

LIBERDADE E CONSENTIMENTO NA ERA DIGITAL: UMA LEITURA HERMENÊUTICO-FILOSÓFICA DA LGPD NO PROCESSO ELEITORAL

FREEDOM AND CONSENT IN THE DIGITAL AGE: A HERMENEUTIC-
PHILOSOPHICAL READING OF THE LGPD IN THE ELECTORAL PROCESS

Roberto Beijato Júnior¹
Pedro Henrique Ribeiro da Paz²

RESUMO

Trata-se de artigo que visa estudar a liberdade e o consentimento na era digital e, principalmente, as suas influências sobre o processo eleitoral e sua legalidade. O principal objetivo do texto é investigar as maneiras pelas quais a nova realidade comunicacional afeta a formação da vontade política eleitoral, tendo, para isso, realizado pesquisa bibliográfica acerca do tema. É possível concluirmos que a realidade informacional de nossos tempos conduz ao paradigma da pós-verdade, na qual os indivíduos e os eleitores em geral formam e assimilam sua noção de verdade não em consonância com pressupostos racionais, mas sim por meio da confirmação do conteúdo transmitido às suas crenças já estabelecidas, em um viés cognitivo que visa preservar suas próprias crenças, evitando o desconforto do confronto.

Palavras-chave: Liberdade e consentimento; pós-verdade; redes sociais;

ABSTRACT

The present article aims to study freedom and consent in the digital age and, especially, its influences on the electoral process and its legality. The main objective of the text is to investigate the ways in which the new communicational reality affects the formation of electoral political will, having, for this, conducted bibliographic research on the subject. It is possible to conclude that the informational reality of our times leads to the paradigm of post-truth, in whi-

¹ Doutor e Mestre em Filosofia do Direito pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Professor da Faculdade de Direito da PUC-SP, integrante do departamento de Teoria e Filosofia do Direito nesta Universidade.

² Bacharel em direito pelas Faculdades Metropolitanas Unidas (FMU), advogado, pós-graduando em Privacidade e Proteção de Dados pela Damásio Educacional.

ch individuals and voters in general form and assimilate their concept of truth not in line with rational assumptions, but through confirmation of the content transmitted to their already established beliefs, in a cognitive bias that aims to preserve their own beliefs, avoiding the discomfort of confrontation

Keywords: freedom and consent; post-truth; social media.

Sumário

1. Fundamentos da LGPD e sua aplicação à propaganda eleitoral;
2. O consentimento como livre manifestação da vontade e sua repercussão sobre o modelo democrático;
3. Manipulação informacional e a crise da verdade nas eleições digitais;
4. Considerações conclusivas;
5. Referências.

1 FUNDAMENTOS DA LGPD E SUA APLICAÇÃO À PROPAGANDA ELEITORAL

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)³ é o diploma normativo que regula o tratamento de dados pessoais, obtidos tanto por meios digitais quanto físicos, com o objetivo de assegurar a tutela dos direitos fundamentais à liberdade e à privacidade dos cidadãos.

Desde logo, é necessário compreender que o legislador empregou classificações específicas para diversos termos e expressões contidos na LGPD. “Tratamento”, por exemplo, é conceituado como toda operação realizada com dados pessoais, ao passo que “dado pessoal” corresponde a qualquer informação relacionada a pessoa natural identificada ou identificável. De modo geral, a LGPD delimita o conceito de dados pessoais e estabelece obrigações aos agentes de tratamento – controladores e operadores – a fim de resguardar os direitos dos titulares, como transparência, segurança e não discriminação.

Entre os princípios fundamentais da norma destacam-se: finalidade específica, necessidade, adequação, livre acesso, qualidade dos dados, segurança, prevenção, não discriminação e responsabilização (art. 6º da LGPD). Esses princípios assumem especial relevância no contexto eleitoral, uma vez que o uso de informações dos eleitores para fins de propaganda política deve observar limites rigorosos, de modo a evitar abusos que comprometam a lisura do pleito.

A legislação demonstra particular preocupação com o consentimento para coleta e tratamento de dados. Nesse sentido, “consentimento” é definido como a manifestação livre, informada e inequívoca pela qual o titular autoriza o tratamento de seus dados pessoais para finalidades determinadas. Ou seja, é

³ Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018.

imprescindível que o titular, de forma clara e consciente, concorde com o uso de suas informações.

