



A RESPONSABILIDADE CIVIL E O VÍCIO EPISTÊMICO CAUSADO PELOS ALGORITMOS DE MICRODIRECIONAMENTO DE CONTEÚDO NAS PLATAFORMAS DIGITAIS

Palavras-chave: Responsabilidade Civil; Vício Epistêmico; Algoritmos; Microdirecionamento; Plataformas Digitais.

INTRODUÇÃO

Toda a atividade econômica exercida pelas plataformas digitais se baseia na extração e processamento dos dados de seus usuários, cujas informações se tornam verdadeiros *commodities*. Cada like, comentário, compartilhamento, *play* ou visualização se tornam informações valiosas sobre cada usuário, fazendo com que as empresas de tecnologias estabeleçam um modelo de negócio baseado na Economia da Atenção, que captura o foco e molda o comportamento do usuário, estimulando o consumo de conteúdo de forma a potencializar extração de dados.

Esta Economia da Atenção, conseqüentemente, se utiliza de uma estrutura tecnológica e interativa que molda o comportamento do consumidor a partir do microdirecionamento de conteúdos patrocinados para aqueles usuários que representarem a maior probabilidade de engajamento, modulando e arquitetando as suas escolhas.

Essas modulações comportamentais, causadas pelo microdirecionamento de conteúdos que influenciam a tomada de decisão dos usuários, ocorrem no inconsciente e alteram a percepção dos indivíduos em um nível irracional, resultando em vícios epistêmicos.

Desta forma, o presente trabalho propõe-se a responder se a responsabilidade civil é aplicável às plataformas digitais e aos seus anunciantes pelo vício epistêmico causado por algoritmos de microdirecionamento de conteúdo. A pesquisa se vale de uma abordagem dedutiva e foi realizada utilizando-se da revisão bibliográfica de fontes primárias e secundárias, analisando de forma discursivo-argumentativa como o princípio da precaução, quando aplicado à responsabilidade civil, pode ser aplicado aos vícios epistêmicos causados pelos algoritmos de microdirecionamento de conteúdo.



O MICRODIRECIONAMENTO E OS VÍCIOS EPISTÊMICOS

O microdirecionamento é uma das ferramentas pelas quais as plataformas digitais processam os dados dos seus usuários, categorizando os seus perfis de consumo a partir dos seus comportamentos, interesses, crenças, características e até mesmo as suas informações demográficas. Essas informações obtidas dos usuários podem ser vendidas aos mais diversos anunciantes, não de forma direta, mas ao permitir que estes direcionem anúncios personalizados de publicidade, conectando diretamente o conteúdo do anúncio com os usuários que correspondam com os critérios escolhidos (Korolova, 2011, p. 01).

Ocorre que, ainda que o anunciante não saiba, a priori, quais perfis de usuários serão mais receptivos ao anúncio patrocinado, as plataformas digitais determinam o direcionamento das propagandas a partir de uma análise de perfil, que determina a expectativa de relevância daquela publicidade para cada usuário (Ali; Sapiezynski *et al.*, 2019, p. 01), entregando ao consumidor o anúncio que representar a maior probabilidade de engajamento.

Os algoritmos de microdirecionamento das plataformas digitais constroem extensos perfis de interesses dos usuários e acompanham a performance de cada anúncio, entendendo como diferentes usuários interagem com diferentes conteúdos (Ali; Sapiezynski *et al.* 2019, p. 1 – 2). A análise desse histórico de interações permite que os algoritmos refinem os perfis de consumo de cada usuário, mapeando os seus comportamentos para otimizar a entrega e direcionamento de futuros anúncios.

Esses anúncios microdirecionados possibilitam que os anunciantes e as plataformas digitais, de alguma forma, possam exercer o controle sobre as condutas dos seus usuários, explorando tendências de pensar e decidir automática e socialmente, criando modelos mentais que podem levar o consumidor a comportar-se de forma prejudicial ou perigosa a si ou à sociedade (Oliveira; Stancioli, 2021, p. 13). Portanto, é a legitimidade destes estímulos comportamentais que deve ser analisada por um viés crítico, uma vez que podem causar uma influência indevida ao usuário (Oliveira; Stancioli, 2021, p. 18).

