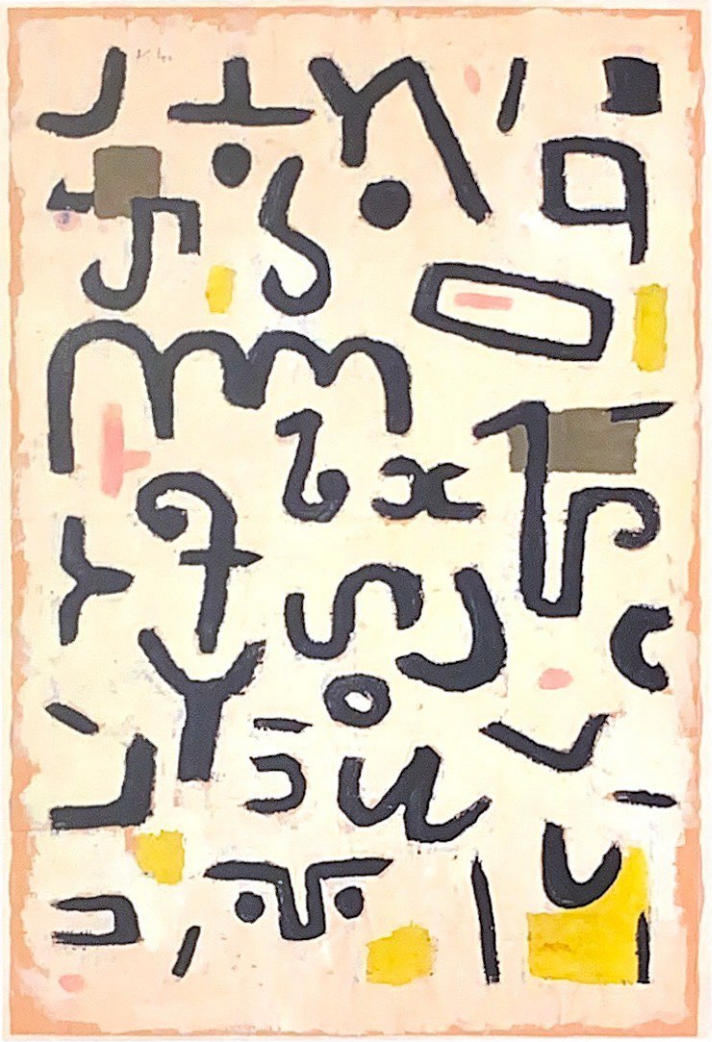
COORDENADORAS
Joyceane Bezerra de **Menezes** • Fernanda **Nunes Barbosa**



2024

A Prioridade da Pessoa Humana no Direito Civil-Constitucional

Estudos em Homenagem a **Maria Celina Bodin de Moraes**

EDITORA FOCO

DIREITO AO LIVRE PENSAMENTO NA ERA DIGITAL: A NECESSÁRIA PROTEÇÃO DAS PESSOAS CONTRA AS MÚLTIPLAS E VARIADAS ESTRATÉGIAS DE MANIPULAÇÃO

Ana Frazão[1]

Professora Associada de Direito Civil, Comercial e Econômico da Universidade de Brasília – UnB. Advogada.

Sumário: 1. Considerações iniciais – 2. Comunicação e propaganda de massa: quando a persuasão se transforma em manipulação; 2.1. Poder da comunicação de massa; 2.2. Efeitos da propaganda, especialmente a de cunho político: quando se cruza o limite da persuasão para adentrar no terreno da manipulação; 2.3. Primeiros delineamentos das repercussões da propaganda e da manipulação para o livre pensamento – 3. Controle informacional e propaganda no século XXI: a complexidade da economia movida a dados pessoais e do ambiente digital; 3.1. Modificações decorrentes da economia movida a dados e do ambiente digital: surgimento de novas e mais intensas formas de manipulação; 3.2. Riscos ao livre pensamento; 3.3. Manipulação pela tecnologia – 4. Riscos à privacidade mental e ao livre pensamento: o direito ao livre pensamento como resposta; 4.1. Mercados de consciências; 4.2. Explorando a última fronteira da mente: a supressão do livre pensamento pela neurotecnologia; 4.3. Rumo à construção dos novos direitos da mente, incluindo o livre pensamento – 5. Considerações finais – 6. Referências.

1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O cérebro humano costuma ser visto como a última fronteira da privacidade, diante da crença de que nossos pensamentos e emoções estão a salvo de qualquer tipo de escrutínio que não seja o exclusivamente pessoal. Embora a experiência histórica nos mostre a existência de várias tentativas de mapear e direcionar o pensamento humano, fato é que as ameaças anteriores não foram suficientes para abalar a ideia de que nossas mentes são espaços verdadeiramente nossos.

Entretanto, esse cenário vem sendo radicalmente alterado pelos negócios de dados e pelas tecnologias cada vez mais sofisticadas neles empregadas, aí incluídas as neurotecnologias. Progressivamente são colocadas em prática inúmeras estratégias de empresas e governos que, por meio de uma série de técnicas de manipulação, trazem evidentes riscos à privacidade mental dos indivíduos e ao livre pensamento.

Embora não seja fácil distinguir persuasão de manipulação, adota-se, para efeitos do presente artigo, a compreensão de que a segunda se diferencia da primeira na medida

1. A autora sente-se muito feliz e honrada por participar de obra em homenagem à Professora Maria Celina Bodin de Morais, que é uma grande inspiração para todos, especialmente para as juristas mulheres. A escolha do tema do artigo decorreu da intenção de dialogar com as conhecidas preocupações da homenageada em relação à construção de soluções que concretizem o princípio da dignidade humana.

em que visa alterar os pensamentos ou comportamentos das pessoas *com* a utilização de violência psicológica, coerção ou engano, o que não estaria presente na persuasão propriamente dita.

Consequentemente, a manipulação tem como cerne o engano deliberado ou a violência psicológica e emocional, ainda que imperceptível pelo destinatário, inclusive para o fim de possibilitar o controle sobre mentes[2]. Daí por que, ao contrário da persuasão, que pressupõe o respeito às pessoas e a tentativa de convencê-las racional ou emocionalmente por meios adequados, a manipulação baseia-se na desconsideração, no desrespeito e na desumanização dos indivíduos, buscando suprimir a sua racionalidade ou interferir de forma abusiva em suas emoções, de modo a impossibilitar uma tomada de decisão autônoma.

Se é verdade que as estratégias de manipulação acompanham a história da humanidade, não se pode negar que foram significativamente ampliadas e potencializadas no contexto do capitalismo de vigilância[3], que possibilita o uso do enorme volume de dados extraídos das pessoas – aí incluídos os dados cerebrais –para o fim de manipulá-las para os mais diversos objetivos, que vão dos comerciais aos políticos. Não é sem razão que, na atualidade, as discussões sobre a chamada lavagem cerebral (*brain washing)* têm sido resgatadas e ressignificadas, unindo-se a outras, como as relacionadas ao *brain hacking.*

Não é preciso muito esforço para concluir que tal fenômeno é manifestamente incompatível com os direitos fundamentais mais elementares, bem como com a proteção de dados pessoais. Afinal, esta se encontra alicerçada não apenas na tutela da privacidade – sobretudo se esta for vista apenas como intimidade – mas também no resguardo da autodeterminação informativa e de importantes direitos e garantias fundamentais, incluindo a dignidade, a cidadania e o próprio livre arbítrio[4].

É por essa razão que Daniel Solove[5] e Shoshana Zuboff[6] tratam da proteção de dados pessoais a partir do que denominam de "santuário", ou seja, de um espaço de refúgio inviolável ou de um núcleo essencial onde as pessoas estejam livres do controle da sociedade, inclusive para que possam deixar as máscaras e exercer suas verdadeiras identidades.

