O USO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA PROPAGANDA ELEITORAL BRASILEIRA: BALIZADORES ÉTICOS E MORAIS E SEUS LIMITES LEGAIS

The use of artificial intelligence in brazilian electoral advertising: ethical and moral barriers and their legal limits

RICARDO SÉRVULO FONSECA DA COSTA

Sobre o autor:

RICARDO SÉRVULO FONSECA DA COSTA. *Doutor em Direito (Unesa). Mestre em Direito pela Unipê. Especialista em Direito Processual Civil (Universidade Potiguar). Advogado Eleitoralista e Criminal. Coordenador do Mestrado Fesp/Unicap-PE. Prof. do Mestrado da Veni Creator Christian University, na Flórida (EUA). Membro de Banca de Mestrado da UCES – Buenos Aires (AR). Prof. da Faculdade de Ensino Superior da Paraíba. Membro da Academia Paraibana de Letras Jurídicas (APLJ) e do Instituto de Direito Eleitoral da Paraíba (IDEL). Membro Fundador da ABRADEP.*

RESUMO

Cada vez mais presente no noticiário da imprensa e nas mídias sociais, o uso da Inteligência Artificial (IA) na propaganda eleitoral é um assunto complexo, sobre o qual pairam as mais variadas dúvidas em torno não apenas de seus balizadores éticos e morais, como também sobre os seus limites legais, pois como se sabe o uso inadequado dessas ferramentas geram situações que representam violações ao Estado Democrático do Brasil, comprometimento da liberdade de expressão e desvirtuamento da essência e integridade do processo eleitoral pelos riscos associados a essa má utilização dentre eles, a perda de confiança do eleitor nos candidatos e suas propostas, mostrando a face perversa de seus efeitos negativos, aspecto que enseja o questionamento sobre se existe ética na IA, quais seus limites legais e os riscos de sua utilização no contexto eleitoral e como prevenir seus efeitos danosos nesse contexto? O objetivo deste artigo é responder essa indagação à luz dos fenômenos ora em curso, no cenário político com o intento de analisar as implicações decorrentes dos efeitos danosos atribuídos ao uso da IA na propaganda eleitoral brasileira, considerando os balizadores éticos e morais, bem como seus limites legais que devem constituir o alicerce e direcionar uma campanha política sem que ocorra atentado a democracia.

Palavras-chave: propaganda eleitoral; inteligência artificial; violações ao Estado Democrático do Brasil; comprometimento da liberdade de expressão.

ABSTRACT

Increasingly present in the press and on social media, the use of Artificial Intelligence (AI) in electoral propaganda is a complex subject, on which the most varied doubts hover around not only its ethical and moral guidelines, but also regarding their legal limits, as it is known that the inappropriate use of these tools generates situations that represent violations of the Democratic State of Brazil, compromising freedom of expression and distorting the essence and integrity of the electoral process due to the risks associated with this misuse among them, the loss of voter confidence in candidates and their proposals, showing the perverse side of their negative effects, an aspect that raises questions about whether there is ethics in AI, what are its legal limits and the risks of its use in the electoral context and how to prevent its harmful effects in this context? The objective of this article is to answer this question in the light of current phenomena in the political scenario with the aim of analyzing the implications arising from the harmful effects attributed to the use of AI in Brazilian electoral propaganda, considering the ethical and moral guidelines, as well as their legal limits that must constitute the foundation and direct a political campaign without causing an attack on democracy.

Keywords: electoral propaganda; artificial intelligence; violations of the Democratic State of Brazil; compromise of freedom of expression.

1. INTRODUÇÃO

Tendo por objetivo analisar as implicações decorrentes dos efeitos danosos atribuídos ao uso da Inteligência Artificial (IA) na propaganda eleitoral brasileira, considerando os balizadores éticos e morais, bem como seus limites legais que devem constituir o alicerce e direcionar uma campanha política sem que ocorra atentado a democracia; esse estudo intenta compreender a importância, bem como evidenciar os impactos sobre as campanhas políticas além dos desafios que a IA representa para a democracia.

Com base nessa observação, esse estudo se deteve a buscar explicação para o seguinte questionamento: Como a propaganda eleitoral pode ser construída com o uso da IA de modo a ser feita em conformidade com a ética e moral aceitas no cenário político brasileiro, ou seja, a base desse questionamento reside em buscar explicitar se existe ética na AI, quais seus limites legais e os riscos de sua utilização no contexto eleitoral e como prevenir seus efeitos danosos nesse contexto?