Esta influência indevida, que controla a conduta dos usuários, se dá de forma inconsciente, alterando a percepção do indivíduo em um estado subdoxástico, cujos episódios mentais estão abaixo de um limiar racional do agente (Salatiel, 2020, p. 507), estimulando



condutas irracionais. Referenciando-se em um conceito aristotélico-estóico, que considera a virtude como uma disposição racional de conduta, temos o vício como uma disposição irracional, como oposição ao que é virtuoso (Abbagnano, 2012, p. 1195).

Assim temos o vício epistêmico, cujos esforços de investigação não estão centrados nas virtudes de agentes e comunidades, mas em suas falhas ou defeitos e o modo com que estes afetam a construção do conhecimento (Salatiel, 2020, p. 509 – 510), seja pela sua obstrução de aquisição, retenção ou de transmissão (Cassam, 2019, p. 7). São diversas as formas com que os vícios epistêmicos afetam o conhecimento, uma delas é o vício que reduz a probabilidade de um indivíduo ter crenças individuais verdadeiras, ou seja, o vício epistêmico afeta o conhecimento ao afetar uma crença (Cassam, 2019, p. 11).

Na maioria dos casos, diferentemente das virtudes, os vícios epistêmicos não fazem parte de uma vida intelectual, conscientemente cultivada pelo agente, mas são social e culturalmente gerados, mantidos e reforçados pelo ambiente (Salatiel, 2020, p. 513). O problema é que, mesmo que prejudiciais, o agente não exerce nenhum controle sobre este estado de consciência, fazendo com que este mal possa ser responsabilizado pela aquisição ou revisão desse estado perceptual vicioso (Salatiel, 2020, p. 513).

O PRINCÍPIO DA PRECAUÇÃO E O REGIME DE RESPONSABILIDADE CIVIL

A obrigação da atenção ao princípio da precaução, aqui entendido pela ótica de um dever de cuidado, não é apenas da administração pública, mas também dos agentes privados, que devem maximizar a prevenção dos danos e aumentar o nível de segurança dos indivíduos e de toda a sociedade (Lopez, 2010, p. 77). Faz-se necessário, portanto, que se adote o princípio da prevenção como um instrumento anterior ao dano, e não como consequência deste (Lopez, 2010, p. 79).

O princípio da precaução, que nasceu como uma forma de proteção à natureza, abarca a prevenção de riscos não definidos, hipotéticos, mas que possam vir a acontecer, e deve servir de direção para todos os ramos do direito que lidem com perigos, em especial a responsabilidade civil, cuja aplicação deve ser balanceada caso a caso com outros princípios (Lopez, 2010, p. 87).

A partir desta abordagem expansiva do princípio da precaução, podemos dimensionar a sua aplicação nos vícios epistêmicos causados pelos algoritmos de microdirecionamento das



plataformas digitais. O uso destas ferramentas de inteligência artificial como instrumental ao ato ilícito, faz com que a pessoa ou entidade que a empregou como tal seja plenamente responsável pela realização de um dano (Almada, 2019, p. 92).

Ao considerarmos o vício epistêmico como um dano causado e protegido pelo código do consumidor brasileiro, que institui o dever de cuidado do fornecedor a qualquer abuso praticado no mercado de consumo, seja assegurando a liberdade de escolha e igualdade nas contratações, a proteção contra publicidade abusiva e enganosa, ou à qualquer método comercial coercitivo ou desleal (Brasil, 1990), podemos vislumbrar a aplicação dos institutos da responsabilidade civil aos seus agentes causadores.

