



**Melhor Tese do Programa de Pós-Graduação em
Direito Constitucional do Instituto Brasileiro de
Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa (IDP)**

Lucia Maria Teixeira Ferreira

A Dimensão Objetiva do Direito Fundamental à Proteção de Dados Pessoais

*Perfilamento e Microdirecionamento de
Propaganda Político-Eleitoral Digital por
Provedores de Aplicação de Internet*

*Prefácio: Laura Schertel Mendes
Apresentação: Vânia Aieta*

EDITORA LUMEN JURIS
RIO DE JANEIRO
2026

Todos os direitos desta edição reservados à editora Lumen Juris
Copyright © 2025 by Lucia Maria Teixeira Ferreira
Categoria: Direito Digital

Editor: João Luiz da Silva Almeida
Produção editorial: Angel Cabeza
Designer editorial: Rebecca Ramos e Thassiel Melo
Diagramação: Rômulo Lentini
Gerente administrativo-financeiro: Carla Sampaio
Financeiro: Juliano de Oliveira
Assistente financeiro: Jefferson Badaró
Gerente comercial e logística: Arlei Rocha
Comercial e relacionamento: Cristiano Mabilia
Eventos: Arianna Pacheco

A editora Lumen Juris Ltda. não se responsabiliza
pelas opiniões emitidas nesta obra por seu Autor.

É proibida a reprodução total ou parcial, por qualquer meio ou processo, inclusive quanto
às características gráficas e/ou editoriais. A violação de direitos autorais constitui crime
(Código Penal, art. 184 e §§, e Lei nº 6.895, de 17/12/1980), sujeito à busca e apreensão e
indenizações diversas (Lei nº 9.610/98).

Impresso no Brasil | *Printed in Brazil*

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

F383d

Ferreira, Lucia Maria Teixeira

A dimensão objetiva do direito fundamental à proteção de dados pessoais
: perfilamento e microdirecionamento de propaganda político-eleitoral digital por
provedores de aplicação de internet / Lucia Maria Teixeira Ferreira. – 1. ed. – Rio de
Janeiro : Lumen Juris, 2025.
642 p. ; 23 cm.

Inclui bibliografia.

ISBN 978-85-519-3549-1

1. Proteção de dados - Legislação - Brasil. 2. Propaganda política - Brasil. 3.
Regulação. 4. Provedores de serviços da Internet. 5. Campanhas eleitorais - Brasil. I.
Titulo.

CDD 342.81078

Ficha catalográfica elaborada por Ellen Tuzi CRB-7: 6927

Editora Lumen Juris
Rua Newton Prado, 43, São Cristóvão, Rio de Janeiro/RJ
CEP: 20930-445
Telefone: (21) 2580-7178 | atendimento@lumenjuris.com.br

Sumário

Introdução	1
1.1 Do problema de pesquisa ao objeto de estudo	1
1.2. Da organização do livro.....	22
1.3 Dos principais conceitos utilizados no livro.....	27
Capítulo I – Repensando o Constitucionalismo para o Século XXI: Uma Ponte entre o Passado e o Futuro na Defesa dos Direitos Fundamentais	31
1.1 A força normativa da Constituição e o retorno às bases do constitucionalismo contemporâneo	31
1.2 As gerações ou dimensões dos direitos fundamentais: entre liberdade e solidariedade	38
1.3 A chamada dupla dimensão dos direitos fundamentais	44
1.4 A dimensão objetiva dos direitos fundamentais e a sua eficácia horizontal.....	46
1.4.1 O caso Lüth e a consolidação da teoria da dimensão objetiva dos direitos fundamentais	48
1.4.2 A eficácia irradiante dos direitos fundamentais	51
1.4.3 A eficácia dos direitos fundamentais nas relações privadas: vinculação direta (ou imediata) e vinculação indireta (ou mediata) dos particulares.....	54
1.4.4 A eficácia horizontal dos direitos fundamentais e a Constituição de 1988.....	57

1.4.5 A noção de dever de proteção estatal: a proibição da proteção insuficiente e a proibição do excesso.....	64
1.5 A dimensão objetiva e a eficácia horizontal nas decisões do Supremo Tribunal Federal.....	69
1.5.1 O dever de proteção estatal na jurisprudência do STF.....	69
1.5.2 O STF e a teoria da eficácia horizontal.....	74
1.6 A eficácia horizontal dos direitos fundamentais no Direito Eleitoral brasileiro.....	85
1.6.1 A decisão do STF na ADI n.º 5.617.....	85
1.6.2 O referendo na medida cautelar na ADPF n.º 738.....	90
1.7. Novos rumos do constitucionalismo na economia digital e na sociedade algorítmica.....	94
1.7.1 Sociedade em rede: a fase da autorregulação e da absoluta liberdade econômica e a crise do constitucionalismo.....	106
1.7.2 A ascensão do capitalismo de vigilância e a economia movida a dados.....	112
1.7.3 Da sociedade em rede à sociedade algorítmica.....	115
1.7.4 Tecnodeterminismo e governança algorítmica.....	122
1.7.5 O chamado “constitucionalismo digital” europeu e o direito fundamental à proteção de dados pessoais.....	125
1.7.6 O Regulamento Geral de Proteção de Dados da União Europeia como uma das principais expressões do constitucionalismo digital europeu.....	127
1.7.7 As transformações da esfera pública na era digital.....	132
1.7.7.1 Democracia de público e fragmentações na esfera pública digital: os riscos do perfilamento de dados pessoais em face da manipulação algorítmica.....	138

