horas para que um falso rumor seja desmentido on-line. Isso é atribuído à tendência das pessoas em compartilhar informações instantaneamente, muitas vezes sem realizar verificações ou reflexões adequadas sobre o conteúdo (Silverman, 2016), o que é utilizado para influenciar os cidadãos e promover pensamentos prejudiciais à democracia (Jardelino; Cavalcanti; Toniolo, 2020).

A atual economia digital, fomentada pelo Capitalismo de Vigilância, favorece os conteúdos mais populares e seguidos, acabando por contribuir para a divulgação de notícias ambíguas, falsas e sensacionalistas (Santos, 2017).

### **3.3.2 O uso de bots**

Com já antecipado, os *bots* têm sido amplamente utilizados em processos eleitorais. Esses robôs são planejados com o intuito de gerar conteúdos e estabelecer conexões com pessoas: “Os robôs sociais se distinguem de outros, como robôs autodeclarados ou de *spams*, pela capacidade de conseguir imitar o comportamento de um usuário real e se passar por seres humanos a partir do uso de inteligência artificial” (Dourado, 2020, p. 87), assim, possuem grande poder de influência em debates nas mídias sociais.

De acordo estudo feito na Universidade do Sul da Califórnia, antes das eleições presidenciais americanas de 2016, foi identificado aproximadamente 400.000 (quatrocentos mil) *bots* ativos no Twitter, gerando *tweets* e *retweets*. Segundo a pesquisa, cerca de 75% dos *bots* favoreciam o então candidato Donald Trump, con-

tudo, o fato de que esses robôs estão se tornando cada vez mais sofisticados, dificulta a identificação de sua origem (Bessi; Ferrara, 2016).

Os pesquisadores destacaram que a produção sistemática de conteúdo positivo quanto a determinado candidato por parte dos *bots* pode influenciar a percepção dos eleitores, pois, ao copiarem o comportamento humano, os robôs dão a impressão de um apoio natural ao candidato quando, na verdade, é artificialmente gerado (Bessi; Ferrara, 2016).

Ademais, tais robôs também são ferramentas de disseminação em larga escala de notícias falsas, o que ajuda a influenciar e manipular as discussões políticas (FGV, 2017).

No cenário brasileiro, os *bots* receberam destaque nas eleições presidenciais de 2018. Segundo reportagem publicada pela Folha de São Paulo (2018), empresas privadas apoiadoras do então candidato Jair Bolsonaro estavam fazendo uso de *bots* para disparo em massa de mensagens pelo Whatsapp em favor do candidato e de notícias falsas contra os oponentes. De acordo com a matéria, as empresas contratadas para realizarem os disparos faziam uso da base de usuários do próprio candidato, bem como de bases vendidas por agências digitais<sup>9</sup>.

Todavia, esse cenário de uso de *bots* nas redes sociais implica na dificuldade de se controlar a trajetória, o conteúdo e a intensidade das mensagens disseminadas. De acordo com Abranches (2019), o uso de *bots* e perfis falsos tem avançado de forma descentralizada e independente.

Assim, conforme sintetizado por Andreia Santos, são três os desafios apresentados pelos *bots* para a democracia:

(...) os *bots* apresentam três desafios para o uso democrático das redes sociais: primeiro, o poder de influência pode ser redistribuído para diversos perfis/contas que atuam com fins maliciosos; segundo, o debate político pode se tornar mais polarizado; por último, facilidade na propagação de notícias falsas (2017, p. 20).

---

<sup>9</sup> Cabe ressaltar que a compra de serviços de disparo de mensagens por empresas privadas com o objetivo de favorecer determinado candidato é configurada como doação de campanha, o que é vedado pela legislação eleitoral (art. 20, da Lei nº 13.165/2015). Ademais, a Resolução nº 23.671/2021 estabelece que é permitido o envio de mensagens para eleitores que voluntariamente se cadastram para recebê-las, respeitados os termos da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), contudo, veda o disparo em massa de conteúdo eleitoral sem o consentimento prévio do destinatários (art. 28, IV, “b” da Resolução nº 23.671/2021).

### 3.3.3 As bolhas informacionais

Em adição a esses aspectos, há o fato de que, no ambiente on-line, são formadas as chamadas “bolhas informacionais”, as quais representam um viés criado pelos algoritmos com base nos padrões de comportamento das pessoas na internet, fazendo com que essas sejam expostas a informações e opiniões que corroboram suas crenças preexistentes<sup>10</sup>.

As bolhas informacionais são amplamente utilizadas para individualizar o serviço oferecido ao usuário, de modo a reconhecer seus comportamentos e preferências, oferecendo-o a melhor experiência possível (Santos, 2017). Exemplo dessa dinâmica é a reprodução automática (*autoplay*) adotada por plataformas como Netflix e Youtube.

No Netflix, episódios de séries são automaticamente reproduzidos e, além disso, o algoritmo da plataforma é capaz de identificar os padrões de conteúdos assistidos pelos assinantes e de sugerir conteúdos semelhantes, fazendo com que o usuário se sinta “bem atendido” pela companhia (Santos, 2017).

Já o Youtube, por sua vez, cria lista de vídeos vinculados ao primeiro que foi assistido, que podem atrair a atenção do espectador. Contudo, o algoritmo do Youtube, protegido por propriedade intelectual, mantém em segredo os fatores específicos considerados na seleção de vídeos. No entanto, a tecnosocióloga Zeynep Tufekci sugere que o algoritmo parece favorecer conteúdos “extremos”<sup>11</sup> para manter os espectadores na plataforma, possibilitando que o Google exiba anúncios enquanto exploram tais conteúdos (Tufekci, 2017).

<sup>10</sup> 23.671/2021 estabelece que é permitido o envio de mensagens para eleitores que voluntariamente se cadastrem para recebê-las, respeitados os termos da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), contudo, veda o disparo em massa de conteúdo eleitoral sem o consentimento prévio do destinatários (art. 28, IV, “b” da Resolução nº 23.671/2021).

<sup>11</sup> Parisier afirma que “um ambiente de informação baseado em indicadores de clique favorecerá o conteúdo que corrobora nossas noções existentes sobre o mundo, em detrimento das informações que as questionam” (2012, p. 62)

<sup>11</sup> De acordo com um estudo feito pela Wharton School, “matérias que despertam sentimentos fortes [...] eram compartilhadas com muito mais frequência” e constroem um “mundo emotivo” (Parisier, 2012). Tal fato pode justificar a tendência do Youtube de apresentar conteúdos extremos aos seus usuários para mantê-los conectados.

O objetivo das empresas de tecnologia é manter os usuários conectados pelo maior tempo possível, pois desse modo estarão produzindo uma grande quantidade de dados além de aumentar as chances de que comprem algum produto que tenha sido anunciado na plataforma (Marques, 2021). Assim, “a partir do momento em que o padrão do usuário é reconhecido, somente terá ‘contato’ com aquilo que o algoritmo filtrou como se seu interesse” (Santos, 2017, p. 14-15).

No Facebook, por exemplo, as publicações que são apresentadas no *feed* são filtradas com base em:

- (i) afinidade com o autor da publicação, demonstrada por meio da interação on-line com seu perfil; (ii) peso relativo de cada tipo de conteúdo, que poderia por si só “inferida de acordo com os interesses do usuário que o Facebook consegue identificar com base em suas postagens, curtidas em páginas e atividades na rede”; (iii) tempo, que dá prioridade para itens mais recentes (Barcelos, 2019, p. 98).

Contudo, esse cenário enseja na possibilidade de que os algoritmos personalizados excluam notícias relevantes, uma vez que em um ambiente personalizado, questões importantes, porém complexas ou desagradáveis, têm menos probabilidade de capturar nossa atenção (Parisier, 2012).