O legislador, atento à importância dessa autorização, estabeleceu como requisito de validade do consentimento a transparência quanto à finalidade do tratamento. No âmbito eleitoral, esse cuidado não é novidade. A própria legislação eleitoral brasileira já impunha limites à utilização de dados pessoais em campanhas. A Lei n. 9.504/1997 (Lei das Eleições), por exemplo, veda expressamente a comercialização de cadastros de endereços eletrônicos para campanhas, bem como a cessão de dados de clientes por empresas a candidatos (art. 57-E), além de exigir que as mensagens eletrônicas encaminhadas durante o período eleitoral contenham mecanismo de descadastramento para o destinatário. Tais disposições já antecipavam preocupações ligadas à privacidade e ao consentimento, mesmo antes da vigência da LGPD.

Com o advento da LGPD, a legislação eleitoral incorporou diversos de seus princípios e diretrizes. A Resolução TSE n. 23.610/2019, que regulamenta a propaganda eleitoral, foi alterada pela Resolução TSE n. 23.732/2024, a fim de explicitar os deveres relacionados à proteção de dados no âmbito das campanhas eleitorais. Essa atualização promoveu uma aproximação inequívoca entre o direito eleitoral e o regime de proteção de dados pessoais.

Sob a perspectiva do direito comparado, observa-se que a LGPD foi fortemente influenciada pelo Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados da União Europeia (General Data Protection Regulation – GDPR). Ambas as normas tratam de forma exaustiva a necessidade de explicitação da finalidade do tratamento, da exigência de consentimento e da transparência no relacionamento com os titulares de dados.

No contexto europeu, sobretudo após o escândalo da *Cambridge Analytica*, intensificaram-se os debates sobre a necessidade de endurecimento da regulamentação referente ao uso de dados pessoais com finalidades políticas. O artigo 9º da GDPR, por exemplo, exige consentimento explícito do titular para o tratamento de dados que revelem opiniões políticas. Além disso, o Supervisor Europeu de Proteção de Dados (European Data Protection Supervisor – EDPS), órgão instituído pelo Regulamento (UE) 2018/1725, responsável por assessorar a Comissão Europeia em propostas legislativas e acordos internacionais com impacto sobre dados pessoais, emitiu relatório recomendando o endurecimento da legislação referente à transparência nos métodos utilizados em propagandas políticas, com vistas à preservação de eleições livres e justas.

Diante do exposto, é inegável a conexão direta e indissociável entre as regulamentações sobre proteção de dados – como a LGPD e a GDPR – e a legislação eleitoral. A ausência de transparência e de cautela na coleta e no tratamento de dados durante processos eleitorais pode comprometer a integridade do pleito, tornando-o questionável e injusto. Tal preocupação, evidenciada nas diretrizes europeias, reflete uma constatação global: a proteção de dados pessoais, aplicada ao contexto eleitoral, tornou-se elemento essencial para a salvaguarda da liberdade do eleitor e para a legitimidade da democracia.

2 O CONSENTIMENTO COMO LIVRE MANIFESTAÇÃO DA VONTADE E SUA REPERCUSSÃO SOBRE O MODELO DEMOCRÁTICO

Um dos pilares fundamentais tanto da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) quanto do Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados da União Europeia (GDPR) é o consentimento do titular como elemento legitimador do tratamento de seus dados pessoais. Para que esse consentimento seja válido, exige-se que o titular o forneça de maneira livre, informada e inequívoca, com pleno conhecimento da finalidade específica para a qual seus dados serão utilizados, seja para fins eleitorais ou outros quaisquer.

Na prática, contudo, observa-se que o titular – especialmente o eleitor – frequentemente se vê compelido a fornecer seus dados como condição para acessar determinados serviços, sem dispor de informações claras sobre quem os tratará, com que finalidade e de que forma. Trata-se, portanto, de um consentimento meramente formal, que se configura como verdadeira ficção jurídica.

Essa distorção manifesta-se principalmente em duas frentes. A primeira delas é o chamado “consentimento por clique”: o titular marca uma caixa de seleção concordando com os termos de uso, documentos extensos e redigidos em linguagem técnica ou obscura, desestimulando sua leitura e compreensão por parte de usuários leigos. Como bem observou Zygmunt Bauman, no cotidiano acostumamo-nos ao não questionamento, presumindo que há uma justificativa válida para a exigência. O fornecimento de dados passa a ser realizado de forma automática, sem que o titular compreenda os riscos envolvidos ou avalie criticamente a real necessidade daquele compartilhamento.

Em vez de perguntarmos por que a pessoa atrás do balcão nos pede número de telefone, identidade e código postal, ou questionarmos a exigência, pela máquina, de novos dados para que a transação se complete, presumimos que deve haver alguma razão que nos beneficiará (Bauman, 2013, p. 87).