---

2. Não é objetivo do presente artigo aprofundar as discussões sobre o poder, mas é importante destacar que a formulação ora apresentada tem forte influência da proposta apresentada por Manuel Castells (CASTELLS, Manuel. *O poder da comunicação*. Tradução Vera Lucia Joyceline. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2015).
3. Ver ZUBOFF, Shoshana. *The age of surveillance capitalism. The fight for a human future at the new frontier of power*. New York: Public Affairs, 2019.
4. Ver FRAZÃO, Ana. Fundamentos da proteção dos dados pessoais – Noções introdutórias para a compreensão da importância da Lei Geral de Proteção de dados. In: TEPEDINO, Gustavo; FRAZÃO, Ana e OLIVA, Milena Donato. (Org.). *Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e suas repercussões no Direito Brasileiro*. São Paulo: Thomson Reuters – Ed. RT, 2019. v. 1. pp. 23-52, e FRAZÃO, Ana. Objetivos e alcance da Lei Geral de Proteção de Dados. In: Gustavo Tepedino, Ana Frazão, Milena Donato Oliva. (Org.). *Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e suas repercussões no Direito Brasileiro*. São Paulo: Thomson Reuters – Ed. RT, 2019. pp. 99-129.
5. SOLOVE, Daniel. *Understanding privacy*. Cambridge: Harvard University Press, 2008. p. 164.
6. ZUBOFF, Shoshana. Op. cit., p. 21.

Trata-se de posição convergente com a de Robert Scheer[7], que conecta esse espaço de inviolabilidade igualmente com a democracia. Daí concluir que, sem assegurar um espaço inviolável, tanto físico como mental, no qual os cidadãos possam habitar sem medo de serem observados por outros, não pode haver garantia da soberania individual.

Também não é sem motivo que a própria LGPD, já no seu art. 1º, deixa claro que os seus objetivos são os de proteger "os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural", com o que reforça o seu compromisso com a tutela da identidade e do livre pensamento.

É diante dessas preocupações que o presente artigo pretende explorar o problema da manipulação, a fim de demonstrar vários dos riscos atuais do capitalismo movido a dados e as justificativas que reforçam a necessidade de que o regime de proteção de dados esteja atento à preservação da autonomia individual, do livre desenvolvimento da personalidade e do livre pensamento.

Mais do que isso, o presente artigo buscará explorar a necessidade de se reconhecer um verdadeiro direito fundamental à livre formação do pensamento[8], do qual decorre o direito de ser protegido contra manipulações indevidas que comprometam a autonomia individual.

2. COMUNICAÇÃO E PROPAGANDA DE MASSA: QUANDO A PERSUASÃO SE TRANSFORMA EM MANIPULAÇÃO

2.1. Poder da comunicação de massa

Como se adiantou na introdução, o problema da manipulação acompanha a história da humanidade. Entretanto, o advento dos meios de comunicação de massa no século XX pode ser visto como um divisor de águas para a compreensão da questão, na medida em que mostrou não apenas a maior facilidade de divulgar conteúdos para um grande número de pessoas, como também o poder que resulta dessa capacidade.

Daí a importância do controle da informação e das diversas formas pelas quais se pode exercer poder informacional, tais como a definição das pautas dos assuntos considerados relevantes (*agenda setting*), a omissão dos assuntos inconvenientes e a "moldura" das informações que seriam transmitidas ao grande público (*framing*).

Muitas dessas estratégias, que em boa parte não são nem mesmo identificadas pelos destinatários das informações, são implementadas em razão dos interesses políticos e

7. SCHEER, Robert. *They know everything about you. How data-collecting corporations and snooping governments are destroying democracy.* New York: Nation Books, 2015, p. ix.
8. É o que sustentam vários autores, como Susie Alegre (ALEGRE, Susie. *Freedom do think. Protecting a fundamental human right in the digital age.* London: Atlantic Books, 2022) e Nita Farahani (FARAHANY, Nita. *The Battle for Your Brain. Defending the Right to Think Freely in the Age of Neurotechnology.* St. Martin's Press, 2023). No Brasil, Bruno Koga, em sua recente tese de doutorado (KOGA, Bruno Yudi Soares. Tecnologias Persuasivas e o direito fundamental à livre tomada de decisão. Tese de Doutorado defendida perante o IDP em julho de 2023), faz tal proposta diretamente.

econômicos daqueles que controlam os veículos de comunicação, sem qualquer comprometimento com a criação de uma esfera pública plural e informada por padrões que busquem atingir graus mínimos de transparência e fidedignidade.

Daí o enorme potencial de que os titulares dos meios de comunicação em massa influenciem ou mesmo manipulem a formação da convicção dos indivíduos, o que suscita diversas preocupações[9], tais como a necessidade de se assegurar transparência à comunicação – a fim de que o destinatário possa diferenciar o que é notícia do que é propaganda, por exemplo – e de se estabelecer critérios claros para diferenciar a persuasão – que, a princípio, seria lícita – da manipulação.

Não é mera coincidência que, no século XX, as elites econômicas e políticas tenham se organizado para assumir a propriedade dos grandes meios de comunicação de massa, a fim de direcionar muito das suas estratégias de dominação para a persuasão ou manipulação da opinião pública ou o que Herman e Chomksy[10] chamam de fabricação do consenso.

Aliás, como nos ensina Manuel Castells[11], a capacidade de moldar a mente humana e a forma como sentimos e pensamos é o fator que determina como agimos individual e coletivamente. Consequentemente, é fundamental compreender quem detém o controle da informação e da comunicação e pode "fabricar" ideologias e consensos[12].

Nesse contexto, a propaganda passou a ganhar um grande protagonismo, tanto para fins comerciais, como também para propósitos políticos. Em muitos casos, criou-se verdadeira simbiose entre a indústria da informação e a indústria da propaganda, já que a primeira é alimentada pela segunda e não raro precisa atender aos interesses desta.

Com efeito, sob diversas perspectivas, a própria indústria da informação pode se tornar sub-repticiamente uma forma de indústria de propaganda, especialmente quando não há controles editoriais sérios nem transparência sobre os reais interesses que movem determinados veículos de comunicação. Outro fator que pode produzir tais resultados é a ausência de rivalidade que possibilite uma competição pela melhor notícia e viabilize certa representatividade às diversas correntes de pensamento que existam em uma determinada sociedade.

Não surpreende que, sob essa perspectiva, vários dos conflitos sociais passaram a assumir, a partir do século XX, as vestes de uma verdadeira guerra cultural, problema que é magistralmente exposto por Chomksy[13] e por Joseph Stiglitz[14], ao apontarem como a comunicação social se tornou verdadeira arma para conformar a opinião pública.

---

9. Ver, sobre o tema, no Brasil BANDEIRA, Olivia; MENDES, Gyssele; PASTI, André. *Quem controla a mídia? Dos velhos oligopólios aos monopólios digitais*. São Paulo: Veneta, 2023.
10. HERMAN, Edward; CHOMSKY, Noam. *Manufacturing consent. The political economy of mass media*. New York: Pantheon, 2002.
11. Idem.
12. Esse é um dos temas centrais da obra de Chomsky. (CHOMSKY, Noam. *Requiem para o sonho americano. Os dez princípios de concentração de riqueza e poder*. Rio: Bertrand Brasil, 2017).
13. Op. cit.
14. STIGLITZ, Joseph. *O preço da desigualdade*. Tradução de Dinis Pires. Lisboa: Bertrand, 2013.

Ocorre que, não raro, as estratégias utilizadas nessa batalha são facilmente enquadradas em manipulação, na medida em que alicerçadas em recursos baseados no engano, na fraude ou na violência. Assim, observa-se que o problema da diferenciação entre persuasão e manipulação não é propriamente novo, já se apresentando com bastante intensidade mesmo no século XX.

2.2. Efeitos da propaganda, especialmente a de cunho político: quando se cruza o limite da persuasão para adentrar no terreno da manipulação

O fato de a propaganda tornar-se a "alma do negócio" obviamente não fica confinado à esfera comercial, adentrando igualmente nas bases de estruturação da política. Veja-se, por exemplo, que uma das grandes razões do sucesso do nazismo foi a utilização de eficiente propaganda, a fim de manipular os cidadãos alemães no sentido de que podiam e deviam confiar no *Führer*.