Cass Sunstein (2017) explica que é crucial que as pessoas tenham opções e liberdade de escolher entre elas, e que possam expandir seus horizontes para que descubram o que é verdadeiro, mas, para tanto, é necessário que estejam expostas a circunstâncias que permitam a livre formação de preferências e valores. Dessa maneira, as bolhas informacionais podem ter implicações adversas na liberdade de escolha dos cidadãos, haja vista que o acesso a uma parcela restrita de informações, bem como a supressão de dados que contrariem as opiniões preestabelecidas do usuário, acaba influenciando a escolha dos indivíduos (Marques, 2021).

O desafio reside, portanto, no fato que, ao entender os incentivos aos quais as pessoas respondem, as plataformas possuem a capacidade de manipular os indivíduos de forma individualizada, sem o seu conhecimento. Atualmente, existem algoritmos que realizam análises de sentimento em textos publicados, o que é especialmente proveitoso no âmbito político (Parisier, 2012).

O Capitalismo de Vigilância, em sua plenitude, impacta significativamente no poder de agência individual, terceirizando o processo de tomada de decisões, de

modo a condicionar a realidade às opções que são oferecidas por esse sistema (Brito, 2021).

Entretanto, como leciona Pariser (2012), a democracia implica em considerar um fato do ponto de vista do outro, assim, quando o consumo de informações e o debate público são influenciados, as bolhas não se conectam e não compartilham informações<sup>12</sup>. Portanto, as conformações do Capitalismo de Vigilância contribuem para a diminuição do nível das informações disponíveis aos usuários, promovendo a polarização social e dificultando o debate público, o que compromete a qualidade democrática e fomenta o retrocesso (Marques, 2021).

#### **4 A POLÍTICA NA INTERNET E IMPACTOS NAS ELEIÇÕES**

Como já exposto anteriormente, as empresas de tecnologia possuem grande poder de influência comportamental e social, apto a atuar sobre processos de tomada de decisões e de consumo, sendo capazes, portanto, de orientar os cidadãos e gerar impactos ao funcionamento de sistemas políticos (Brito, 2021).

A presença ubíqua do Capitalismo de Vigilância se impõe diretamente a qualquer indivíduo, independente de sua concordância. Nesse sistema, a responsabilidade pelo processo de tomada de decisões é transferida para terceiros, de modo que a realidade é moldada de acordo com as opções oferecidas pelas plataformas, o que impacta na capacidade de autodeterminação do indivíduo (Brito, 2021).

Assim, o fato é que, tal como a economia, a política também se tornou movida a dados, de maneira que se tornou concreta a possibilidade de influência em processos eleitorais (Frazão, 2020).

---

<sup>12</sup> De igual modo, Elias Jacob Menezes Neto afirma: “No entanto, esse ‘filtro’ impede que as pessoas se conectem às outras, inviabilizando a oxigenação de ideias e pluralidade de perspectivas, tão essenciais à formação de uma esfera pública diversa, o que tem efeitos deletérios para a democracia. No mesmo sentido, será visto que a proliferação de espaços privados na Internet – invólucros digitais – destrói o seu potencial democrático, uma vez que toda interação do usuário passa a ser feita em ambientes sofisticadamente desenhados para, cada vez mais, coletar informação e exercer contínua influência sobre os indivíduos. Ainda que, em muitos casos, se queira dar um falso ar de democratização desses espaços, trata-se, na realidade, de um simulacro” (2016, p. 197-198).

#### 4.1 MODULAÇÃO COMPORTAMENTAL NAS MÍDIAS DIGITAIS

De acordo com Manuel Castells (2015), a habilidade de influenciar o pensamento e as emoções humanas é o elemento que define nossas ações, tanto a nível individual quanto coletivo. Desse modo, na sociedade atual, quem possui controle sobre informações e comunicações possui grande poder de formar ideologias e consensos (Chomsky, 2017), portanto, observa-se que as empresas digitais possuem capacidade técnica para influenciar em processos decisórios eleitorais (Santos, 2017).

Para fim exemplificativo pode-se citar o experimento realizado em 2010 pelo Facebook com os seus usuários, no qual 61 milhões de estadunidenses tiveram o botão “i'm voting” (“estou votando”) incluído em suas contas. De acordo com a empresa, esse estudo era destinado a verificar qual a influência que os amigos virtuais possuíam no engajamento político dos usuários (Facebook, 2012).

Ao fim do estudo, foi apurado que a inclusão do botão levou mais de 340 mil estadunidenses a irem votar naquele ano e, dois anos depois, em 2012, quando o experimento foi repetido, o número de comparecimento às urnas aumentou em 270 mil eleitores (Tufecki, 2017).

Tal cenário pode ser justificado pelo o que Iara Vianna (2015) explica quanto ao comportamento político dos eleitores e como este é influenciado por três grandes teorias clássicas: sociológica, psicossociológica e escolha racional

As duas primeiras correntes trabalham com os chamados fatores de longo prazo para explicação do voto, sendo exemplos de algumas de suas variáveis de estudo a classe social, a escolaridade, a religião (no enfoque sociológico) e a identificação partidária e o posicionamento ideológico (no psicológico). A Teoria da Racionalidade, por outro lado, se centra em analisar fatores de curto prazo, como a avaliação do desempenho do governo, sobretudo através de suas políticas econômicas. Em alguns casos, ao se tratar do voto racional, trata-se também da imagem dos candidatos e os temas debatidos durante as campanhas eleitorais (RATTO E MONTERO, 2013). (Vianna, 2015, p. 19)

Assim, a decisão de voto pode ser influenciada por diversos fatores como grupo social em que o indivíduo está inserido, bem como questões ideológicas e de crença. Porém, no contexto de vigilância da era digital, empresas de tecnologia passam a serem detentoras dados suficientes que as tornam capazes de deduzir com

precisão o direcionamento político de seus usuários, bem como modificá-los caso assim desejem (Barcelos, 2019).

Nesse sentido, quanto ao estudo supramencionado feito pelo Facebook, Zittrain (2014) destaca que, devido à grande quantidade e detalhamento dos dados mantidos pelas empresas de tecnologia, é possível que, em casos futuros, os participantes de experimentos desse tipo sejam selecionados de acordo com os interesses dessas empresas ensejando em uma manipulação a favor de determinado partido ou classe.

Portanto, o monitoramento constante fruto do Capitalismo de Vigilância, bem como o processamento de *Big Data*, favoreceram abordagens inovadoras em campanhas políticas, pois ao conhecer os eleitores através das informações disponíveis nas redes, as pesquisas eleitorais tradicionais podem ser substituídas e a criação de estratégicas eleitorais mais direcionadas é favorecida (Barcelos, 2019).

Nesse contexto de campanhas eleitorais feitas por internet, Tufecki constata o fenômeno que ela denomina de “política computacional”, a qual, segundo a autora, refere-se a “aplicação de métodos computacionais a grandes conjuntos de dados derivados de fontes on-line e off-line para realizar divulgação, persuasão e mobilização com o intuito de eleger, apoiar ou opor um candidato, uma política ou uma legislação” (2014, tradução livre).

Segundo a autora, existem seis dinâmicas que atuam conjuntamente e fomentam a política computacional: (i) o *Big Data*, (ii) a possibilidade de criação de modelos de análises de sujeitos específicos, (iii) as técnicas de nebulosas utilizadas para obter as informações dos usuários sem indagá-los de modo direto, (iv) o avanço das ciências comportamentais, (v) o dinamismo e imediatismo de testes de métodos a serem aplicados nas campanhas, e (vi) a restrição de acesso aos métodos utilizados.