Em outra perspectiva, o consentimento é comprometido não apenas pela forma como é coletado, mas também pela maneira como a informação é transmitida e percebida socialmente. Vivemos em uma sociedade digital estruturada por algoritmos, na qual os titulares – e, no contexto em análise, especificamente os eleitores – formam suas opiniões a partir de um fluxo massivo de dados previamente filtrados por suas crenças e interesses. Isso os impede de alcançar uma visão mais ampla e plural da realidade.

Jürgen Habermas, filósofo de referência no pensamento contemporâneo, defende que a razão se materializa por meio do discurso, desde que este ocorra em condições de simetria entre os interlocutores, onde argumentos racionais sejam compartilhados em busca de uma expectativa de verdade. Para ele:

A forma de argumentação deve evitar que alguns simplesmente sugiram ou mesmo prescrevam aos outros o que é bom para eles (Habermas, 1989, p. 93).

No entanto, o ambiente digital promove justamente o oposto: o algoritmo oferece ao usuário conteúdos que, supostamente, são bons para ele, reforçando preferências pré-existentes. Essa lógica produz as chamadas bolhas informacionais, espaços nos quais os indivíduos interagem apenas com ideias semelhantes às suas, dificultando o confronto de argumentos e inviabilizando o consenso racional ampliado. Esse cenário é propício ao surgimento de extremismos e à manipulação informacional direcionada – com campanhas políticas difundindo mensagens distintas, ou até contraditórias, para públicos segmentados, sem qualquer escrutínio público mais amplo.

Nesse contexto, é inviável sustentar que o titular detenha plena consciência daquilo que consente. A tomada de decisão racional torna-se praticamente impossível. O tratamento de dados é orquestrado por uma rede extensa e opaca de agentes – plataformas, empresas de marketing, aplicativos – cujo funcionamento está distante da compreensão do cidadão médio. Essa rede molda a percepção da realidade, enclausurando o indivíduo em bolhas informacionais, sobrecarregando-o com dados e impedindo a real assimilação do que lhe é apresentado.

O professor Bruno Bioni, ao analisar estudo empírico sobre sobrecarga informacional e evasão do consentimento, sintetiza:

As conclusões dessa pesquisa empírica trazem uma série de argumentos que convergem para a conclusão de que os usuários não estão capacitados para tomar decisões informadas no tocante ao

controle de seus dados pessoais, como:

- i) falta de conhecimento no que diz respeito ao funcionamento das tecnologias de coleta de dados pessoais e sua inserção no contexto da publicidade comportamental,
- ii) idiosincrasia do *trade-off* na economia informacional, em que o controle sobre os dados é visto como uma perda futura em troca de um benefício imediato,
- iii) percepção de que pagar para garantir a privacidade constitui uma forma de extorsão (Bioni, 2021, p. 146).

Assim, torna-se evidente que o consentimento, nos moldes atuais, carece de efetividade real. Sem reformas estruturais, essa figura jurídica serve mais para legitimar relações assimétricas de poder do que para assegurar a autodeterminação informativa. Em suma, o consentimento se converteu em uma formalidade legal desprovida de densidade hermenêutica – um verniz jurídico que mascara a ausência de liberdade concreta do titular.

A principal finalidade do próprio direito eleitoral é o regular funcionamento dos mecanismos democráticos, como o sufrágio, a legitimidade das eleições e, sobretudo, a higidez do processo eleitoral por meio do qual se formará a vontade política da comunidade de eleitores. Não por outro motivo que podemos encontrar a seguinte definição doutrinária:

Direito eleitoral é o ramo do Direito Público cujo objeto são os institutos, as normas e os procedimentos que regulam o exercício do direito fundamental de sufrágio com vistas à concretização da soberania popular, à validação da ocupação de cargos políticos e à legitimação do exercício do poder estatal (Gomes, 2024, p. 25).

A democracia, em síntese, é o modelo no qual o poder e tudo que o envolve deve ser dotado de transparência. Não apenas o exercício do poder político estabelecido, como também o acesso aos cargos de poder por meio de eleições deve ser feito com transparência, de modo que as influências sobre estes processos sejam conhecidas pelo público. Ao se ocultar parcela destas interferências, manipula-se, inevitavelmente, a formação da vontade política.