Poucos autores exploraram tão bem a temática como Hannah Arendt na sua seminal obra *As Origens do Totalitarismo*[15], na qual mostra como a propaganda nazista foi utilizada para neutralizar o pensamento analítico e político autônomo por parte dos cidadãos, a fim de que apenas a visão do líder passasse a importar. Daí a utilização de estratégias como (i) a desconsideração da verdade, já que qualquer evidência fática que contrariasse a visão do líder era considerada inimiga e, portanto, incorreta, (ii) a negação da história, que passou a ser distorcida para "caber" na ideologia do líder e (iii) a propagação de mentiras ou narrativas falsas.

A estratégia de se recorrer a mentiras, especialmente quando estas despertam sentimentos como o medo, a raiva e o ódio, faz com que a propaganda leve as pessoas a estados mentais extremos, o que é potencializado com o recurso a técnicas de terror e violência, muitas vezes necessárias para que determinadas narrativas deixem de ser "contos" e passem a ser "realidade pública", por mais absurdas que sejam.

Ocorre aí o que Arendt[16] considera o objetivo final de todas as estratégias e técnicas de propaganda e manipulação de massas: reforçar o isolamento das pessoas e suprimir o pensamento livre, a espontaneidade e a capacidade individual de fazer escolhas, refletir sobre as consequências dessas escolhas e poder mudar de opinião. Somente assim os cidadãos verdadeiramente deixariam de ter controle sobre suas vidas e se tornariam instrumentos de obediência ao líder, ainda que este as estivesse conduzindo para o genocídio e a barbárie.

É por essa razão que Arendt[17] conclui não ser possível qualquer discussão razoável com as pessoas que passaram por esse tipo de "doutrinação", já que elas foram desprovidas da sua própria individualidade, da sua consciência e da sua capacidade crítica. Nesse

15. ARENDT, Hannah. *Origens do totalitarismo: Antissemitismo, imperialismo, totalitarismo*. Tradução de Roberto Raposo. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.
16. Op. cit.
17. Op. cit.

estágio, as pessoas simplesmente deixam de ter o direito e a responsabilidade para tomar decisões informadas e mesmo para avaliar suas ações.

Daí por que, com base nas definições adotadas no presente artigo, tais estratégias são claramente de manipulação e não de persuasão, razão pela qual são consideradas ilícitas e violadoras dos direitos fundamentais básicos dos destinatários.

2.3. Primeiros delineamentos das repercussões da propaganda e da manipulação para o livre pensamento

Como se observou nas seções anteriores, já no século XX ficou claro que, se realmente há uma preocupação legítima com a identidade pessoal e com o livre pensamento, é fundamental entender como as pessoas são informadas e em que medida os agentes informadores respeitam ou não os seus direitos fundamentais mais elementares ou se, pelo contrário, estão dispostos a enganá-las ou subjugá-las.

Com efeito, é preciso compreender que, para exercerem suas identidades, as pessoas precisam de um certo "pacote" de direitos, dentre os quais se incluem o acesso à informação fidedigna e a proteção contra tentativas abusivas de manipulação. Daí porque o controle, a distribuição e o acesso à informação são elementos centrais para o exercício do livre pensamento, já que a manipulação da informação pode comprometer, por si só, a autonomia dos indivíduos.

A experiência do século XX mostra claramente que o problema da manipulação já se desenhava no período com bastante intensidade. Entretanto, com o advento do século XXI e da economia movida a dados, os riscos foram consideravelmente ampliados e potencializados, sobretudo em razão das novas estratégias de manipulação e propaganda personalizadas e, consequentemente, muito mais agressivas e eficientes, como se verá na próxima seção.

3. CONTROLE INFORMACIONAL E PROPAGANDA NO SÉCULO XXI: A COMPLEXIDADE DA ECONOMIA MOVIDA A DADOS PESSOAIS E DO AMBIENTE DIGITAL

3.1. Modificações decorrentes da economia movida a dados e do ambiente digital: surgimento de novas e mais intensas formas de manipulação

A internet, as mídias digitais e as grandes plataformas trouxeram grandes modificações ao fluxo informacional, propiciando novas e mais eficientes formas de manipulação. A comunicação de massa, que antes era concentrada nos grandes veículos de mídia tradicional, passou a ser fragmentada e pulverizada e, mais do que isso, customizada e individualizada. As facilidades de comunicação também possibilitaram que cada cidadão deixasse de ser mero receptor ou consumidor de conteúdos e se tornasse também gerador de informação.

O extremo conhecimento que agentes econômicos e políticos têm dos indivíduos a partir dos seus dados pessoais possibilita uma série de classificações e perfilizações a partir das quais se viabiliza o microdirecionamento de conteúdos de qualquer espécie, seja comercial, seja político, seja de notícias, ainda quando estas sejam falsas ou meros disfarces de pura propaganda comercial ou política. Muitas dessas estratégias de abordagens individuais se aproveitam das vulnerabilidades e fragilidades dos destinatários, muitas vezes os induzindo a estados mentais extremos, estimulando o vício na conectividade ou explorando suas fraquezas ou mesmo o seu subconsciente.

Tais riscos se potencializam com o fato de que, ao contrário da mídia tradicional, o fluxo informacional digital é caótico e de certa forma anárquico, sem qualquer preocupação com controles editoriais ou com a qualidade ou veracidade das informações divulgadas. Tem-se aqui uma diferença marcante com a mídia tradicional que, por mais que possa também ser veículo de manipulação, sempre teve possibilidades mais limitadas para implementar esse projeto, em razão da observância de determinados padrões de profissionalismo e cuidado.

Acresce que, como a mídia tradicional é pública, no sentido de ser dirigida indistintamente a todos, acaba sendo submetida a considerável *accountability* social, pois se expõe diante de todos, a partir de um conteúdo unificado e rastreável, o que facilita cobranças e imputações de responsabilidade pela sociedade e pelas autoridades governamentais.

Já o ambiente digital possibilita uma série de fluxos informacionais personalizados, momentâneos e nem sempre rastreáveis, o que faz com que não seja possível, em muitos casos, identificar nem os conteúdos que cada pessoa está recebendo nem as razões pelas quais ela está os está recebendo. Tal ambiente dificulta consideravelmente não só a compreensão do ambiente informacional, como também tentativas de controle, inclusive por parte das autoridades.

Outra característica do ambiente informacional digital é que este acabou sendo estruturado de forma anárquica, o que possibilitou a ação cada vez mais intensa e constante de agentes interessados em explorar a desinformação e a mentira, bem como em distorcer o próprio espaço público, por meio de diversas táticas, incluindo robôs, contas e perfis falsos, que se travestem de pessoas e se utilizam de técnicas manipulatórias para, por meio de simulações de interações naturais, criar distorções no fluxo comunicativo e as chamadas "bolhas" informacionais.

A participação de robôs e perfis falsos nas discussões públicas, sem a devida transparência, propicia um debate público completamente distorcido, sem que se saiba quem efetivamente participa e a que interesses serve. Com isso, impede-se a diferenciação entre o que é a interação espontânea das pessoas e o que resulta da manipulação do ambiente informacional.

Estabelece-se, portanto, terreno fértil para um verdadeiro caos informacional, já que não se consegue mais distinguir o que é interação espontânea de interação artificial, o que é notícia do que é opinião, o que é opinião desinteressada do que é opinião interessada, o que é conteúdo pago do que não é.

Por meio de uma série de atores com grande protagonismo no meio digital – alguns agindo na sombra e outros sob os holofotes, como é o caso dos *influencers* – pode-se manipular o fluxo informacional de distintas maneiras, inclusive para o fim de construir artificialmente reputações na esfera comercial e política, destruir a credibilidade e a honra de pessoas, comprar "curtidas" e comentários, fraudar *rankings*, dentre outras estratégias. O resultado é o surgimento de um verdadeiro "vale-tudo" informacional, que é implementado sem qualquer limite ou pudor[18].

O lado mais preocupante do cenário descrito é que a crescente distorção e artificialização da esfera pública no ambiente digital tem se mostrado bastante eficiente para pautar a discussão pública e moldar crenças e opiniões das pessoas. O problema se agrava diante da indústria da desinformação, das milícias digitais e de tantos outros fenômenos que manipulam a opinião pública, gerando grande desordem informativa e acentuada polarização.