Nas campanhas eleitorais, portanto, essas dinâmicas são aplicadas de modo a estabelecer uma modelagem do eleitor, que seria “o ato de inferir novas informações a partir da análise de dados, baseado na criação de um relacionamento computacional entre o dado subjacente e a informação desejada” (Tufecki, 2014, tradução livre). Portanto, é possível estabelecer um modelo das preferências e das carac-

terísticas pessoais de cada eleitor e direcionar conteúdos capazes de persuadir e influenciar as pessoas<sup>13</sup>. Sendo assim, como afirma Frazão:

(...) o fator transformador é a circunstância de que a propaganda política, que antes era feita de forma ampla e indiscriminada, agora é customizada e, consequentemente, passa a ter um poder de penetração muito maior, inclusive no que procura neutralizar a individualidade e a capacidade crítica das pessoas (2022, p. 556).

Em vista disso, o atual sistema capitalista baseado em vigilância e extração de dados, pode comprometer a democracia, principalmente no que tange ao acesso a fatos e aos processos de deliberação e escolha dos indivíduos (Frazão, 2022).

#### 4.2 O CASO DE CAMBRIDGE ANALYTICA

O caso de maior impacto internacional quando se trata de utilização de dados coletados em plataformas digitais para manipulação eleitoral é o da empresa Cambridge Analytica. O documentário “Privacidade Hackeada” (Netflix, 2019) aborda a manipulação de dados pessoais de usuários do Facebook para influenciar eleitores nos EUA e Inglaterra, impactando as eleições de Donald Trump e o referendo do *Brexit*.

A empresa, cujas atividades se encerraram em 2018 em decorrência da perda financeira causada pela repercussão negativa das investigações que sofria, fornecia serviços para empresas e partidos políticos que desejasse alterar o comportamento do público, a partir da análise extensiva de dados combinados com ciência comportamental que identificava a personalidade dos indivíduos e possibilitava que organizações os alcançassem com conteúdo de marketing e anúncios (Stochero, 2020).

De acordo com Christopher Wylie (BBC, 2018), ex-funcionário da empresa, a empresa coletou dados de mais de 50 milhões de usuários do Facebook para estratégias na eleição presidencial dos EUA. Esses dados foram obtidos por meio de um teste de personalidade, aproveitando uma brecha no Facebook para estabelecer

---

<sup>13</sup> Tufekci afirma ainda que caso os mecanismos de busca desejassem, seriam capazes de modificar uma eleição pelo simples fato de alterarem seu ranking de resultados fazendo que um link de campanha vá a sua segunda página de exibição (2014).

padrões de comportamento não apenas dos participantes do teste, mas também de seus amigos. A coleta incluiu informações como orientação sexual, raça, gênero, idade e preferências políticas através de “curtidas”, sendo utilizada como ferramenta política e levantando preocupações sobre interferência no processo democrático (Stochero, 2020).

Fazendo uso do modelo de perfil psicológico denominado OCEAN (de *openness*, *contientiousness*, *extroversion*, *agreableness*, *neuroticism*) a Cambridge Analytica foi capaz de prever a personalidade de cada um dos usuários que fizeram o teste de personalidade e, de forma macro, até mesmo de todos os adultos estadunidenses. Segundo Rais e Castro:

*Openess* mede o quanto aberta a nova experiência a pessoa pode ser; *Contientiousness* avalia a preocupação de uma pessoa com organização e eficiência; *Extraversion* afere o nível de sociabilidade e tendência de ver situações pelo lado positivo; *Agreableness* avalia a cooperação e sensibilidade com questões de outras pessoas; e *Neuroticism* verifica a intensidade emocional com que a pessoa reage ao receber informações (2018, p. 81)

Assim, a Cambridge Analytica se tornou capaz de compreender a personalidade dos consumidores ou eleitores em nível individual, possuindo, portanto, uma ferramenta de marketing em massa capaz de manipular mentes e de alterar os rumos de uma eleição<sup>14</sup> (Abreu, 2023) por meio da micro-segmentação de anúncios e mensagens que têm maior probabilidade de impactar o comportamento desses eleitores (Stochero, 2020).

A chave era identificar aqueles que poderiam ser atraídos a votar no candidato ou desanimados a votar no oponente. Todo voto adicionado ou interrompido (da maneira pretendida) sugere os resultados das eleições. (Privacidade Hackeada, 2019).

Sendo assim, a Cambridge Analytica obteve sucesso ao conseguir angariar votos para os seus clientes, fazendo uso de uma extensa base de informações pessoais. Fato esse que destaca a necessidade de mudanças legislativas para que haja

---

<sup>14</sup> Alexander Nix, ex-chefe executivo da empresa, explicou como a Cambridge Analytica agia no processo eleitoral, com base em três pilares que podem ser resumidos da seguinte forma: “a) teorias de ciências comportamentais são utilizadas para se estabelecer elementos genéricos de personalidades humanas que sejam do interesse do estrategista de campanha para a categorização de eleitores; b) uma infinidade de dados pessoais é analisada pela metodologia de big data dentro de um modelo informático capaz de fazer um enquadramento de pessoas reais em diferentes categorias de personalidade, deduzindo assim as inclinações políticas dos indivíduos; c) as mensagens de propaganda são desenvolvidas de forma segmentada e entregues com um alto grau de aderência a cada eleitor” (Hennemann, 2019, p. 10).

a efetiva proteção dos dados pessoais para evitar episódios como esse que deturparam a participação política e influenciam diretamente no processo democrático.

#### 4.3 O CENÁRIO BRASILEIRO

A Lei 13.488/2017 alterou o art. 57-C da Lei das Eleições para permitir a propaganda eleitoral paga na internet por meio de impulsionamento de conteúdos<sup>15</sup>.

De acordo com o art. 37, XIV da Resolução nº 23.610/2019 do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), entende-se por “impulsionamento de conteúdo” “o mecanismo ou serviço que, mediante contratação com os provedores de aplicação de internet, potencializem o alcance e a divulgação da informação para atingir usuárias e usuários que, normalmente, não teriam acesso ao seu conteúdo, incluída entre as formas de impulsionamento a priorização paga de conteúdos resultantes de aplicações de busca na internet” (Brasil, 2019).

Com isso, possibilitou-se que as campanhas políticas fizessem uso de ferramentas de microdirecionamento nas plataformas on-line, uma vez que é possível escolher o público-alvo com base em critérios como região geográfica, idade e gênero, de acordo com o perfil de eleitor desejado para a propaganda (Cruz, et.al. 2018).

Somado isso, outro fator que colaborou para a elevação do uso de conteúdos digitais em propagandas políticas, foi o de que as doações feitas por pessoas jurídicas para campanhas eleitorais foram vedadas, haja vista a intenção de se reduzir o peso do poder econômico nas eleições (Hennemann, 2019).

Como já adiantado, os *bots* para disseminação de notícias falsas foram amplamente utilizados durante as eleições de 2018. O gerente de Políticas Públicas e Eleições Globais do Whatsapp, Ben Supple, afirmou que a eleição daquele ano foi marcada pela “atuação de empresas fornecedoras de envios maciços de mensagens” que violaram os termos de uso do aplicativo “para atingir um grande número

---

<sup>15</sup> O art. 57-C da Lei nº 9.504/1997 (Lei das Eleições) prevê que “É vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet, excetuado o impulsionamento de conteúdos, desde que identificado de forma inequívoca como tal e contratado exclusivamente por partidos, coligações e candidatos e seus representantes”.

de pessoas" (Mello, 2019). Assim, foi possível identificar os perfis dos eleitores e direcionar temas específicos a estes de modo a influenciar seus votos e manipular os debates públicos.