Capítulo II – O Direito Fundamental à Proteção de Dados Pessoais 149

2.1 Da privacidade à proteção de dados pessoais	149
2.2 Antecedentes históricos: a autodeterminação informativa	154
2.3 O direito fundamental à proteção de dados no ordenamento jurídico brasileiro	161
2.4 A ADI n.º 6.649: separação informacional de poderes e limites do compartilhamento de dados pessoais.....	166
2.4.1 Do devido processo legal ao devido processo informacional ...	172
2.5 A dupla dimensão do direito fundamental à proteção de dados pessoais	174
2.6 Legislação brasileira de proteção de dados pessoais aplicada ao contexto eleitoral.....	182
2.6.1 As disposições da LGPD no tocante ao tratamento de dados pessoais de eleitores no contexto da propaganda política e eleitoral	184
2.6.1.1 Coleta e tratamento.....	184
2.6.1.2 Quem pode tratar dados pessoais.....	186
2.6.1.3 Dados sensíveis e as salvaguardas legais.....	191
2.6.1.4 Bases legais e restrições	194
2.6.1.5 Finalidade, adequação e necessidade	200
2.6.1.6 Medidas de prevenção e segurança	207
2.6.1.7 Responsabilização e prestação de contas	212
2.6.1.8 Princípio da precaução	213
2.7 As leis de proteção de dados e as limitações do paradigma do consentimento	216

2.7.1 Limitações cognitivas do titular de dados.....	218
2.7.2 Assimetria de poder informacional e o custo social da sociedade da informação.....	221
2.7.3 As novas tecnologias e as limitações no gerenciamento individual dos riscos no momento da coleta de dados	222

**Capítulo III – Microdirecionamento e
Comunicação Política nos Meios Digitais.....229**

3.1 O fenômeno da digitalização e os reflexos da “marketização” da comunicação política	229
3.2 Perfis psicométricos e microdirecionamento: a engenharia comportamental a serviço do marketing político	232
3.3 Freud explica? As contribuições da psicanálise para entender os efeitos do microdirecionamento no contexto do populismo digital.....	234
3.4 O microdirecionamento e a fragmentação da moralidade: a erosão de consensos no mundo algorítmico à luz da psicologia social de Jonathan Haidt	237
3.5 O caso Cambridge Analytica e suas repercussões nas eleições estadunidenses de 2016 e no Brexit.....	240
3.5.1 Do Vale do Silício a Westminster: a investigação do parlamento britânico e as contribuições da autoridade britânica de proteção de dados.....	244
3.6. <i>Astroturfing</i> e microdirecionamento: a sombra russa nas eleições estadunidenses de 2016.....	247
3.7 Microdirecionamento e opacidade eleitoral: o caso das eleições federais alemãs de 2021.....	251
3.8 A democracia algorítmica e o poder das máquinas de influenciar decisões	254

3.8.1 Entre algoritmos e ideologias: <i>social bots</i> , câmaras de eco e polarização	259
3.8.2 Do impulso ao controle: o emprego de <i>nudges</i> em larga escala nos chamados “leilões em tempo real”	263
3.9 Microdirecionamento e Desinformação: a combinação que desafia a integridade do processo eleitoral.....	266
3.10 Os efeitos do microdirecionamento de propaganda eleitoral e seus reais impactos à democracia	271
3.10.1 Persuasão e manipulação: rumo a uma taxonomia das estratégias de influência	272
3.10.2 Algoritmos e autodeterminação: impactos do microdirecionamento na formação da vontade do eleitor	275
3.10.3 Entre o individual e o coletivo: reflexões sobre a autonomia do eleitor e os rumos da democracia	283

**Capítulo IV – Perfilamento e Microdirecionamento:
a nova face da comunicação política na democracia digital289**

4.1 Repensando a regulação da propaganda eleitoral na sociedade algorítmica	289
4.2 Democracias em crise: dinâmicas de enfraquecimento e caminhos de resistência no século XXI	293
4.3 Comunicação política na era digital: enfrentando os desafios da democracia algorítmica.....	303
4.4 Democracia em rede: os princípios constitucionais estruturantes do Direito Eleitoral.....	310
4.5 Desigualdades socioeconômicas e abismo digital: reflexões sobre inclusão na era tecnológica	317
4.6 As jornadas de junho de 2013: o papel das redes sociais e a reconfiguração da participação popular	321