É aí que se destaca o problema das chamadas *fake news* ou desinformação. Embora a mentira também sempre tenha sido presente na história da humanidade, o ambiente digital possibilita uma propagação rápida, eficiente e sem controle de conteúdos claramente falsos. Mais do que isso, o meio digital viabiliza, a partir da arquitetura e dos modelos de monetização das plataformas digitais[19], a ação de verdadeira indústria da desinformação e da mentira, que se potencializa por meio do microdirecionamento.

Obviamente que, ao se falar no problema das *fake news*, não se está a defender visões absolutas do que é verdadeiro ou falso nem se está a negar que há situações nas quais pode haver dúvida razoável a respeito do que é verdadeiro, nas quais se deveria priorizar a liberdade de expressão. O que se está a apontar é que, em muitos casos, a indústria da desinformação trabalha com conteúdos claramente falsos, divulgados dolosamente a partir de robôs e contas inautênticas, em relação aos quais jamais se poderia cogitar de qualquer liberdade de expressão[20].

Como bem adverte Max Fisher[21], a discussão sobre o fluxo informacional nas plataformas digitais não diz respeito propriamente ao suposto ônus que tais agentes teriam de arbitrar a verdade – e as dificuldades ou mesmo impossibilidade de se fazer isso – nem propriamente à liberdade de expressão. A discussão tem a ver com algoritmos

18. FRAZÃO, Ana. Mercado de reputações. O marketing 4.0 e o vale-tudo para construir artificialmente reputações. *Jota*. https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/mercado-de-reputacao-14092022.
19. FRAZÃO, Ana. A delicada questão da monetização dos negócios de divulgação de conteúdos. O papel dos sistemas de monetização em criar incentivos para ilícitos. *Jota*. https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/a-delicada-questao-da-monetizacao-dos-negocios-de-divulgacao-de-conteudos-16122020.
20. FRAZÃO, Ana. Regulação de conteúdos em plataformas digitais. Não invoquemos a liberdade de expressão em vão. *Jota*. https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/regulacao-de-conteudos-em-plataformas-digitais-22032023.
21. FISHER, Max. *A máquina do caos. Como as redes sociais reprogramaram a nossa mente e nosso mundo*. Tradução Érico Assis. São Paulo: Todavia, 2023, pp. 322-323.

que possibilitam e facilitam que agentes mal-intencionados potencializem o ecossistema informacional para divulgar suas mentiras e fabricar a aparência de consenso popular.

É diante dessas características que se observa que, mais do que propriamente uma ausência de hierarquia no fluxo informacional – o que já seria preocupante – o meio digital vem possibilitando uma verdadeira inversão de hierarquias. É precisamente essa a tese de Letícia Cesarino[22], ao mostrar que a arquitetura das plataformas digitais possibilita que conteúdos falsos ou extremistas que, no mundo real, são periféricos, consigam ocupar, no meio digital, o centro do debate público.

3.2. Riscos ao livre pensamento

É inequívoco as mudanças apontadas anteriormente trazem repercussões evidentes para a sociedade, a economia e a política. A partir do momento em que não se tem como separar o que é plausivelmente verdadeiro do que é claramente falso, deixa de haver um conjunto compartilhado de fatos sobre o qual as pessoas deveriam formar suas opiniões.

Esse ecossistema, como é intuitivo, pode comprometer, portanto, a esfera coletiva e política, assim como o próprio projeto democrático. Em primeiro lugar, porque é cada vez mais fácil manipular eleitores, especialmente os indecisos[23]. Em segundo lugar, porque tem se mostrado uma das principais causas da polarização e do crescimento da extrema direita no mundo.

Dentre os exemplos que podem ser mencionados, está o caso alemão, em que mais de um terço dos grupos políticos do Facebook pode ser considerado extremista, sendo que o algoritmo da plataforma foi responsável por 64% das adesões, por meio dos seus sugestionamentos aos usuários[24]. Outro exemplo é o caso brasileiro, em relação ao qual há evidências de que foi o Youtube que atraiu usuários para o bolsonarismo e não o contrário, nos termos do que aponta Max Fisher[25]:

> "O YouTube tinha uma inclinação acentuadamente pró-Bolsonaro e deu uma guinada à direita durante um período em que os números de Bolsonaro nas pesquisas estavam fracos e estacionados. A plataforma não estava refletindo tendências do mundo. Estava criando o seu próprio mundo."

Além dos desdobramentos do problema para a democracia no plano individual, os efeitos desse novo ambiente informacional são desastrosos sobre a individualidade e o livre pensamento, já que a manipulação das pessoas se torna um objetivo fácil, eficiente e bastante lucrativo.

---

22. CESARINO, Leticia. *O Mundo do Avesso. Verdade e Política na Era Digital.* São Paulo: Ubu Editora, 2022.
23. Max Fisher (Op. cit., pp. 151-152) descreve o experimento de Robert Epstein que comprovou que a manipulação informacional, via ferramenta de buscas do Google, pode interferir em 20% das intenções de voto dos eleitores indecisos, o que sugere que as decisões secretas do Google podem ser mais eficientes do que as formas usuais de propaganda.
24. FISHER, Max, Op. cit., p. 181.
25. Op. cit., p. 358.

Com efeito, se tal problema apresenta dimensão política importantíssima, inviabilizando a própria democracia[26], também apresenta uma significativa dimensão individual, na medida em que compromete o livre arbítrio dos cidadãos, que obviamente não podem formar autonomamente seus pensamentos e convicções em um ambiente informacional tão distorcido e que lhes expõe a tantas técnicas manipulatórias.

Com efeito, o ponto mais vulnerável desse ecossistema é exatamente o destinatário final da mensagem que, além de enfrentar todos os desafios já descritos, ainda está sujeito a uma série de técnicas e iniciativas que tentam minar seus processos decisórios autônomos.

De fato, o fio condutor de várias dessas estratégias é exatamente o desrespeito ao destinatário da informação e a tentativa de instrumentalizá-lo, seja por meio da exploração de heurísticas, vieses, limitações de racionalidade, fadiga informacional e estados mentais sensíveis, seja por meio da mentira e da desinformação, seja mesmo pela subversão do seu processo decisório com base em técnicas que agem sobre o seu subconsciente.

Todas essas estratégias, que já são extremamente graves em países desenvolvidos, tornam-se ainda mais preocupantes em um país em que, como o Brasil, há grandes índices de analfabetismo – incluindo o funcional – e mesmo de ignorância sobre aspectos centrais da vida social. Assim, na ausência das proteções que derivariam do conhecimento e de uma boa educação, as possibilidades de manipulação aumentam consideravelmente.

Não é surpresa que o fluxo informacional da atualidade acabe levando muito mais à desinformação do que à informação, assim como muito mais a dissensos do que a consensos. Mesmo em relação a assuntos científicos sobre os quais as evidências são contundentes, como é o caso do aquecimento global, o novo fluxo informacional tem facilitado a expansão da desinformação ou do chamado "mercado da dúvida", que tem por finalidade criar a impressão de que tudo é controverso[27], a fim de impossibilitar qualquer tipo de consenso, até porque insufla na população o descrédito à ciência[28], à razão e à própria democracia.

Sob essa perspectiva, até mesmo assuntos científicos se tornam exclusivamente políticos ou ideológicos. É por esse motivo que Paul Krugman[29], ao fazer uma análise sobre o debate econômico norte-americano na atualidade, conclui que, nos Estados Unidos do século XXI, tudo virou político. A partir do momento em que líderes políticos começam também a fazer da mentira a sua principal estratégia de ação, cria-se

26. Isso já foi tratado pela autora no seguinte trabalho: FRAZÃO, Ana. Democracia na era digital: os riscos da política movida a dados. In: BRANCO, Paulo Gustavo Gonet; FONSECA et al. *Eleições e Democracia na Era Digital*. Brasília: Editora IDP, 2022.
27. Sobre o tema, é referência obrigatória a obra de Oreskes e Conway (ORESKES, Naomi; CONWAY, Eric. *Merchants of Doubt: How a Handful of Scientists Obscured the Truth on Issues from Tobacco Smoke to Climate*. Bloomsbury Publishing: 2011.
28. NICHOLS, Tom. *The Death of Expertise: The Campaign against Established Knowledge and Why it Matters*. Oxford University Press, 2018.
29. KRUGMAN, Paul. *Arguing with zombies. Economics, politics and the fight for a better future*. W.W. Norton & Company, 2020.

um ambiente favorável para o Kakutani chama de "morte da verdade" e o niilismo e o relativismo daí decorrentes[30].