Portanto, é evidente a influência que as plataformas digitais possuem nos processos democráticos<sup>16</sup>. Uma pesquisa do instituto DataSenado revelou que 45% dos participantes foram influenciados por informações encontradas em redes sociais durante as eleições brasileiras. Facebook e Whatsapp foram os aplicativos mais impactantes durante as eleições (Baptista, 2019)<sup>17</sup>.

## **5 PROTEÇÃO DE DADOS, PRIVACIDADE E ELEIÇÕES**

O Capitalismo de Vigilância, ao coletar e analisar informações pessoais de forma sistemática acaba por comprometer a privacidade dos indivíduos, assim, é de suma importância a análise de como a legislação brasileira tem atuado para a proteção de dados pessoas dos cidadãos.

### **5.1 IMPACTOS DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS EM ELEIÇÕES**

Como decorrência de um movimento global liderado pela União Europeia, cujo objetivo é proporcionar maior proteção aos cidadãos e ao mesmo tempo oferecer segurança jurídica ao setor privado, o Brasil editou a Lei nº 13.709/2018, denominada Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), com intuito foi conciliar o avanço tecnológico e econômico com a defesa das garantias individuais, considerando o papel crucial que o processamento de dados pessoais desempenha nas atividades comerciais e na formulação de políticas públicas, conforme destacado pelo parecer da

---

<sup>16</sup> De acordo com pesquisa feita pela Opinion Box, no decorrer do período eleitoral, aproximadamente 26% dos brasileiros com mais de 16 anos e que possuem *smartphones* relataram ter recebido mensagens políticas no WhatsApp de números que não conheciam (Paiva. 2018).

<sup>17</sup> Cabe ressaltar que durante as eleições de 2018 a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) ainda não estava vigente. Contudo, as normas que estavam em voga durante o período já traziam questões como a necessidade de consentimento e da finalidade para uso de dados. Portanto, o uso indevido de dados durante as eleições de 2018, apesar de não terem violado a LGPD, desobedeceu as regras do Marco Civil da Internet e da legislação eleitoral (Abreu, 2023).

Comissão de Assuntos Econômicos do Senado no final da tramitação do projeto de lei (Ferraço, 2018).

De acordo com a LGPD, por dado pessoal entende-se a “informação relacionada à pessoa natural identificada ou identificável”<sup>18</sup>, ou seja, na prática, pode-se considerar como dado pessoal “um conjunto de informações sobre hábitos de alguém que podem levar à sua identificação” (Hennemann, 2019, p. 8). Ponto importante para a discussão aqui levantada quanto à coleta de dados feita pelos capitalistas de vigilância que os torna capaz de traçar padrões e identificar indivíduos.

Entre os fundamentos previstos pela LGPD em seu art. 2º<sup>19</sup>, estão o de respeito à privacidade e o de autodeterminação informativa, os quais se relacionam entre si e são particularmente relevantes para a discussão quanto à proteção de dados pessoais dos eleitores.

Como explica Leonardi, privacidade é a “capacidade de o indivíduo controlar a circulação de informações a seu respeito” (2011, p. 67). Desse modo, o conceito contemporâneo de controle sobre dados reconhece que a capacidade do indivíduo de gerenciar suas informações vai além de determinar o que pode ser compartilhado em relação à sua privacidade. Esse controle persiste indefinidamente, mesmo quando os dados estão sob posse de terceiros, pois o indivíduo permanece como o titular (Hennemann, 2019).

Já entre os princípios elencados pelo art. 6º<sup>20</sup>, merecem destaque o da finalidade, o da adequação e o da necessidade. Quanto à finalidade, a norma deixa ex-

<sup>18</sup> “Art. 5º Para os fins desta Lei, considera-se: I - dado pessoal: informação relacionada a pessoa natural identificada ou identificável” (Brasil, 2019)

<sup>19</sup> “Art. 2º. A disciplina da proteção de dados pessoais tem como fundamentos: I. o respeito à privacidade; II. a autodeterminação informativa; III. a liberdade de expressão, de informação, de comunicação e de opinião; IV. a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem; V. o desenvolvimento econômico e tecnológico e a inovação; VI. a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor; e VII. os direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais” (Brasil, 2018).

<sup>20</sup> “Art. 6º As atividades de tratamento de dados pessoais deverão observar a boa-fé e os seguintes princípios: I - finalidade: realização do tratamento para propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular, sem possibilidade de tratamento posterior de forma incompatível com essas finalidades; II - adequação: compatibilidade do tratamento com as finalidades informadas ao titular, de acordo com o contexto do tratamento; III - necessidade: limitação do tratamento ao mínimo necessário para a realização de suas finalidades, com abrangência dos dados pertinentes, proporcionais e não excessivos em relação às finalidades do tratamento de dados; IV - livre acesso: garantia, aos titulares, de consulta facilitada e gratuita sobre a forma e a duração do tratamento, bem como sobre a integralidade de seus dados pessoais; V - qualidade dos dados: garantia, aos titulares, de exatidão, clareza, relevância e atualização dos dados, de acordo com a necessidade e para o

plícita a necessidade de que seja comunicado ao titular o propósito do uso dos dados pessoais antes que eles sejam coletados<sup>21</sup>, já a adequação e a necessidade determinam que os dados pessoais devem ser tratados de acordo com o objetivo informado ao titular, não devendo serem utilizados de forma excessiva ou desproporcional (Hennemann, 2019).

Além disso, a norma também exige o consentimento do titular<sup>22</sup> para o tratamento dos dados, o qual, conforme art. 5º, XII, se caracteriza por ser uma “manifestação livre, informada e inequívoca pela qual o titular concorda com o tratamento de seus dados pessoais para uma finalidade determinada” (Brasil, 2019).

Assim sendo, para garantir a liberdade na manifestação de vontade, é essencial permitir que o titular tenha a opção de recusar ou revogar o consentimento. A informação sobre sua decisão deve ser clara, compreensível e fornecida antecipadamente, incluindo detalhes sobre as finalidades e as possíveis consequências do tratamento de seus dados (Hennemann, 2019). Nesse sentido, Maldonado e Blum esclarecem:

Opções pré-selecionadas ou o mero silêncio passivo não serão considerados manifestação do consentimento inequívoco, não havendo espaço para dúvidas acerca da efetiva intenção do titular. Na ausência de certeza, certamente se estará em momento de insegurança para o controlador, o que pode ensejar o entendimento da ilicitude do tratamento dos dados pessoais, com as consequências negativas daí decorrentes (Maldonado; Blum, 2019, p. 182).

Assim, com a exigência do consentimento, “espera-se que mecanismos de tutela para cidadãos aumentem, e que a fiscalização sobre agentes que tratem dados pessoais, inclusive para fins eleitorais, passem a existir” (Cruz, et. al., 2018, p. 178).

<sup>21</sup> cumprimento da finalidade de seu tratamento; VI - transparência: garantia, aos titulares, de informações claras, precisas e facilmente acessíveis sobre a realização do tratamento e os respectivos agentes de tratamento, observados os segredos comercial e industrial; VII - segurança: utilização de medidas técnicas e administrativas aptas a proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações accidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou difusão; VIII - prevenção: adoção de medidas para prevenir a ocorrência de danos em virtude do tratamento de dados pessoais; IX - não discriminação: impossibilidade de realização do tratamento para fins discriminatórios ilícitos ou abusivos; X - responsabilização e prestação de contas: demonstração, pelo agente, da adoção de medidas eficazes e capazes de comprovar a observância e o cumprimento das normas de proteção de dados pessoais e, inclusive, da eficácia dessas medidas” (Brasil, 2019).