É inevitável, portanto, que temas como o consentimento dos usuários em redes sociais, os critérios algorítmicos para transmissão de conteúdo; a forma de criação do conteúdo – se por humano ou por inteligência artificial genera-

tiva, por exemplo – devem ser amplamente conhecidos pelos destinatários das informações, pois a partir destas formará, precipuamente, a sua vontade que se materializará no exercício do direito ao voto, assim como nas mais variadas formas de pressão popular sobre o poder político em vista de determinadas pautas de interesse passem a receber especial interesse do direito eleitoral de nosso tempo.

É inegável que a formação da vontade política ocorre, atualmente, de modo prioritário no ambiente digital. Muitas pautas chegam até o poder político através de pressões construídas exclusivamente nas redes sociais. Não há como escaparmos, portanto, à pergunta: há verdadeiro consentimento do usuário/eleitor nas redes sociais, ou estamos a lidar com uma mera ficção de consentimento que, no fim do dia, proporciona as mais diversas influências sobre o processo eleitoral, sem que logremos tomar conhecimento de quais são e a que interesses respondem. A preocupação do legislador sobre estes aspectos é ponto basilar. A Constituição delega à Lei Complementar a tarefa de disciplinar e coibir o abuso de poder sobre as eleições e os atores eleitorais (art. 14, § 9º), prevendo, inclusive, uma ação específica para sua apuração (ação de investigação judicial eleitoral, prevista no art. 22 da Lei Complementar n. 64/90). Ao tratarmos da transparência do poder político e das interferências que este sofre, seja por seus próprios atores, seja por atores externos, estamos a tratar de um dos aspectos fundamentais de nosso modelo político-partidário.

Torna-se, portanto, sobremaneira preocupante a realidade contemporânea, em que cada vez mais informações são fabricadas e direcionadas segundo critérios desconhecidos pelos usuários, e numa realidade em que, cada vez menos indivíduos praticam a principal vocação humana: o pensamento. A realidade do século XXI se aproxima, sobremaneira, de distopias literárias, como Admirável mundo novo de Aldous Huxley ou Fahrenheit 451 de Ray Bradbury. Uma existência dirigida a partir de mecanismos de manipulação que o ser humano não fora preparado para detectar. Com a naturalização de padrões decadentes transmitidos por estes mecanismos, incorpora-se no tipo humano a própria decadência, convertida em padrão de normalidade.

Em Fahrenheit 451, um dos meios utilizados pelo poder local para gradativamente enfraquecer, até a completa eliminação, qualquer capacidade crítica das pessoas, era a onipresença da televisão. Em cada ambiente que se adentrasse havia uma televisão, bombardeando, constantemente, as pessoas com informações e desviando-as de si mesmas, ou seja, desviando-as da apreensão do próprio vazio existencial, propulsor da reflexão. A obra em questão fora escrita no ano de 1953, porém o efeito que enuncia concretiza-se com absoluta precisão a partir da difusão dos smartphones e do fluxo incessante de informações.

Não importa onde se esteja, o sujeito contemporâneo está sempre conectado a milhares de outras pessoas, sempre recebendo milhares e milhares de notícias, postagens, fotos, etc., ao mesmo tempo em que míngua por “curtidas” em suas próprias publicações.

O advento dos smartphones e das redes sociais nada mais é do que a concretização da onipresença da televisão de que nos falava Bradbury. Neste ponto é que a obra em questão toca numa ferida do homem do século XXI. Da mesma forma que a onipresença da televisão servia, na distopia de Bradbury, a uma estrutura política de poder que dependia da castração do pensamento humano para se perpetuar, a realidade digital contemporânea revela a profunda e restrita rede de poder que está por trás das redes sociais e dos poucos e imensamente lucrativos grupos que as controlam.

Os sentimentos, pensamentos, desejos, metas e demais anseios do ser humano são manipulados imperceptivelmente por meio de técnicas aplicadas e dominadas pelos grupos econômicos que detêm controle sobre as redes sociais e toda esta produção artificial serve a alguma estrutura de poder que não sabemos exatamente por quem é composta e nem a que interesses serve. Existem interesses econômicos, obviamente, por parte de empresas que dependem da publicidade por estes meios e anseiam por criar e influenciar padrões de consumo. Contudo, não se resume a isso. Há uma profunda, porém sutil faceta política por trás das redes sociais que vem, não apenas simplificando o debate de temas de interesse público, como os polarizando entre extremos. A quais interesses este fenômeno serve? Não temos como saber, mas certamente não é ao interesse dos usuários de tais redes, os quais, a bem da verdade, são o produto comercializado em benefício de agentes econômicos e políticos que logram a utilização dos mecanismos da rede para influenciar pensamentos e comportamentos em sentidos que lhes interesse.