Outro aspecto importante de tal processo é que somente na superfície ele pode ser visto como inclusivo, no sentido de possibilitar que todos se manifestem igualmente a respeito de todos os assuntos. O que se tem observado é que o fluxo informacional tem sido conduzido por grandes agentes políticos e econômicos, que conseguem mobilizar desde minorias raivosas até mesmo a maioria em torno dos seus interesses, mesmo que às custas da normalização do absurdo.

Daí por que as transformações ora expostas apresentam efeitos nefastos em todas as esferas da vida social. Nos termos do diagnóstico de Max Fisher[31], os algoritmos de muitas plataformas exploram a atração humana pela discórdia, manipulam a atenção dos usuários e os adestram para o ódio. Daí o potencial nefasto identificado pelo autor[32]:

> "A tecnologia das redes sociais exerce uma força de atração tão poderosa na nossa psicologia e na nossa identidade, e é tão predominante na nossa vida, que transforma o jeito como pensamos, como nos comportamos uns com os outros. O efeito, multiplicado por bilhões de usuários, tem sido a transformação da própria sociedade."

De fato, como Fogg[33] procurou mapear, os computadores, que inicialmente não foram criados para persuadir, passaram a exercer essa função, razão pela qual entramos na fase das tecnologias persuasivas, assim considerados os sistemas computacionais interativos desenhados para mudar as atitudes e os pensamentos das pessoas, para os mais diferentes fins.

A questão é que tais computadores apresentam muitas vantagens tanto em relação à mídia tradicional, como em relação às tentativas de persuasão realizadas por seres humanos. Em face de características como a interatividade, persistência, possibilidade de anonimato, gerenciamento de grandes volumes de dados e muitas outras, as tecnologias persuasivas conseguem acessar os indivíduos em momentos, em lugares e em circunstâncias inacessíveis para a mídia tradicional e para os demais seres humanos[34].

É por essa razão que as estratégias de manipulação computacional personalizadas têm um poder de penetração muito maior, inclusive no que procuram neutralizar a individualidade e a capacidade crítica das pessoas ou alterar individualmente os seus estados emocionais, a fim de desestabilizá-las no momento da decisão.

Sob tais perspectivas, os riscos de desumanização já apontados por Arendt tornam-se muito maiores, com evidentes comprometimentos à individualidade, ao livre desenvolvimento da liberdade e ao livre pensamento.

---

30. KAKUTANI, Michiko. *The Death of Truth: Notes on Falsehood in the Age of Trump*. Tim Duggan Books, 2018.
31. Op. cit., pp. 19-20.
32. Op. cit., p. 21.
33. FOGG, B.J. *Persuasive Technology. Using Computers to change what we think and do*. San Francisco: Morgan Kaufmann Publishers, 2011.
34. FOGG, Op. cit., pp. 6-12.

3.3. Manipulação pela tecnologia

Além das estratégias de manipulação já mencionadas, é preciso dar destaque às chamadas *dark patterns*, que são estratégias de *design* ou arquitetura de ambientes digitais que dificultam que os usuários expressem suas reais preferências ou que os manipulam para que tomem decisões que não sejam compatíveis com suas preferências ou expectativas.

Para Luguri e Strahilevitz[35], as *dark patterns* são interfaces de interação sabidamente desenhadas para confundir os usuários, dificultando que manifestem sua verdadeira vontade ou procurando manipulá-los. Tais artifícios são tipicamente usados para explorar vieses cognitivos e limitações de racionalidade dos usuários, a fim de que adquiram bens e serviços que não querem ou revelem dados pessoais que prefeririam manter em sigilo.

Como ensina Waldman[36], diversos dos vieses cognitivos dos indivíduos, como a ancoragem e o *framing*, são vastamente utilizados para manipulá-los, aos quais se acrescenta a exploração de diversas outras limitações, tais como (i) o *hyperbolic discounting*, que é a tendência de supervalorizar as consequências imediatas da decisão e subestimar as futuras, (ii) a *overchoice*, que é a sobrecarga de escolhas, o que pode paralisar consumidores; e (iii) as dificuldades diante de decisões complexas, que tendem a acionar o modo inércia, de forma a fazer com que o consumidor abra mão do processo decisório em favor da solução *default*.

É diante desse cenário que Waldman adverte para o fato de que os indivíduos não têm tomado decisões racionais e informadas no mundo *online*, diagnóstico convergente com a conclusão de Luguri e Strahilevitz[37], cujas pesquisas procuram comprovar o poder e a eficácia manipulatória das *dark patterns*.

De fato, em um dos experimentos conduzidos pelos autores, a conclusão foi a de que, ao submeter indivíduos a *dark patterns* suaves, aumenta-se em mais que o dobro a probabilidade de que contratem um serviço dúbio. Em caso de *dark patterns* agressivas, a probabilidade aumenta para quase quatro vezes.

Outras conclusões interessantes desse experimento são as de que: (i) enquanto as *dark patterns* agressivas envolvem o risco de forte retaliação por parte dos consumidores, as suaves não apresentam igual risco; e (ii) os indivíduos menos educados são significamente mais suscetíveis a *dark patterns* suaves.

Outro dos experimentos de Luguri e Strahilevitz[38] procurou identificar as *dark patterns* que são mais prováveis de produzirem um efeito *nudge*, conduzindo consumidores

35. LUGURI, Jamie; STRAHILEVITZ, Jacob. Shining a Light on Dark Patterns. *Journal of Legal Analysis*, Volume 13, Issue 1, 2021, Pages 43-109, https://doi.org/10.1093/jla/laaa006; https://academic.oup.com/jla/article/13/1/43/6180579
36. WALDMAN, Ari Ezra, "Cognitive Biases, Dark Patterns, and the 'Privacy Paradox'" (2020). Articles & Chapters. 1332. https://digitalcommons.nyls.edu/fac_articles_chapters/1332
37. LUGURI, Jamie; STRAHILEVITZ, Jacob. Shining a Light on Dark Patterns. *Journal of Legal Analysis*, Volume 13, Issue 1, 2021, Pages 43-109, https://doi.org/10.1093/jla/laaa006; https://academic.oup.com/jla/article/13/1/43/6180579
38. Op. cit.

a tomar decisões que não entendem ou das quais provavelmente se arrependerão: (i) as informações escondidas, (ii) as chamadas *trick questions* e (iii) as estratégias de obstrução.

Após explorarem a fundo as diversas estratégias, a conclusão fundamental a que chegam Luguri e Strahilevitz[39] impressiona: são as decisões de arquitetura – e não de preço – que efetivamente direcionam a decisão de compra dos consumidores. Trata-se de descoberta extremamente importante, pois coloca em xeque um dos pressupostos básicos da economia, ao mostrar que o ambiente digital pode diluir ou até mesmo neutralizar a importância do mecanismo de preços.

Se é verdade que, nos termos da advertência de Luguri e Strahilevitz[40], as empresas já vinham explorando e manipulando consumidores há muito tempo no mundo real, é igualmente verdade que o ambiente virtual aumentou consideravelmente as possibilidades de exploração e manipulação.

`Não é sem razão que os autores concluem que, nesse contexto, os consumidores estão à mercê das empresas e sem qualquer possibilidade de defesa, pois no mundo digital as *dark patterns* se tornaram verdadeiras armas contra eles.