<sup>22</sup> Doneda afirma que nesse princípio “fundamenta-se a restrição da transferência de dados pessoais a terceiros” e é necessário que se estruture “um critério para valorar a razoabilidade da utilização de determinados dados para certa finalidade (fora da qual haveria abusividade)” (2011, p.100).

<sup>22</sup> “Art. 7º O tratamento de dados pessoais somente poderá ser realizado nas seguintes hipóteses: I. mediante o fornecimento de consentimento pelo titular” (Brasil, 2019).

Portanto, caso a LGPD estivesse vigente durante as eleições brasileiras de 2018, a conduta das agências de marketing digital de fazerem uso dos bancos de dados de terceiros para o disparo em massa de mensagens seria considerada ilegal, dado o desvio de finalidade e a afronta à privacidade e à autodeterminação informativa, uma vez que os titulares não consentiram com o tratamento de dados feito (Hennemann, 2019).

Além disso, a mineração de dados pessoais presentes em redes sociais como endereço de e-mail e número de celular também é ilícita ainda que o perfil da pessoa seja público, uma vez que o usuário da plataforma digital não teria consentido com a utilização de tais dados para fins eleitorais, havendo, portanto, desconexão com a expectativa do eleitor, bem como violação ao art. 9º<sup>23</sup>, I, da LGPD, o qual garante que o titular saiba a finalidade específica do tratamento de seu dado pessoal.

Portanto, é perceptível a ilegalidade do uso de dados coletados por plataformas digitais para fins de manipulação eleitoral e direcionamento de propagandas, como foi observado nos casos supramencionados das eleições dos EUA de 2016 – caso a LGPD fosse aplicável ao contexto estadunidense – e do Brasil em 2018.

## 5.2 OS DESAFIOS QUE SE MANTÊM

Com base em todo o exposto, é possível perceber que a rápida evolução das tecnologias da informação e comunicação tem levado a uma disseminação excessiva de informações, destacando a necessidade de proteção de dados pessoais. Tais tecnologias são invasivas e influenciam as relações sociais, as transações comerciais e as atividades políticas, resultando em mudanças diárias na vida privada, no mercado e na democracia. No contexto do Capitalismo de Vigilância, portanto, há um declínio da privacidade, a qual apesar de estar se tornando mais necessária, também está cada vez mais frágil (Rodotà, 2008).

---

<sup>23</sup> “Art. 9º O titular tem direito ao acesso facilitado às informações sobre o tratamento de seus dados, que deverão ser disponibilizadas de forma clara, adequada e ostensiva acerca de, entre outras características previstas em regulamentação para o atendimento do princípio do livre acesso: I - finalidade específica do tratamento” (Brasil, 2019).

Atualmente, as tecnologias emergentes converteram a vigilância em massa em uma teoria de valor, alterando os fundamentos econômicos da privacidade. Durante a era da vigilância constante, as redes de dados e vigilância são concebidas com uma finalidade específica, mas podem ser aplicadas para outros propósitos (Carvalho, 2019).

Conforme explica Mariana Carvalho (2019), é crucial, portanto, ponderar sobre a maneira como a privacidade é abordada na atualidade dentro do contexto do Capitalismo de Vigilância, em conexão com a imperatividade de salvaguardar dados pessoais no cenário virtual, marcado pela disseminação em massa de informações.

Os mecanismos trazidos pela LGPD para proteção à privacidade foram de suma importância para garantir a regulação quanto a alguns aspectos relevantes no uso e tratamento de dados. Ao tentar transferir o controle dos dados pessoais para os usuários por meio da exigência de consentimento, a norma contribui para a proteção por meio da supervisão do tratamento de dados pessoais e impõe responsabilidades às empresas que transgredirem suas regras, empregando diversos mecanismos de cuidado e proteção para preservar os direitos dos indivíduos (Carvalho, 2019).

Entretanto, algumas problemáticas se mantêm. Em certas circunstâncias, até mesmo o “consentimento livre, informado, expresso, em cláusula apartada e destacada, renovado em contratos de longa duração, com finalidades estritas e restritas” (Gomes, 2018, p. 241), no âmbito da sociedade da informação, pode ser considerado um mecanismo insuficiente para lidar com todas as atividades relacionadas ao tratamento de dados pessoais. Gomes completa:

Na sociedade da informação, onde já se afirmou que a privacidade morreu, não é raro se deparar com autores defendendo uma revisitação da tutela da privacidade, de forma que o consentimento não seria suficiente a suprir integralmente os anseios desta nova realidade trazida pela tecnologia, especialmente com o big data.(Gomes, 2018, p. 241)

Nesse sentido, Schermer, Custers e Hof (2014) defendem que há, hodiernamente, uma “crise do consentimento”, uma vez que seu papel na proteção dos dados pessoais tem se alterado e perdido sua centralidade.

Ainda, com o advento do *Big Data*, há um aumento na descrença em relação à eficácia do consentimento como meio de proteção de dados pessoais, fundamen-

tado no princípio da autodeterminação informacional (Carvalho, 2019). Solove (2013) destaca os entraves nesse processo, indicando que as pessoas muitas vezes não lêem as políticas de privacidade ou não são capazes compreendê-las plenamente. Além disso, mesmo com compreensão, muitas vezes falta conhecimento prévio para uma decisão informada, e, quando isso ocorre, as opções que melhor representariam suas preferências nem sempre são oferecidas.

Assim sendo, a LGPD auxilia a proteção dos dados pessoais, contudo, considerando as dinâmicas do Capitalismo de Vigilância, ainda não se faz suficiente para total tutela da privacidade, a qual está cada vez mais vulnerável dado o fator econômico imposto a ela pelo novo modelo capitalista (Carvalho, 2019).

De acordo com Rodotà (2008), a proteção de dados pessoais não se limita a ser apenas um direito individual, mas é um direito fundamental com foco na regulação social dos mercados. Ela busca impor restrições à forma como as informações são processadas, visando fortalecer o controle das pessoas sobre o fluxo de informações geradas por elas próprias, mas administradas por grandes corporações. Portanto, trata-se de uma questão relacionada à democracia e ao equilíbrio de poder (Carvalho, 2019).

Desse modo, é necessário considerar diversas iniciativas no âmbito informacional, as quais envolvem “a infraestrutura da rede (...) os limites do uso de big data, as formas desejáveis de enriquecimento de bases de dados, o limite do direcionamento por microtargeting, o uso ético de dados sensíveis (... )” (Neisser; Bernardelli; Machado, 2018, p. 52).

Portanto, no contexto do Capitalismo de Vigilância, as mídias digitais têm sido utilizadas como espaços de debates públicos, contudo, tais plataformas, como pessoas jurídicas de direito privado, possuem interesses próprios e financeiros, os quais não estão claros para a sociedade em geral (Santos, 2017).

A partir da coleta de dados, a qual, como apresentado, ainda não está suficientemente protegida, as grandes empresas de tecnologia ou seus verdadeiros clientes (os anunciantes) tornam-se capazes de desenvolver modulações comportamentais, que têm “nos afetado, individualmente, nas nossas mais profundas emoções, e

coletivamente, em questões políticas, econômicas e sociais de escalas imensuráveis" (Fusaro; Vieira, 2020). Como explica Barcelos:

Todo esse poder utilizado para a venda produtos está também disponível para a venda de ideias ou mesmo candidatos: assim, sem que tenhamos conhecimento, campanhas políticas conseguem atingir um nível de conhecimento profundo da nossa personalidade, criar um anúncio direcionado à nossa manipulação, e direcioná-lo especificamente para nós, sem que terceiros possam vê-lo. Assim criam-se não apenas categorias diferentes de eleitor, a depender da relevância de cada um para a campanha, como se fragmenta o próprio candidato em exposição, além da esfera de debate. Por fim, o poder econômico e mesmo o conhecimento tecnológico surgem como fatores de influência eleitoral (2019, p. 151).