4.7 Liberdade de expressão e regulação eleitoral: os limites do financiamento de campanhas por grandes corporações.....	324
4.8 A nova face da comunicação política e seus efeitos no processo eleitoral.....	326
4.8.1 Desenvolvimento tecnológico e economia da atenção: impactos na comunicação política contemporânea	330
4.8.2 Ágora digital: o fenômeno das redes sociais e as mudanças na comunicação política brasileira a partir de 2010.....	336
4.8.3 Campanhas presidenciais de Trump e Bolsonaro: a ascensão do populismo digital e seus desafios democráticos.....	338
4.8.4 O papel das redes sociais no fortalecimento do populismo autoritário em sociedades ocidentais.....	340
4.8.5 Nem tudo lhe é lícito: o abuso de poder político e uso indevido dos meios de comunicação social na era digital.....	343
4.9 A campanha político-eleitoral permanente: rumo à superação dos períodos de campanha e pré-campanha eleitoral	346
4.10 A ascensão dos influenciadores digitais: a estreia de um novo protagonista no cenário político-eleitoral	351
4.11 Redes sociais e algoritmos de recomendação: o caso da plataforma X nas eleições dos EUA de 2024	356
4.12 Em terra de rede social, quem tem o algoritmo é rei: a instrumentalização das redes sociais em campanhas de desinformação	358

Capítulo V – Regulação da Propaganda Eleitoral: entre a normatização e a prática na era digital365

5.1 O art. 242 do Código Eleitoral e o problema dos meios publicitários destinados a criar estados mentais ou passionais...	368
---	-----

5.2 A trajetória da regulação da propaganda político-eleitoral nos meios digitais	374
5.3 Do chamado “conceito tripartite” de propaganda eleitoral à análise quadrifásica	380
5.4 O conceito de indiferente eleitoral como “chave-mestra” na fixação dos limites negativos da competência da Justiça Eleitoral...384	
5.5 Da necessidade de prévia qualificação da mensagem como conteúdo político-eleitoral	387
5.6 A Resolução TSE n.º 23.732/2024: deveres e responsabilidades dos provedores de aplicação de internet.....	393
5.6.1 Dos deveres impostos aos provedores de aplicação internet	396
5.6.1.1 Função social e dever de cuidado.....	397
5.6.1.2 Moderação e remoção de conteúdo	402
5.6.1.3 Correção e prevenção	403
5.6.1.4 Cooperação.....	405
5.6.1.5 Transparência	407
5.6.1.6 Proteção de dados.....	410
5.6.1.7 Síntese dos deveres dos provedores de aplicação de internet.....	414
5.6.2 Do caráter vinculante das normas que dispõem sobre os deveres dos provedores de aplicação	414
5.6.2.1 A propaganda eleitoral e o tempo: os dilemas temporais entre a campanha e a pré-campanha e o retorno da questão da propaganda permanente.....	417
5.6.3 Repercussões jurídicas do impulsionamento irregular de conteúdo político-eleitoral pelos provedores de aplicação	424

5.7 Atuação conjunta da ANPD e do TSE no âmbito administrativo no que tange à propaganda político-eleitoral.....	427
5.7.1 As potencialidades da atuação da autoridade de proteção de dados no contexto eleitoral.....	442
5.7.1.1 O exercício do poder de polícia pela ANPD no caso “Telekall”	442
5.7.1.2 A atuação da ANPD no caso “Meta IA”	444

Capítulo VI – Microdirecionamento e a Regulação do Conteúdo Político-Eleitoral: contribuições do framework da União Europeia ... 451

6.1 Iniciativas do direito regulatório europeu em defesa da democracia.....	451
6.2 Digital Services Act e o Regulamento (UE) 2024/900: estruturas normativas no combate à desinformação	455
6.3 Os reflexos do Digital Services Act sobre a propaganda direcionada: transparência e responsabilidade no ambiente digital	457
6.4 Código de Prática sobre Desinformação: estratégias e compromissos no enfrentamento do caos informacional.....	461
6.5 Perspectivas do EDPS sobre a nova regulação da propaganda política.....	462
6.6 O Regulamento (UE) 2024/900: transparência, liberdade de expressão, proteção de dados e os limites da propaganda política	466
6.6.1 O conceito de propaganda política à luz do novo regulamento europeu	468
6.6.2 Transparência e limitação do microdirecionamento na propaganda política: desafios regulatórios e éticos	469
6.6.3 Proteção de dados e restrições à prática de perfilamento no microdirecionamento de propaganda política	471

6.7 O Tribunal Constitucional Espanhol e a declaração da inconstitucionalidade de dispositivo da reforma eleitoral.....	480
6.8 <i>Enforcement</i> e a proteção da integridade eleitoral.....	484
6.8.1 A Comissão Europeia e o problema dos algoritmos de recomendação de conteúdo	485
6.8.2 Medidas de mitigação de riscos sistêmicos no contexto eleitoral europeu.....	486
6.8.3 Os chamados “testes de estresse” e a aferição de maturidade regulatória das plataformas.....	494
6.8.4 O relatório das plataformas em prol da integridade eleitoral no contexto europeu.....	495
6.9 Contribuições para a legislação brasileira sobre propaganda eleitoral	497
Conclusões.....	499