Deste modo, urge ao direito eleitoral contemporâneo enfrentar estes temas, com o fito de que a democracia seja de fato um regime incidente à realidade e não uma mera ficção de opiniões controladas no interesse de agentes desconhecidos pelo público.

3 MANIPULAÇÃO INFORMACIONAL E A CRISE DA VERDADE NAS ELEIÇÕES DIGITAIS

Ainda que o consentimento fosse plenamente informado, a integridade da escolha eleitoral permaneceria vulnerável diante da desinformação sistêmica. A ação comunicativa, tal como concebida por Jürgen Habermas, exige que os

interlocutores busquem a verdade mediante argumentos racionais. No entanto, nas eleições digitais, a linguagem é frequentemente instrumentalizada como mecanismo de manipulação, convertendo o eleitor em mero alvo de narrativas enviesadas – e, não raro, falsas. A desinformação atua como ação estratégica: não visa ao entendimento, mas ao convencimento tático. Dessa forma, a liberdade de escolha política, já fragilizada por consentimentos meramente formais, é ulteriormente corroída por um ambiente discursivo adulterado – constituindo uma verdadeira violação à liberdade epistêmica do eleitor.

Como bem observou Hans-Georg Gadamer em *Verdade e Método*:

A linguagem é o meio que se realiza o acordo dos interlocutores e o entendimento sobre a coisa. A conversação é um processo pelo qual se procura chegar a um acordo. Faz parte de toda verdadeira conversação o atender realmente ao outro, deixar valer os seus pontos de vista e pôr-se em seu lugar, e, talvez não no sentido de que se queira entendê-lo como esta individualidade, mas sim no de que se procura entender o que diz” (Gadamer, 1997, p. 561).

As campanhas eleitorais digitais estruturam-se, cada vez mais, com base em estratégias de microdirecionamento informacional, utilizando dados pessoais para personalizar narrativas, apelar a emoções específicas e, com frequência, disseminar conteúdos enganosos de maneira opaca. Esse cenário representa uma ruptura do espaço público como arena deliberativa: substitui-se o diálogo pelo monólogo emocional; os argumentos por slogans; o consenso por agrupamentos fechados de ressentimento. À luz da hermenêutica gadameriana, constata-se que, no processo digital, não há conversação genuína – não há busca por fusão de horizontes, mas uma simulação artificial de comunicação, voltada à reprodução de crenças pré-estabelecidas.

A linguagem, nesse contexto, transforma-se em instrumento de dominação simbólica quando empregada de forma assimétrica, mascarando interesses sob a aparência de neutralidade. Na lógica da comunicação política contemporânea, essa dominação manifesta-se pela capacidade de moldar percepções eleitorais por meio de conteúdos enviesados, artificialmente amplificados por algoritmos e campanhas estruturadas de desinformação.

Diante dessa realidade, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE), desde 2018, implementa o Programa de Enfrentamento à Desinformação, com o objetivo de combater e prevenir a disseminação de notícias falsas, mediante parcerias com órgãos públicos, plataformas digitais e entidades da sociedade civil.

Para além da manipulação direta, promovida por campanhas segmentadas, o ambiente eleitoral enfrenta uma ameaça ainda mais difusa e corrosiva: a superficialização da experiência política. Imerso em uma avalanche de dados, conteúdos fragmentados e descontextualizados, o eleitor é submetido àquilo que se pode chamar de ditadura do ruído, onde a ilusão de pluralidade esconde um aprisionamento em zonas de conforto opinativas, nas quais suas crenças são constantemente reafirmadas. Tal conforto, entretanto, produz uma falsa impressão de realidade.

E se o arrancarem à força da sua caverna, o obrigarem a subir a encosta rude e escarpada e não o largarem antes de o terem arrastado até a luz do Sol, não sofrerá vivamente e não se queixará de tais violências? E, quando tiver chegado à luz, poderá, com os olhos ofuscados pelo seu brilho, distinguir uma só das coisas que ora denominamos verdadeiras? (Platão, 2017, p. 298).