4. RISCOS À PRIVACIDADE MENTAL E AO LIVRE PENSAMENTO: O DIREITO AO LIVRE PENSAMENTO COMO RESPOSTA

4.1. Mercados de consciências

Já se viu, nas considerações iniciais, que a proteção de dados pessoais está comprometida com o que Solove e Zuboff chamam de direito ao santuário, ou seja, à preservação do núcleo básico da nossa autonomia[41]. Não obstante, tais objetivos são impossíveis de serem alcançados em um contexto no qual, com velocidade espantosa, várias estratégias de manipulação individual são constantemente colocadas em prática.

Na atualidade, já se fala em mercados de atenção e em mercados de consciências como dois lados da mesma moeda[42]. Quanto mais um aplicativo consegue atrair o nosso tempo e a nossa atenção, mais dados pessoais poderá coletar e mais recursos terá para nos influenciar ou manipular ou para possibilitar que seus parceiros comerciais ou políticos o façam.

Na esfera política, assim como aconteceu na época do nazismo, líderes populistas têm também conseguido mobilizar grandes setores da sociedade a partir da oferta de um senso de pertinência que é construído artificial e sistematicamente a partir da propaganda, da desinformação e da mentira a partir da exploração das fragilidades e

39. Op. cit.
40. LUGURI, Jamie; STRAHILEVITZ, Jacob. Shining a Light on Dark Patterns. *Journal of Legal Analysis*, Volume 13, Issue 1, 2021, Pages 43-109, https://doi.org/10.1093/jla/laaa006; https://academic.oup.com/jla/article/13/1/43/6180579
41. Ver notas de rodapé 4 e 5.
42. WU, Tim. *The attention merchants. The epic scramble to get inside our heads.* Knopf Publishing Group, 2016.

vulnerabilidades individuais. Já na esfera do consumo, identificam-se igualmente vários problemas de manipulação de consumidores e de exploração indevida de suas características pessoais, por meio de práticas discriminatórias e abusivas.

Tudo isso acontece porque os agentes que exploram tais técnicas sabem, tal como vem sendo atestado pela psicologia comportamental, que as pessoas apresentam diversas limitações de racionalidade e são fortemente influenciadas por emoções e vieses que, como é o caso do "viés de confirmação", geram a tendência de que os indivíduos encaixem os fatos nas suas visões de mundo preestabelecidas e não propriamente os utilizem para fazer um julgamento informado[43].

Soma-se a isso pesquisas que mostram como as nossas percepções dos fatos e das evidências científicas estão intrinsecamente relacionadas aos ambientes culturais em que estamos inseridos[44], o que ajuda a explicar o fenômeno das bolhas informacionais e a razão pela qual até mesmo a compreensão dos fatos e da ciência passa a ser uma escolha valorativa, política ou ideológica.

Como afirma Frank Pasquale[45], os controladores de dados criaram um sistema desenhado não para tratar os titulares de dados decentemente, mas sim para maximizar seus lucros ou colocar a inovação acima de qualquer outro valor. Por essa razão, os dados pessoais dos cidadãos têm sido utilizados por governos e grandes *players* econômicos para a criação do *one way mirror*, possibilitando que tais agentes saibam tudo dos cidadãos, enquanto estes nada sabem dos primeiros.

No interessante livro *Os Engenheiros do Caos*, o autor Giuliano Da Empoli[46] retrata como tem sido fácil a manipulação das pessoas para fins políticos a partir de uma frase de Dominic Cummings, diretor da campanha do Brexit: "Se Victoria Woodcock, a responsável pelo software usado na campanha, tivesse sido atropelada por um ônibus, o Reino Unido teria continuado na União Europeia."

Repete-se que o que há de novo nesses processos de subversão da democracia não é propriamente a mentira, mas sim a eficácia das técnicas de manipulação e propaganda, que agora são individualizadas e atingem o seu máximo grau de eficiência, uma vez que são direcionadas para as pessoas, a partir de suas vulnerabilidades e fragilidades, para dois propósitos específicos: (i) fazer com que as decisões sejam cada vez mais baseadas em emoções extremas e desestabilizadoras e (ii) dificultar qualquer juízo racional, por meio da manipulação dos fatos e informações a partir das quais as pessoas formam suas convicções. Mais do que isso, trata-se de um sistema que erode a base da democracia,

43. KAHNEMAN, Daniel. *Rápido e Devagar. Duas formas de pensar.* Tradução de Cassio Leite. São Paulo: Objetiva, 2011.
44. KAHAN, Dan; JENKENS-SMITH, Hank; BRAMAN, Donald. Cultural cognition of scientific consensus. *Journal of Risk Research*, v. 14, 2011, pp. 147-174.
45. PASQUALE, Frank. *The black box society. The secret algorithms that control money and information.* Cambridge: Harvard University Press, 2015.
46. EMPOLI, Giuliano da. *Os Engenheiros do Caos.* Tradução de Arnaldo Bloch. São Paulo: Vestígio, 2019.

que envolve o respeito e o convívio com as diferenças, o que fica minado com a ideia de que os opostos devem se odiar.

Trata-se de problema tão sério que, quando Frances Haugen resolveu delatar o Facebook por entender que a empresa estava sacrificando o bem-estar das pessoas e a democracia em prol dos seus lucros, afirmou não haver outra solução para o problema senão desligar o algoritmo: "Acho que não queremos que nossos computadores decidam no que vamos focar"[47].

Entretanto, como não temos nenhuma garantia de que haverá alguma interrupção no papel crescente que os algoritmos vêm assumindo em nossas vidas, é fundamental explorar ao menos os direitos que precisam estar resguardados nesse contexto e as respectivas proteções.

4.2. Explorando a última fronteira da mente: a supressão do livre pensamento pela neurotecnologia

Para além das diversas técnicas de manipulação informacional e exploração das limitações de racionalidade e das fragilidades das pessoas, estratégias mais invasivas têm buscado comprometer ou anular o próprio livre-arbítrio das pessoas, explorando o seu subconsciente, de forma que elas nem mesmo percebam o que está acontecendo[48].

Trata-se de problema que só tende a ser agravado com o desenvolvimento cada vez mais intenso da neurotecnologia e das técnicas de mapeamento de dados cerebrais, tal como já identificado no interessante artigo jornalístico *Brain-reading tech is coming. The law is not ready to protect us*, de Sigal Samuel[49]. Nele, o autor demonstra que, na era do "neurocapitalismo", nossos pensamentos, desejos e emoções são submetidos a precisos escrutínios e mapeamentos, de forma que precisaríamos de novos direitos sobre nossos cérebros.

De fato, o contexto atual mostra o quão desatualizada está a ideia defendida por George Orwell, em seu famoso livro "1984", de que, no contexto de vigilância, a única coisa que continuaria pertencendo verdadeiramente aos cidadãos seriam os poucos centímetros cúbicos dentro de seus crânios. A ironia dos tempos presentes é que estamos correndo o risco de perder o controle até mesmo sobre esses centímetros cúbicos.

Um dos pontos sensíveis das preocupações diz respeito ao *neuromarketing*, uma vez que o acesso a dados cerebrais permite a utilização cada vez maior de recursos que atuam no subconsciente das pessoas. Daí a necessidade de regulação da propaganda na hipótese de os anúncios serem propositalmente arquitetados para ultrapassar nossas defesas racionais e os recursos que temos para discernir o que é verdadeiro daquilo que não é.

---

47. Cf. FISHER, Max, Op. cit., p. 445.
48. Ver BERMAN, Micah L. "Manipulative Marketing and the First Amendment." *Georgetown Law Journal*, v. 103, no. 3, March 2015, p. 497-546; CALO, Ryan. "Digital Market Manipulation." *George Washington Law Review*, v. 82, n. 4, August 2014, p. 995-1051.
49. https://www.vox.com/2019/8/30/20835137/facebook-zuckerberg-elon-musk-brain-mind-reading-neuroethics

Entretanto, o aspecto fundamental é reconhecer que realmente as ambições algorítmicas do Vale do Silício cresceram até o desejo do domínio da mente humana[50]. Daí por que é fundamental, nesse contexto, criar mecanismos para identificar – e proibir – a utilização maciça desse tipo de manipulação.