Assim, o que se tem é uma crise política na privacidade e na democracia, a qual ainda não está suficientemente regulada pelo Direito. Considerando o viés econômico que os dados pessoais assumiram a partir do Capitalismo de Vigilância, constata-se que é necessária uma tutela que vai além do Direito, pois apesar da legislação de proteção de dados ter atuado de modo a não deixar os indivíduos totalmente sem proteção, ainda não é suficiente para a efetiva tutela da privacidade e contra os efeitos do Capitalismo de Vigilância, porém, ela é capaz de auxiliar na busca de um equilíbrio econômico, social e jurídico (Carvalho, 2019).

Assim, no aspecto social é necessário que os indivíduos desenvolvam cada vez mais a consciência de sua inserção no Capitalismo de Vigilância e como este atua para que sua privacidade esteja desprotegida (Carvalho, 2019), de modo a se posicionarem para evitar os possíveis efeitos da modulação de comportamento, discernindo sobre as ameaças e a promovendo uma participação política informada.

Já no aspecto jurídico, é necessário as inovações legislativas sejam mais céleres e que as novas leis deixem de ser meramente reativas, específicas e pontuais, como tem se observado até o momento. Por fim, no que tange ao aspecto econômico, este será definido futuramente, pois depende de como a economia global irá evoluir (Carvalho, 2019).

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa desenvolvida observou como o Capitalismo de Vigilância e seus mecanismos têm influenciado em processos democráticos. Para tanto, foi feita uma análise do contexto socioeconômico que permitiu o desenvolvimento do Capitalismo de Vigilância – o neoliberalismo, bem como se discorreu sobre como ocorre a coleta de dados pelas plataformas digitais a partir do *Big Data* e sua contribuição para a manipulação de indivíduos, ao se examinar quais são as configurações do capitalismo de vigilância.

Além disso, foi abordado como o contexto neoliberal e o Capitalismo de Vigilância têm apresentado desafios aos processos democráticos, entre eles o uso disseminado de notícias falsas e *bots*, além da formação das bolhas informacionais. Na sequência, observou-se como a política se desenvolve na internet e quais os impactos para as eleições, para tanto, foi feita uma análise de como funciona a modulação comportamental nas mídias digitais e, para fins exemplificativos, foram apresentados os casos de Cambridge Analytica e o cenário das eleições brasileiras de 2018.

Por fim, foi explorada a LGPD e suas contribuições para a proteção de dados pessoais, com foco no uso de dados em eleições. Entretanto, contatou-se que ainda existem fatores que impedem a tutela efetiva de dados e da privacidade dos usuários.

Os objetivos do estudo foram alcançados, visto que foi possível analisar como o Capitalismo de Vigilância contribui para a coleta de dados e manipulação de eleitores, através da coleta massiva de dados e direcionamento de anúncios personalizados. Ademais, foi possível entender quais são os principais mecanismos utilizados durante períodos eleitorais (notícias falsas, *bots* e bolhas informacionais) e como eles impactam a percepção pública durante o período eleitoral; e, por fim, ficou evidente a contribuição da Lei Geral de Proteção de Dados para limitar a exploração de informações pessoais e quais os desafios que ainda persistem.

Com isso, foi possível constatar a presença ubíqua do Capitalismo de Vigilância, enseja em situações nas quais as informações pessoais dos cidadãos podem

ser exploradas para influenciar a tomada de decisões políticas e eleitorais, impactando em processos democráticos e configurando uma ameaça à democracia.

Nesse sentido, observou-se que a regulação trazida pela LGPD para o controle de dados pessoais contribuiu para que o uso desses não fosse indiscriminado, contudo, o novo modelo econômico vigente faz com que os mecanismos de proteção da Lei não sejam suficientes para resguardar a privacidade dos usuários.

Portanto, considerando o aspecto multifacetado do Capitalismo de Vigilância, são necessários outros aspectos além do Direito para que ocorra uma tutela efetiva da privacidade, para tanto, é necessário um equilíbrio entre o desenvolvimento econômico, social e jurídico.

Assim, conclui-se, que esse estudo contribui para a conscientização pública sobre os desafios que a vigilância em massa impõe à democracia, possibilitando uma participação política mais eficiente e democrática, bem como para a expansão do conhecimento sobre o Capitalismo de Vigilância e seus impactos em processos democráticos.

## REFERÊNCIAS

ABRANCHES, Sérgio. Polarização radicalizada e ruptura eleitoral. In: ABRANCHES, Sérgio, et. al. **Democracia em risco? 22 ensaios do Brasil hoje**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

ABREU, Vinicius Matos. **Privacidade e eleições no contexto do uso comercial de dados registrados e produzidos na internet**. Monografia (Bacharelado em Gestão Pública). Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2023.

ALVES, Paulo. O que são cookies? Entenda os dados que os sites guardam sobre você. **Techtudo**. 04 de outubro 2018. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2018/10/o-que-sao-cookies-entenda-os-dados-que-os-sites-guardam-sobre-voce.ghtml>. Acesso em: 29 de outubro 2023.

ANDRADE, Daniel Pereira. O que é o neoliberalismo? A renovação do debate nas ciências sociais. **Sociedade e Estado**, [S.L.], v. 34, n. 1, p. 211-239, janeiro 2019. FapUNIFESP (SciELO). Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/s0102-6992-201934010009>. Acesso em: 4 de novembro de 2023.

ATHENIENSE, Alexandre. Empresas vendem dados pessoais do consumidor na internet. **Jusbrasil**, 2010. Disponível em: <https://alexandre-atheniense.jusbrasil.com.br/noticias/2556744/empresas-vendem-dados-pessoais-do-consumidor-na-internet>. Acesso em: 16 de outubro 2023.

BACCARIN, Artur Benzi. **Indústria 4.0: IOT, Big Data e produtos digitais**. Tubarão: Unisul, 2018.

BAPTISTA, Rodrigo. Redes sociais influenciam voto de 45% da população, indica pesquisa do DataSenado. **Senado Notícias**. 12 de dezembro de 2018. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/12/12/redes-sociais-influenciam-voto-de-45-da-populacao-indica-pesquisa-do-datasenado>. Acesso em: 15 de novembro de 2023.

BARCELOS, Julia Rocha. **Big data, algoritmos e microdirecionamento: desafios para a regulação da propaganda eleitoral**. Dissertação (Mestrado em Direito). Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2019.

BARBOSA, Eduardo Henrique de Oliveira; SILVA, Fabrício José dos Santos; OLIVEIRA, Izadora Gabriele dos Santos. Big data: o petróleo da indústria 4.0 – uma análise conjunta com a Lei 13.709/18. In: POLIDO, Fabrício Bertini Pasquot; ANJOS, Lucas Costa; BRANDÃO, Luíza Couto Chaves (orgs.). **Políticas, internet e sociedade**. Belo Horizonte: Iris, 2019.

BBC. **Entenda o escândalo de uso político de dados que derrubou valor do Facebook e o colocou na mira de autoridades**. 20 de março de 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-43461751>. Acesso em: 28 de novembro de 2023.

BESSI, Alessandro; FERRARA, Emilio. Social bots distort the 2016 U.S. Presidential election online discussion. **First Monday**. [S.L.], v. 21, n. 11, 7 de novembro 2016. Disponível em: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/7090/5653>. Acesso em: 20 de outubro de 2023.

BOAS, Taylor C.; GANS-MORSE, Jordan. Neoliberalism: from new liberal philosophy to anti-liberal slogan. **Studies In Comparative International Development**, [S.L.], v. 44, n. 2, p. 137-161, 21 de fevereiro 2009. Springer Science and Business Media LLC. <http://dx.doi.org/10.1007/s12116-009-9040-5>.