As campanhas digitais conferem ao eleitor a sensação de pertencimento a grupos homogêneos, num processo vicioso de confirmação mútua. Contudo, como aponta Platão, a verdade exige esforço e confronto com o incômodo da realidade. O eleitor, como o prisioneiro da caverna, está confinado em uma bolha informacional, contemplando apenas sombras da realidade. Ilustrativo nesse sentido, de igual modo, é que na própria alegoria da caverna de Platão, quando o prisioneiro liberto ascende à realidade e retorna para contar aos outros que o que vivem não é a realidade, é ridicularizado e assassinado pelos demais prisioneiros. Neste trecho da alegoria, Platão faz, claramente, uma crítica à democracia ateniense, que pouco tempo antes havia condenado seu Mestre Sócrates à morte, mas também a constatação de uma tendência humana comum, a de que permanecer no conformismo intelectual daquilo que lhe é conhecido em detrimento do esforço constante para a ascensão ao conhecimento.

Nesse contexto, o eleitor é conduzido a falsas crenças, transformando-se em massa de manobra, desprovido de verdadeira vontade política, e induzido a acreditar que a uniformidade de opiniões equivale à verdade. Aristóteles, ao refletir sobre o caráter da verdade, adverte: “Ser, se ninguém tivesse antes opinado. Mas se veio a ser e há de ser, é evidente que não são todas as coisas que são relativas à opinião” (Aristóteles, 2023, p. 81).

O filósofo afirma que a existência de algo independe da opinião alheia. Se a verdade fosse apenas uma questão de opinião, qualquer divergência a invalidaria – o que não ocorre. Portanto, nem tudo é relativo; certas verdades subsistem independentemente da percepção subjetiva. Daí porque os gregos já distinguiam entre a doxa e a episteme. A primeira, uma mera opinião, provinda

do senso comum que, eventualmente até pode gerar conclusões verdadeiras – embora desprovidas de fundamento –. A segunda o conhecimento que almeja à verdade, atingido no campo do logos. Uma distinção cada vez mais esquecida pelos homens contemporâneos.

Neste cenário, é impossível que o eleitor forme sua vontade política de maneira honesta e coerente, uma vez que vive sob uma falsa sensação de clareza, sem enfrentar o contraditório e sem ultrapassar seu horizonte restrito. A lisura do processo eleitoral é comprometida não apenas por fraudes materiais, mas por uma fraude hermenêutica silenciosa, que esvazia o sentido do voto livre e esclarecido.

Diante disso, torna-se legítimo – e talvez inevitável – indagar quais estruturas condicionam, hoje, o horizonte do debate democrático e em que medida o silêncio institucional sobre tais estruturas contribui para a manutenção de uma cidadania esvaziada. Ainda que a liberdade de expressão seja um pilar inegociável do regime democrático, a liberdade de compreender, deliberar e formar uma vontade política consciente está cada vez mais submetida a lógicas que escapam ao escrutínio público. O verdadeiro desafio, portanto, não é apenas proteger o direito de falar – mas garantir que todos possam ouvir, compreender e escolher, em meio à multiplicidade de vozes e visões.

De fato, a verdade como elemento indissociável do exercício de uma liberdade de expressão responsável é um dos temas que mais entra em crise na atual realidade comunicacional. Isto porque a verdade se manifesta no bojo de um discurso, através de juízos. A verdade racional entra em crise e passa a ser substituída por uma verdade emocional. Esta a síntese da chamada pós-verdade, eleita como palavra do ano pelo dicionário de Oxford, no ano de 2016⁴.

A pós-verdade consiste em um fenômeno complexo, que modifica substancialmente a cultura humana no que concerne à formação de uma concepção do que é verdadeiro ou falso em termos gerais. A verdade, tradicionalmente, se constrói a partir da razão. É dizer, confronta-se um determinado fato ou fenômeno a pressupostos racionais e, com isso constata-se a razoabilidade, a verossimilitude daquilo que se apresenta à razão. Esta é a maneira de construção e aferição da verdade. Na lógica da pós-verdade, por sua vez, muito embora os destinatários do conteúdo possuam fáceis meios para aferir se uma notícia ou conteúdo são verdadeiros – bastando um clique para isso – há um reiterado desprezo pela verdade. Aceita-se e assimila-se, assim, algo como verdadeiro, não a partir de qualquer confrontação racional, mas tão somente a partir da adequação entre o conteúdo e as preleções emocionais do destinatário. É dizer,

⁴ Conferir: <https://www.academia.org.br/nossa-lingua/nova-palavra/pos-verdade>.

se o conteúdo recebido confirma as crenças e desejos do destinatário, este aceita o conteúdo como verdadeiro e o transmite como se assim fosse. Se o conteúdo contrariar suas preleções, por outro lado, se o ignorará como falso. Esta é das principais características da estrutura comunicacional da pós-verdade.