Para Susie Alegre[51], o problema é tão sério que já se fala, dentre outros assuntos, em neuropolítica, que se baseia em estudos acadêmicos que permitem concluir que intenções de voto e filiações políticas podem ser previstas baseadas nas respostas físicas do cérebro e de outras partes do corpo antes mesmo de as pessoas saberem por si mesmas.

Daí a verdadeira corrida tecnológica para a leitura de mentes[52]. Sobre o tema, Max Fisher[53] adverte para o fato de que o Laboratório de Tecnologias Persuasivas de Stanford, onde acadêmicos e engenheiros desenvolvem parcerias para criar vícios máximos nas pessoas, foi renomeado como Laboratório de Design de Comportamento.

Como bem identificou Susan Alegre[54], com base no entendimento de Yuval Harari, o problema de combinar biologia, neurociência e poder computacional é a existência de um enorme poder para "hackear" as pessoas, ou seja, para predizer suas escolhas, entendem seus sentimentos e manipulá-las. Daí a autora mencionar a conclusão de Harari no sentido de que, se você pode "hackear" a mente humana, também pode substituí-la.

É por essas razões que Susie Alegre[55] defende a necessidade de uma regulação específica para proteger a nossa autonomia mental diante de tecnologias que pretendem ler nossos cérebros e decifrar nossas emoções.

Tais esforços precisam estar conectados aos aportes da neurociência e também da psicologia, diante do fato de que, como conclui Brett Horvath[56], a própria cognição está se transformando em uma arma. Essa interessante afirmação consta do relatório *The Psychology of (Dis)information: A Primer on Key Psychological Mechanisms*, dos pesquisadores Heather Wolters, Kasey Stricklin, Neil Carey e Megan K. McBride, cujo objetivo é mostrar que, para além das soluções políticas e tecnológicas, não há como resolver o problema da desinformação sem endereçar diretamente os aspectos psicológicos envolvidos.

É esse o contexto que nos leva a pensar seriamente no direito ao livre pensamento no contexto de um pacote de direitos que busque preservar a mente humana e os demais aspectos relacionados à individualidade.

---

50. FISHER, Max, Op. cit., p. 165.
51. ALEGRE, Susie. *Freedom do think. Protecting a fundamental human right in the digital age*. London: Atlantic Books, 2022, p. 158.
52. Op. cit., pp. 258-259.
53. Op. cit., p. 349.
54. Op. cit., p. 297.
55. Op. cit., pp. 307-313.
56. The Psychology of (Dis)information: A Primer on Key Psychological Mechanisms Heather Wolters, Kasey Stricklin, Neil Carey, and Megan K. McBride. https://www.cna.org/reports/2021/10/The%20Psychology-of-%28Dis%29information-APrimer-on-Key-Psychological-Mechanisms.pdf.

4.3. Rumo à construção dos novos direitos da mente, incluindo o livre pensamento

Ao descrever minuciosamente as diversas formas pelas quais as tecnologias persuasivas podem agir, Fogg[57] propõe uma pergunta crucial: a persuasão pode ser antiética? E a sua resposta é: claro que sim. Tal risco se potencializa quando é inequívoco que a tecnologia pode mascarar seu intento persuasivo, explorar a reputação positiva dos computadores, ser proativamente persistente, controlar as possibilidades interativas e afetar as emoções dos indivíduos[58].

Para Fogg[59], o engano e a coerção seriam sempre métodos antiéticos, assim como abusar de grupos vulneráveis que precisariam de especial proteção. Daí a necessidade de avançarmos nas salvaguardas que a autonomia individual e o livre pensamento precisam ter. Como defende Nita Farahani, precisamos pensar em como recobrar e manter o nosso direito de pensar livremente[60].

Não sem razão hoje já se fala na necessidade dos "direitos da mente" (*neurorights* ou *jurisprudence of the mind*), tal como já vem sendo buscado por iniciativas de alguns países, como o Chile, ou de algumas organizações internacionais, como a OCDE, de quem se espera em breve orientações para a utilização de dados cerebrais.

Para Marcello Ienca[61], pesquisador do ETH de Zurique, diante dos riscos da comercialização de dados cerebrais, deve-se pensar em pelo menos quatro direitos específicos para a neurotecnologia:

> (I) Direito à liberdade cognitiva, que envolve o direito de optar pelo uso ou não da neurotecnologia;
>
> (II) Direito à privacidade mental, que requer a preservação da intimidade da mente, com importantes desdobramentos sobre garantias constitucionais centrais, tais como o direito ao silêncio e o direito de não se autoincriminar;
>
> (III) Direito à integridade mental, segundo o qual ninguém pode ser prejudicado física ou psicologicamente pela neurotecnologia, de modo que se deve evitar qualquer forma de manipulação da mente e, com maior razão, novas modalidades de lavagem cerebral, o que seria extremamente perigoso se utilizado por interessados em propagar doutrinas religiosas, políticas e terroristas, bem como para casos de *neuromarketing*. O direito à integridade mental também tem importante desdobramento sobre a segurança dos dados cerebrais, a fim de evitar que sejam hackeados ou sequestrados;
>
> (IV) Direito à continuidade psicológica, que diz respeito ao direito de ser protegido contra alterações do seu senso de identidade, como a que ocorreria caso a empresa que implantou determinado aparelho no cérebro de alguém, que com ele desenvolveu verdadeira relação de simbiose, falisse e tivesse que remover o equipamento, caso em que haveria uma perda de identidade por parte do usuário.

57. Op. cit., p. 212.
58. FOGG, Op. cit., pp. 213-220.
59. FOGG, Op. cit., pp. 223-230.
60. FARAHANY, Nita. *The Battle for Your Brain. Defending the Right to Think Freely in the Age of Neurotechnology*. St. Martin's Press, 2023.
61. Citado na já mencionada reportagem de Sigal Samuel. https://www.vox.com/2019/8/30/20835137/facebook-zuckerberg-elon-musk-brain-mind-reading-neuroethics

Para Susie Alegre[62], o direito ao livre pensamento, que é pedra de toque para todos os demais direitos, envolveria pelo menos três importantes desdobramentos: (i) a habilidade para manter nossos pensamentos privados, (ii) a liberdade contra a manipulação de pensamentos, e (iii) a garantia de que ninguém pode ser apenado apenas por seus pensamentos.

Verdade seja dita que, se bem aplicada, a LGPD já nos confere instrumental para a referida proteção, até porque se baseia também nos princípios da autodeterminação informativa, dignidade da pessoa humana e livre desenvolvimento da personalidade.

Para muitos, entretanto, deveria haver uma regulação mais específica, notadamente da utilização da inteligência artificial nesses casos. Não obstante, é importante lembrar que as discussões ora postas dialogam com os direitos fundamentais dos mais relevantes, razão pela qual já há base jurídica suficiente para avançar nos desenvolvimentos ora propostos.

É urgente que consigamos encontrar respostas para a proteção daquilo que é mais sagrado ao ser humano: o seu pensamento e a sua própria individualidade. Por mais que uma boa educação e o desenvolvimento da cidadania digital possam auxiliar neste propósito, tal objetivo dificilmente será alcançado sem uma resposta adequada e eficiente por parte do ordenamento jurídico.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como se procurou demonstrar ao longo do presente artigo, as pessoas precisam, para que possam exercer suas identidades e o livre pensamento, de um "pacote" básico de direitos, dentre os quais se incluem o acesso à informação fidedigna e a proteção contra tentativas abusivas de manipulação.

Diante de ameaças até então nunca vistas aos nossos direitos de privacidade mental, é urgente entender melhor como funcionam as tecnologias manipulatórias e encontrar mecanismos eficientes para se resguardar o nosso santuário individual, nos termos das expressões de Zuboff e Solove[63].

A utilização maciça e abusiva de dados, a manipulação e artificialização do fluxo informacional, o microdirecionamento de conteúdos e as tecnologias persuasivas, notadamente as neutotecnologias, vêm impedindo ou dificultando que as pessoas exerçam livremente suas manifestações e seus processos de escolha. Seja pela privação do acesso aos fatos verdadeiros e às informações relevantes para uma decisão racional, seja pela deflagração de estados emocionais extremos que levam as pessoas à exaustão, ao desespero e ao ódio incontido, seja pelo indevido poder de manipulação de alguns agentes, cada vez mais é possível que haja verdadeiro controle sobre as mentes dos indivíduos.