BRICALLI, Iafet Leonardi. Surveillance Capitalism in an Age of Neoliberal Rationality. **Mediações - Revista de Ciências Sociais**, [S.L.], p. 1-16, 27 de setembro 2022. Universidade Estadual de Londrina. <http://dx.doi.org/10.5433/2176-6665.2022v27n2e45698>.

BRITO, Lucas Almeida. **Entre a utopia e a distopia: o capitalismo de vigilância e suas consequências na democracia**. Dissertação (Mestrado em Relações Internacionais). Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2021

BROWN, Wendy. **Les habits neufs de la politique mondiale: néolibéralisme et néo-conservatisme**. Paris: Les Prairies Ordinaires, 2007.

\_\_\_\_\_. **Nas ruínas do neoliberalismo: a ascensão política antidemocrática no ocidente**. São Paulo: Editoria Filosófica Politeia, 2019.

CARVALHO, Mariana Amaral. **Capitalismo de vigilância: a privacidade na sociedade da informação**. Dissertação (Mestrado em Direito). Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão, 2019.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2015.

CHOMSKY, Noam. **Réquiem para o sonho americano: os dez princípios de concentração de riqueza e poder**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2017.

CRUZ, Francisco Brito; et al. **Direito Eleitoral na Era Digital**. Belo Horizonte: Letramento, 2018.

DALY, Tom Gerald. **Democratic Decay: Conceptualising an Emerging Research Field**. Hague Journal on the Rule of Law, 2019.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo: ensaios sobre a sociedade neoliberal**. São Paulo: Boitempo, 2016.

DONEDA, Danilo. O que está em jogo com a nova autoridade nacional de proteção de dados. **Jota**. 13 de agosto de 2018. Disponível em: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/o-que-esta-em-jogo-com-a-nova-autoridade-nacional-de-protecao-de-dados-13082018>. Acesso em: 12 de setembro de 2023.

DORÓ, Alexandre Junior; et al. Big Data: uma visão sistêmica. **Revista Eletrônica Engenharia Estudos e Debates**, São José do Rio Preto, v. 1, p. 42-54, maio 2018.

DOURADO, Tatiana Maria Silva Galvão. **Fake news na eleição presidencial de 2018 no Brasil**. Dissertação (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas). Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2020.

ERENBERG, Jean Jacques. **Publicidade patológica na internet à luz da legislação brasileira**. São Paulo: Juarez de Oliveira, 2003.

FACEBOOK. **Election Day 2012 on Facebook**. Nota oficial. Disponível em: <https://about.fb.com/news/2012/11/election-day-2012-on-facebook/>. Acesso em: 13 de novembro de 2023.

FERRAÇO, Ricardo. Parecer da Comissão de Assuntos Econômicos sobre o Projeto de Lei que daria origem à LGPD. **Senado Federal**, Brasília, DF, junho 2018. Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=7751914&disposition=inline> Acesso em: 29 de setembro de 2023.

FLECK, Amaro. O que é o neoliberalismo? Isto existe? **Princípios: Revista de Filosofia** (UFRN), [S.L.], v. 29, n. 59, p. 248-269, 4 ago. 2022. Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/principios/article/view/29014>. Acesso em: 15 de setembro de 2023.

FOUCAULT, Michel. **Nascimento da biopolítica**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

FRAZÃO, Ana. Democracia na era digital: os riscos da política movida a dados. In: BRANCO, Paulo Gonet et. al. **Eleições e Democracia na Era digital**. São Paulo: Almedina, 2022, p. 545-574.

FUSARO, Luana Garcia Feldens. VIEIRA, Juliana Santos Monteiro. Democracia na era digital: Atravessamentos nos processos eleitorais. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**. Ano 05, ed. 10, v. 19, pp. 97-113. Outubro de 2020. ISSN: 2448-0959. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/comunicacao/processos-eleitorais>. Acesso em 15 de novembro de 2023.

GOMES, Rodrigo Dias de Pinho. Desafios à privacidade: Big Data, consentimento, legítimos interesses e novas formas de legitimar o tratamento de dados pessoais. In: BRANCO, Sérgio; TEFFÉ, Chiara de (orgs.). **Privacidade em perspectivas**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018.

HENNEMANN, Gustavo Hermes. **Impactos da Lei Geral de Proteção de Dados nas eleições de 2020**. Monografia (Bacharelado em Direito). Universidade Presbiteriana Mackenzie. São Paulo, 2019.

JARDELINO, Fábio; CAVALCANTI, Davi Barboza; TONIOL, Bianca Persici. A proliferação das fake-news nas eleições brasileiras de 2018. **Comunicação Pública**, v.15,

n. 28, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.4000/cp.7438>. Acesso em: 24 de outubro 2023.

KLEIN, Naomi. **Não basta dizer não** [e-book]. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2017.

LEONARDI, Marcel. **Tutela e Privacidade na Internet**. São Paulo: Saraiva, 2011.

LOUREIRO, Marcos Dantas. The Financial Logic of Internet Platforms: the turnover time of money at the limit of zero. **Triplec: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society**, [S.L.], v. 17, n. 1, p. 132-158, 14 de maio de 2019. Information Society Research.

<http://dx.doi.org/10.31269/triplec.v17i1.1088>.

MALDONADO, Viviane N.; BLUM, Renato O. (orgs.). **LGPD: Lei Geral de Proteção de Dados Comentada**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

MARQUES, Ana Luiza Pinto Coelho. Neoliberalismo e tecnologia: capitalismo de vigilância e o retrocesso democrático. In: MEYER, Emílio Peluso Neder; POLIDO, Fabrício Bertini Pasquot; TRIVELLATO, Márcia Carolina Santos (org.). **Direito, democracia e internet: perspectivas constitucionais e comparadas**. Belo Horizonte: Initia Via, 2021.

MAYER-SCHÖNBERGER, Viktor; CUKIER, Kenneth. **Big data**. 2. ed [e-book]. Boston/Nova York, 2014.

MEIRELES, Adriana Veloso. Algoritmos e autonomia: relações de poder e resistência no capitalismo de vigilância. **Opinião Pública**, [S.L.], v. 27, n. 1, p. 28-50, abr. 2021. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/1807-0191202127128>.

MELLO, Patrícia Campos. Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp. **Folha de São Paulo**. 18 de outubro de 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>. Acesso em: 19 de outubro de 2023.

\_\_\_\_\_. WhatsApp admite envio massivo ilegal de mensagens nas eleições de 2018. **Folha de São Paulo**. 08 de outubro de 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/10/whatsapp-admite-envio-massivo-ilegal-de-mensagens-nas-eleicoes-de-2018.shtml>. Acesso em: 13 de outubro 2023.

MENEZES NETO, Elias Jacob. **Surveillance, democracia e direitos humanos: Os limites do estado na era do big data**. 2016. Dissertação (Doutorado em Direito). Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos. Rio Grande do Sul, 2016.

MEYER, Emílio Peluso Neder; POLIDO, Fabrício Bertini Pasquot. Direito, democracia e internet e suas interações constitucionais comparadas: uma introdução. In: MEYER, Emílio Peluso Neder; POLIDO, Fabrício Bertini Pasquot; TRIVELLATO, Márcia Carolina Santos (org.). **Direito, democracia e internet: perspectivas constitucionais e comparadas**. Belo Horizonte: Initia Via, 2021.