Ao estudar os fatores que conduzem à pós-verdade, aponta-se, como uma de suas causas, precisamente o viés cognitivo do destinatário, cuja tendência é a de evitar confrontar suas próprias crenças, mantendo-se em estado de conforto. Veja-se sobre o viés cognitivo:

Trata-se de uma tendência do ser humano a formar suas crenças e visões de mundo sem se basear na razão e nas evidências, isto é, nos fatos, em um esforço para evitar descontentamento psíquico. McIntyre aponta três estudos clássicos em psicologia social conduzidos nos Estados Unidos, nas décadas de 1950 e 1960, que demonstraram essa questão. O primeiro deles é a teoria da dissonância cognitiva de Festinger, segundo a qual buscamos harmonia entre nossas crenças e ações. O segundo é a teoria da conformidade social de Asch, que postula que temos a tendência a ceder à pressão social por nosso desejo de estar em harmonia com os outros. O terceiro é o estudo do viés de confirmação conduzido por Watson, que identificou nossa tendência a dar mais peso às informações que confirmam nossas crenças pré-existentes. O autor apresenta também estudos recentes sobre a questão, expressos em dois conceitos: efeito contraproducente (fenômeno em que a apresentação de uma informação verdadeira para uma pessoa, que entra em conflito com suas crenças em fatos falsos, faz com que a pessoa creia nesses fatos com mais força ainda) e o efeito Dunning-Kruger (fenômeno no qual nossa falta de capacidade para fazer algo faz com que superestimemos nossas habilidades reais). Tais elementos do viés cognitivo fazem com que as pessoas sejam propensas a formas suas crenças sem ter em conta a razão e as evidências (Araújo, 2020, p. 37).

Como podemos observar, as tendências apontadas e demonstradas em tais estudos são amplificadas de maneira elevadíssima no contexto da atual realidade comunicacional. Esta modificação de paradigmas acerca da própria verdade, por óbvio, produz profundos efeitos sobre o processo eleitoral como um todo e, principalmente, sobre a formação da vontade política eleitoral que, como se percebe, passa a ser pautada de maneira maliciosa em bolhas comunicacionais que mediocrizam o debate público em temas de interesse geral. Fica a questão: a quem este modelo atende? Esta é a pergunta fundamental em um modelo político que depende da transparência como um de seus pressupostos de legitimidade, como é o caso da democracia.

Por fim, cabe lembrar que os direitos fundamentais não são absolutos, devendo-se harmonizar entre eles de acordo com as situações concretas, tendo em vista que são veiculados precipuamente por normas principiológicas, ou seja, valores inseridos normativamente no ordenamento jurídico e que são ponderados entre si diante da questão concreta. Não integra o direito à liberdade de expressão, portanto, o direito de deliberadamente desinformar ou distorcer informações com vistas a influenciar abusivamente a higidez do processo político eleitoral. “Cabe recordar que o direito a ser informado – e não o é quem recebe notícias irreais – tem também raiz constitucional, como se vê do art. 5º, inciso XIX, da CF” (Mendes e Branco, 2024, p. 249).

4 CONSIDERAÇÕES CONCLUSIVAS

O debate sobre a coleta e o tratamento de dados no processo eleitoral não se encerra em si mesmo; trata-se de um instrumento indispensável à preservação da liberdade e da autenticidade da manifestação da vontade popular. A análise crítica dos pontos aqui expostos conduz a uma frente prioritária de atuação: o fortalecimento da transparência e da responsabilidade no uso de dados e algoritmos em campanhas eleitorais.

É imperioso reconhecer que a liberdade do eleitor e a integridade do processo democrático dependem da existência de um ecossistema comunicacional saudável. A compreensão da realidade política não ocorre no vácuo, mas é mediada pelo conhecimento prévio do indivíduo, pelas interações sociais e pelas influências ambientais. A ação racional exige crítica, fundamentação e contraste de perspectivas. Quando o ambiente informacional está corrompido pela opacidade, desinformação e hipersegmentação, a vontade política não é resultado do esclarecimento, mas produto da manipulação.

Assiste-se a uma distorção comunicacional sistêmica, na qual a incompreensão da realidade política não decorre apenas da apatia do “homem-massa”, mas de estratégias sofisticadas de subversão do sistema democrático, que reduzem o cidadão a mero receptáculo de estímulos algorítmicos. Nesse contexto, a coleta massiva de dados alimenta bolhas informacionais herméticas.

A única forma eficaz de enfrentar essas práticas é por meio de transparência substantiva – que vá além da formalidade do consentimento. É necessário garantir o direito à informação clara, acessível e proativa quanto ao tratamento de dados eleitorais. A LGPD exige essa transparência como um princípio central. Aplicá-la de forma efetiva implica, por exemplo, garantir ao eleitor o acesso à origem dos dados utilizados para contatá-lo e aos critérios usados na segmen-

tação de mensagens políticas.