Assim, ainda que os atos tenham sido executados de forma instrumental, intermediadas por algoritmos de microdirecionamento, é possível responsabilizar os anunciantes (operadores) e as plataformas digitais (proprietárias das ferramentas) (Fonseca, 2021, p. 23). O anunciante, que determina os critérios a serem utilizados pelos algoritmos de microdirecionamento na identificação dos usuários alvos, são exclusivamente as plataformas que conduzem e controlam a entrega dos anúncios promovidos (Ali; Sapiezynski, *et al.*, 2019, p. 13).

CONCLUSÃO

Desta forma, os algoritmos de microdirecionamento de conteúdo das plataformas digitais, quando exercem controle sobre as condutas dos seus usuários, explorando suas tendências de pensar e decidir automaticamente, influenciam de forma indevida a percepção dos indivíduos, estimulando condutas irracionais e viciosas.

Estes vícios epistêmicos, que afetam a construção do conhecimento e influenciam as crenças individuais dos usuários, além de serem prejudiciais, fazem com que os usuários percam qualquer controle sobre os seus estados de consciência.

Portanto, a partir do princípio da precaução, é responsabilidade tanto das plataformas digitais quanto dos seus anunciantes exercer o dever de cuidado frente aos danos causados pela criação de vícios epistêmicos aos usuários.

O uso instrumental dos algoritmos de microdirecionamento na criação e fomento dos vícios epistêmicos faz com que a responsabilidade civil pelos danos recaiam tanto sobre os anunciantes, que determinam os critérios a serem utilizados pelos algoritmos no direcionamento



de conteúdo, quanto sobre as plataformas digitais, que conduzem e controlam a entrega destes anúncios, desenvolvendo e aprimoram os seus algoritmos geradores de vícios epistêmicos a partir do engajamento de cada usuário alvo.

REFERÊNCIAS

- ABBAGNANO, Nicola. **Dicionário de Filosofia**. 6ª ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012.
- ALI, Muhammad. SAPIEZYNSKI, Piotr. et al. Discrimination through Optimization: How Facebook Ad Delivery Can Lead to Biased Outcomes. **Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction**, v. 3, n. CSCW, p. 1-30, 2019.
- ALMADA, Marco. Responsabilidade Civil Extracontratual e Inteligência Artificial. **Revista Acadêmica Arcadas**, v. 2, n. 1, p. 89, 2019. Disponível em: <https://revistaarcadas.wordpress.com/2019/08/06/volume-2-numero-1/>. Acesso em: 19 mai. 2024.
- BRASIL. Lei nº 8.708, de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 05 mai. 2024.
- CASSAM, Quassim. **Vices of the mind: from intellectual to the political**. Oxford: Oxford University Press. 2019.
- FONSECA, Aline Klayse. Delineamentos jurídico-dogmáticos da inteligência artificial e seus impactos no instituto da responsabilidade civil. **Civilistica.com**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 2, p. 1–36, 2021. Disponível em: <https://civilistica.emnuvens.com.br/redc/article/view/671>. Acesso em: 31 mar. 2024.
- KOROLOVA, Aleksandra. Privacy Violations Using Microtargeted Ads: A Case Study. **Journal of Privacy and Confidentiality**, [S. l.], v. 3, n. 1, 2011. DOI: 10.29012/jpc.v3i1.594. Disponível em: <https://journalprivacyconfidentiality.org/index.php/jpc/article/view/594>. Acesso em: 18 mai. 2024.
- LOPEZ, Teresa Ancona. **Princípio da Precaução e Evolução da Responsabilidade Civil**. São Paulo: Quartier Latin, 2010.
- OLIVEIRA, Ludmila Junqueira Duarte; STANCIOLI, Brunello Souza. Nudge e informação: a tomada de decisão e o “homem médio”. **Revista Direito GV**, v. 17, n. 1, 2021.
- SALATIEL, José Renato. Vícios epistêmicos, percepção e responsabilidade. **Principia: An International Journal of Epistemology**, v. 24, n. 3, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/principia/article/view/72322>. Acesso em: 01 ago. 2024.