62. Op. cit., pp. xvi-xvii.
63. Ver notas de rodapé 6 e 7.

Apesar da aparência de fragmentação e pulverização do fluxo informacional na internet, o artigo procurou demonstrar que privilegiados atores econômicos e políticos têm meios de assegurar considerável controle sobre o fluxo informacional, exercendo o poder da comunicação de forma extremamente invasiva na vida das pessoas, inclusive a ponto de influenciar ou mesmo manipular resultados de importantes processos eleitorais.

É diante dessas preocupações que o presente artigo pretendeu explorar o problema da manipulação, a fim de diferenciá-la da persuasão, bem como de demonstrar vários dos riscos atuais do capitalismo movido a dados e as justificativas que reforçam a necessidade de que o regime de proteção de dados esteja atento à preservação da autonomia individual, do livre desenvolvimento da personalidade e do livre pensamento.

Mais do que isso, o presente artigo buscou demonstrar a necessidade de se reconhecer um verdadeiro direito fundamental à livre formação do pensamento, convidando legisladores, doutrinadores e juízes a refletirem seriamente sobre os instrumentos jurídicos existentes que já podem ser utilizados para a sua proteção, bem como sobre eventual necessidade de legislação complementar para que tal tutela seja realmente efetiva.

6. REFERÊNCIAS

ALEGRE, Susie. *Freedom do think. Protecting a fundamental human right in the digital age.* London: Atlantic Books, 2022.

ARENDT, Hannah. *Origens do totalitarismo*: antissemitismo, imperialismo, totalitarismo. Tradução de Roberto Raposo. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

BANDEIRA, Olivia; MENDES, Gyssele; PASTI, André. *Quem controla a mídia? Dos velhos oligopólios aos monopólios digitais.* São Paulo: Veneta, 2023.

BERMAN, Micah L. "Manipulative Marketing and the First Amendment." *Georgetown Law Journal*, v. 103, n. 3, p. 497-546, March 2015.

CALO, Ryan. "Digital Market Manipulation." *George Washington Law Review*, v. 82, n. 4, p. 995-1051, August 2014.

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

CESARINO, Leticia. *O Mundo do Avesso. Verdade e Política na Era Digital.* São Paulo: Ubu Editora, 2022.

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

EMPOLI, Giuliano da. *Os Engenheiros do Caos*. Tradução de Arnaldo Bloch. São Paulo: Vestígio, 2019.

FARAHANY, Nita. *The Battle for Your Brain. Defending the Right to Think Freely in the Age of Neurotechnology.* St. Martin's Press, 2023.

FISHER, Max. *A máquina do caos. Como as redes sociais reprogramaram a nossa mente e nosso mundo.* Tradução Érico Assis. São Paulo: Todavia, 2023.

FOGG, B.J. *Persuasive Technology. Using Computers to change what we think and do.* São Francisco: Morgan Kaufmann Publishers, 2011.

FRAZÃO, Ana. Fundamentos da proteção dos dados pessoais: noções introdutórias para a compreensão da importância da Lei Geral de Proteção de dados. In: Gustavo Tepedino, Ana Frazão e Milena Donato Oliva. (Org.). *Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e suas repercussões no Direito Brasileiro*. São Paulo: Thomson Reuters – Revista dos Tribunais, 2019. v. 1, pp. 23-52.

FRAZÃO, Ana. Objetivos e alcance da Lei Geral de Proteção de Dados. In: Gustavo Tepedino, Ana Frazão, Milena Donato Oliva. (Org.). *Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e suas repercussões no Direito Brasileiro*. São Paulo: Thomson Reuters – Revista dos Tribunais, 2019, pp. 99-129.

FRAZÃO, Ana. Mercado de reputações. O marketing 4.0 e o vale-tudo para construir artificialmente reputações. *Jota*. https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/mercado-de-reputacao-14092022.

FRAZÃO, Ana. A delicada questão da monetização dos negócios de divulgação de conteúdos. O papel dos sistemas de monetização em criar incentivos para ilícitos. *Jota*. https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/a-delicada-questao-da-monetizacao-dos-negocios-de-divulgacao-de-conteudos-16122020.

FRAZÃO, Ana. Democracia na era digital: os riscos da política movida a dados. In: BRANCO, Paulo Gustavo Gonet; FONSECA et al. *Eleições e Democracia na Era Digital*. Brasília: Editora IDP, 2022.

FRAZÃO, Ana. Regulação de conteúdos em plataformas digitais. Não invoquemos a liberdade de expressão em vão. *Jota*. https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/regulacao-de-conteudos-em-plataformas-digitais-22032023.

HERMAN, Edward; CHOMSKY, Noam. *Manufacturing consent. The political economy of mass media*. New York: Pantheon, 2002.

KAHAN, Dan; JENKENS-SMITH, Hank; BRAMAN, Donald. Cultural cognition of scientific consensus. *Journal of Risk Research*, v. 14, 2011, pp. 147-174.

KAHNEMAN, Daniel. *Rápido e Devagar. Duas formas de pensar*. Tradução de Cassio Leite. São Paulo: Objetiva, 2011.

KAKUTANI, Michiko. *The Death of Truth: Notes on Falsehood in the Age of Trump*. Tim Duggan Books, 2018.

KOGA, Bruno Yudi Soares. *Tecnologias Persuasivas e o direito fundamental à livre tomada de decisão*. Tese de Doutorado defendida perante o IDP em julho de 2023.

KRUGMAN, Paul. *Arguing with zombies. Economics, politics and the fight for a better future*. W.W. Norton & Company, 2020.

LUGURI, Jamie; STRAHILEVITZ, Jacob. Shining a Light on Dark Patterns. *Journal of Legal Analysis*, Volume 13, Issue 1, 2021, Pages 43-109, https://doi.org/10.1093/jla/laaa006; https://academic.oup.com/jla/article/13/1/43/6180579

NICHOLS, Tom. *The Death of Expertise: The Campaign against Established Knowledge and Why it Matters*. Oxford University Press, 2018.

ORESKES, Naomi; CONWAY, Eric. *Merchants of Doubt: How a Handful of Scientists Obscured the Truth on Issues from Tobacco Smoke to Climate*. Bloomsbury Publishing: 2011.

PASQUALE, Frank. *The black box society. The secret algorithms that control money and information*. Cambridge: Harvard University Press, 2015.

SAMUEL, Sigal. *Brain-reading tech is coming. The law is not ready to protect us*. https://www.vox.com/2019/8/30/20835137/facebook-zuckerberg-elon-musk-brain-mind-reading-neuroethics. Acesso em 20.02.2023.

SCHEER, Robert. *They know everything about you. How data-collecting corporations and snooping governments are destroying democracy*. New York: Nation Books, 2015.

SOLOVE, Daniel. *Understanding privacy*. Cambridge: Harvard University Press, 2008.

STIGLITZ, Joseph. *O preço da desigualdade*. Tradução de Dinis Pires. Lisboa: Bertrand, 2013.

WOLTERS, Heather; STRICKLIN, Kasey; CAREY, Neil; MCBRIDE, Megan K. The Psychology of (Dis) information: A Primer on Key Psychological Mechanisms. https://www.cna.org/reports/2021/10/The%20Psychology-of-%28Dis%29information-APrimer-on-Key-Psychological-Mechanisms.pdf

WALDMAN, Ari Ezra, "Cognitive Biases, Dark Patterns, and the 'Privacy Paradox'" (2020). Articles & Chapters. 1332. https://digitalcommons.nyls.edu/fac_articles_chapters/1332

WU, Tim. *The attention merchants. The epic scramble to get inside our heads.* Knopf Publishing Group, 2016.

ZUBOFF, Shoshana. *The age of surveillance capitalism. The fight for a human future at the new frontier of power*. New York: Public Affairs, 2019.