A Resolução TSE n. 23.732/2024 representa avanço nesse sentido ao exigir o registro das operações de tratamento de dados e ao permitir que a Justiça Eleitoral solicite sua apresentação.

Fortalecer o dever de informação é lançar luz sobre os mecanismos ocultos de manipulação algorítmica. Isso empodera os eleitores e autoridades no combate a abusos. A rastreabilidade algorítmica – ou seja, o registro e a possibilidade de auditoria de decisões automatizadas – assegura que mesmo campanhas personalizadas possam ser revistas e explicadas após o pleito, promovendo eleições mais justas e democráticas.

Diante desse diagnóstico, o Direito não pode se manter neutro. O espaço público contemporâneo é tecnicamente construído, e a arquitetura da informação passou a ser um campo legítimo de disputa democrática. Nesse cenário, é não apenas legítimo, mas necessário que o Estado democrático atue – não para restringir a liberdade de expressão, mas para protegê-la contra formas sofisticadas de dominação discursiva que se disfarçam sob o manto da liberdade irrestrita.

A regulação de conteúdo, portanto, não pode abalar a liberdade de expressão. Justamente ao contrário, ela deve ter por alvo a sua proteção. Toda censura é suspeita. Mas, como observou Luna van Brussel Barroso (2022, p. 109), é preciso ter em conta que, na era digital, os mesmos fundamentos que tradicionalmente justificaram a proteção reforçada da liberdade de expressão – busca da verdade possível, dignidade humana e democracia – podem justificar sua regulação (Barroso, 2023, p. 38).

Em suma, entende-se que a regulação das mídias sociais, voltada à lisura do processo eleitoral, deve coibir condutas inautênticas, o compartilhamento deliberado de desinformação e a captura abusiva de dados. Proteger dados é proteger a liberdade – mas proteger o espaço onde os dados circulam é proteger a própria democracia. Cabe ao Direito, à Filosofia e à Política decidirem se continuarão apenas observando essa transformação, submissas ao poder, em especial o econômico, ou se estarão à altura de conduzi-la.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Carlos Alberto. O fenômeno da pós-verdade: uma revisão de literatura sobre suas causas, características e consequências. *Revista de Comunicação, Cultura e Política do Departamento de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro*, v. 20, n. 41, jul-set/2020

ARISTÓTELES. *A Metafísica: livros IV e VI*. Comentário de Lucas Angioni. 2. ed. Campinas: IFCH/UNICAMP, 2003. (Textos Didáticos, n. 45).

BARROSO, Luís Roberto. Liberdade de expressão, imprensa e mídias sociais: jurisprudência, direito comparado e novos desafios. *Revista de Informação Legislativa*, Brasília, v. 25, e135-3015, 2023. DOI: <https://doi.org/10.20499/22363645.RJP2023v25e135-3015>.

BAUMAN, Zygmunt. *Vigilância líquida*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

BIONI, Bruno. *Tratamento de dados pessoais e a nova regulação: a Lei Geral de Proteção de Dados*. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Resolução TSE nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019. Dispõe sobre propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha eleitoral. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019>.

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm

CLARK, Jeff. Philosophy, understanding and the consultation: a fusion of horizons. *British Journal of General Practice*, v. 58, n. 546, p. 58–60, 2008. DOI: <https://doi.org/10.3399/bjgp08X263929>.

EUROPEAN DATA PROTECTION SUPERVISOR. Online targeting for political advertising: stricter rules are necessary. 2022. Disponível em: https://www.edps.europa.eu/press-publications/press-news/press-releases/2022/online-targeting-political-advertising-stricter_en.

GADAMER, Hans-Georg. *Verdade e método*. Tradução de Ivo Assad Ibri. Petrópolis: Vozes, 1997.

HABERMAS, Jürgen. *A consciência moral e o agir comunicativo*. Rio de Janeiro: Tempo

Brasileiro, 1989.

MENDES, Gilmar Ferreira; BRANCO, Paulo Gustavo Gonet. Curso de direito constitucional. 19ª ed. São Paulo: SaraivaJur, 2024

PLATÃO. A República. Tradução de Maria Helena da Rocha Pereira. 1. ed. São Paulo: Lafonte, 2017.

UNIÃO EUROPEIA. Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 27 de abril de 2016. Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (GDPR). Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>.