MIROWSKI, Philip. The Political Movement that Dared not Speak its own Name: The Neoliberal Thought Collective Under Erasure. **Institute for New Economic Thinking**, Working Paper n. 23, September/2014. Disponível em:  
<https://www.ineteconomics.org/research/research-papers/the-political-movement-that-dared-not-speak-its-own-name-the-neoliberal-thought-collective-under-erasure>. Acesso em: 15 de setembro de 2023

\_\_\_\_\_. This is Water, or Is It the Neoliberal Thought Collective? **Institute for New Economic Thinking**, 25 de maio de 2016. Disponível em:  
<https://www.ineteconomics.org/perspectives/blog/this-is-water-or-is-it-neoliberalism>. Acesso em: 15 de setembro de 2023

MONBIOT, George. Neoliberalism: the ideology at the root of all our problems. **The Guardian**, 15 de abril de 2016. Disponível em:  
<https://www.theguardian.com/books/2016/apr/15/neoliberalism-ideology-problem-george-monbiot>. Acesso em: 09 de agosto de 2023.

MOROZOV, Evgeny. **Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política**. São Paulo: Ubu Editora, 2018.

NEISSER, Fernando; BERNARDELLI, Paula; MACHADO, Raquel. A mentira no ambiente digital: impactos eleitorais e possibilidade de controle. In: FUX, Luiz; PEREIRA, Luiz Fernando Casagrande; AGRA, Walber de Moura (Coord.); PECCININ, Luiz Eduardo (orgs.). **Propaganda Eleitoral**. Belo Horizonte: Fórum, 2018.

**O DILEMA das redes**. Direção de Jeff Orlowski. Netflix, 2020.

OLSON, Parmy. Cara a cara com o esquivo Alexander Nix da Cambridge Analytica. **Forbes**, inovação, 2018. Disponível em:  
<https://www.forbes.com/sites/parmyolson/2018/03/20/face-to-face-with-cambridge-analyticaalexander-nix-facebook-trump/?sh=2604ba677d00>. Acesso em: 26 de dez. 2022.

O'NEIL, Cathy. **Weapons of Math Destruction**. New York: Crown, 2016.

PAIVA, Fernando. 26% dos brasileiros afirma ter recebido spam político por WhatsApp. **MobileTime**. 10 de dezembro 2018. Disponível em:  
<https://www.mobiletime.com.br/noticias/10/12/2018/26-dos-brasileiros-affirmam-ter-recebido-spam-politico-por-whatsapp/>. Acesso em: 12 de outubro de 2023.

PARISIER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você [e-book]**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

POLANYI, Karl. **A grande transformação: as origens da nossa época**. São Paulo: Campus, 2000.

**PRIVACIDADE Hackeada**. Direção de Jehane Noujaim e Karim Amer. Netflix, 2019.

RAIS, Diogo; CASTRO, L.N.A. A comunicação política em tempos de big data e inteligência artificial: a campanha digital de Donald Trump e o futuro do marketing eleitoral brasileiro. In: FUX, Luiz; PEREIRA, Luiz Fernando Casagrande; AGRA, Walber de Moura (coord.); PECCININ, Luiz Eduardo (org.). **Propaganda Eleitoral**. Belo Horizonte: Fórum, 2018.

REINHOUDT, Jurgen. AUDIER, Serge. **The Walter Lippmann Colloquium: The Birth of Neo-Liberalism**. Palgrave Macmillan: 2017.

RODOTÀ, Stefano. **A vida na sociedade da vigilância: A privacidade hoje**. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.

RUEDIGER, Marco Aurélio (coord.). **Robôs, redes sociais e política no Brasil: estudo sobre interferências ilegítimas no debate público na web, riscos à democracia e processo eleitoral de 2018**. Rio de Janeiro: FGV, DAPP, 2017. Disponível em:

[https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/bitstream/handle/bdtse/4433/2017\\_ruediger\\_robos\\_redes\\_sociais\\_.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/bitstream/handle/bdtse/4433/2017_ruediger_robos_redes_sociais_.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Acesso em: 15 de outubro 2023.

SANTOS, Andreia. **O impacto do Big Data e os algoritmos nas campanhas eleitorais. 2017**. Disponível em: <https://itsrio.org/wp-content/uploads/2017/03/Andreia-Santos-V-revisado.pdf>. Acesso em: 15 de setembro de 2023.

SCHERMER, B. W.; CUSTERS, Bart; HOF, S, van der. The Crisis of Consent: How Stronger Legal Protection May Lead to Weaker Consent in Data Protection. **Ethics and Information Technology**. February 25, 2014. Disponível em:  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2412418](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2412418). Acesso em: 25 de setembro de 2023.

SILVERMAN, Craig. Recent research reveals false rumours really do travel faster and further than the truth. **First Draft News**. 06 de maio de 2016. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/articles/recent-research-reveals-false-rumours-really-do-travel-faster-and-further-than-the-truth/>. Acesso em: 20 de outubro de 2023.

SORJ, Bernardo, et. al. **Sobrevivendo nas redes: guia do cidadão**. São Paulo: Moderna, 2018

STOCHERO, Daniel. **Privacidade de dados no marketing: Estudo de caso da Cambridge Analytica na eleição presidencial dos Estados Unidos em 2016**. Monografia (Bacharelado em Publicidade e Propaganda). Universidade de Caxias do Sul. Caxias do Sul, 2020.

SOLOVE, Daniel. Introduction: Privacy self-management and the consent dilemma. **Harvard Law Review** 126: 1880-1903. 2013. Disponível em:  
<https://www.jstor.org/stable/23415060>. Acesso em: 04 outubro de 2023.

SUNSTEIN, Cass. **Republic: divided democracy in the age of social media**. New Jersey: Princeton University Press, 2017.

TAURION, Cezar. **Big data [e-book]**. Rio de Janeiro: Brasport, 2013.

TUFEKCI, Zeynep. **We're building a dystopia just to make people click on ads**. Palestra proferida no evento TED Global New York. Setembro de 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=iFTWM7HV2UI>. Acesso em: 17 de outubro de 2023.

\_\_\_\_\_. Engineering the public: big data, surveillance and computational politics. **First Monday**. v. 19, nº 7. 7 de julho de 2014. Disponível em: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4901/4097>. Acesso em: 15 de novembro de 2023.

VIANNA, Iara Lima. **Eleição presidencial de 2014: contexto, racionalidade e sentimentos partidários**. Dissertação (Mestrado em Ciência Política). Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2015.

VIANNA, Fernando. Se os Dados são o Novo Petróleo, Onde Estão os Royalties? O Neoliberalismo na Era do Capitalismo de Vigilância. **Revista Gestão & Conexões**, [S.L.], v. 10, n. 3, p. 123-143, 30 set. 2021. Universidade Federal do Espírito Santo. <http://dx.doi.org/10.47456/regec.2317-5087.2021.10.3.36014.128-147>.

WHATSAPP, **Política de privacidade do Whatsapp, 2023**. Disponível em: <https://www.whatsapp.com/legal/privacy-policy>. Acesso em: 21 de novembro 2023.

ZITTRAIN, Jonathan. Facebook Could Decide an Election Without Anyone Ever Finding Out. **New Republic**. 01 de junho de 2014. Disponível em: <https://newrepublic.com/article/117878/information-fiduciary-solution-facebook-digital-gerrymandering>. Acesso em: 29 de novembro de 2023.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder [e-book]**. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2021.

\_\_\_\_\_. Um capitalismo de vigilância. **Le Monde Diplomatique Brasil**, 03 de janeiro 2019 Disponível em: <https://diplomatique.org.br/um-capitalismo-de-vigilancia/>. Acesso em: 31 de outubro de 2023.

\_\_\_\_\_. Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. **Journal Of Information Technology**, [S.L.], v. 30, n. 1, p. 75-89, mar. 2015. SAGE Publications. <http://dx.doi.org/10.1057/jit.2015.5>.