A tese construída em torno da abordagem admite, primeiro, que a ética é uma práxis humana e, como tal, requer e supõe a existência de um sujeito responsável, livre e racional, sem o qual não se pode postular uma dimensão de natureza ética e moral. Segundo, que a IA é um produto gerado pela tecnologia, capaz de produzir uma decisão automatizada e, portanto, desprovidas de ética e moral, são como caixas pretas que comprometem a democracia no espaço digital.

Admite ainda, como terceiro eixo de sustentação a observação de que, ao classificar os usuários por grupos de interesses a IA, direciona sua publicidade para esses grupos específicos e, no caso da propaganda eleitoral. Como quarto aspecto admite que, a utilização da propaganda eleitoral no Brasil encontra-se regulamentada pela Resolução do nº 23.610/2019 que dispõe sobre a propaganda eleitoral com redação dada pela Resolução nº 23.732/2024.

A complexidade em torno do tema admite ainda um quinto ponto considerando que, tudo isso pode ter um impacto grande e danoso na democracia, na liberdade das pessoas de fazerem suas próprias decisões, entre outras questões, que atingem seus balizadores éticos e morais bem como seus limites legais, a exemplo do artigo 9º-E da Resolução supracitada que entra em conflito com o que determina o artigo 19 da Lei nº 12.965/2014, sendo essa a tese a ser defendida nesse estudo.

Entende-se ser oportuno realizar essa pesquisa sobre o uso da inteligência artificial na propaganda eleitoral brasileira considerando os balizadores éticos e morais que lhe são inerentes, bem como seus limites legais, em razão de debates sobre o surgimento de ferramentas cada vez mais poderosas de IA, cujo questionamento é polarizado em torno dos benefícios e riscos à democracia, bem como sobre a existência ou não de ética na construção das ferramentas de IA e na sua utilização, tornando esse tema desafiador para ser aprofundado como pesquisa acadêmica e construção de abordagem para trabalho de cunho monográfico[1].

Dentro desse contexto, visualiza-se a configuração da IA como uma realidade merecedora de estudos de natureza jurídica que deve ser posto à disposição da comunidade acadêmica, trazendo uma visão sobre a aplicação do direito, não especificamente tratando questões de ordem técnica da IA[2], mas de natureza jurídica e com foco no direito eleitoral e nos ataques à democracia e nas consequências em que isso resulta. Esse é o propósito desse escrito.

2. ÉTICA, MORAL, POLÍTICA E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: QUESTÃO DE ORDEM NO ÂMBITO DAS CAMPANHAS ELEITORAIS

Antes de qualquer coisa, como questão de ordem é preciso deixar claro que, em se tratando da relação entre a moral, a política e a ética, muito embora reconheçamos a autonomia das questões jurídicas no campo do direito, das questões políticas no campo da política e das questões éticas e morais no campo

[1] Para o aprofundamento dessa temática sugere-se a leitura da obra A inteligência artificial: a (des) serviço do estado de direito, uma publicação da PUC Minas com apoio da CAPES, produção sob a / coordenação de Sampaio (2023), abordagem que revela a complexidade existente em torno do problema que tratamos nessa pesquisa.

[2] Sugere-se, para um amplo entendimento de como ocorreu a evolução tecnológica que resultou na consagração da IA, a leitura da obra de Pimentel (2023) na sua abordagem do volume III em que essa temática é abordada com profundidade e com conhecimento jurídico.

da ética, entendemos que essa autonomia não implica a dissociação entre o direito, a moral e a ética, tampouco entre o direito e a política (Aieta, 2006; Cortina; Martinez, 2005).

Como questão de ordem nesse contexto, os normativos jurídicos devem fazer uma interface entre política, a moral e a ética, harmonizando-as, permitindo aos julgadores punir, de forma austera, aqueles que ameaçam a moralidade e não abrindo espaços para a impunidade, que funciona como um incentivo para a prática de atos corruptos das mais diversas espécies.

No sentido do agir político, os normativos moral e éticos previamente estabelecidos num determinado ordenamento jurídico necessitam de uma motivação sempre voltada para o bem da coletividade. Nessa linha, para agir moralmente, os agentes políticos não devem vislumbrar interesses particulares, mas, sempre, públicos como questão de ordem. Melhor dizendo, os comandos éticos relacionados com o trato da coisa pública têm de ser impostos e delineados de forma austera nas leis, sempre levando em consideração parâmetros imbuídos de uma ética da responsabilidade.

Agindo contra estes comandos, estarão agindo contra a moral e a ética, conduta esta digna de reprovação sob o prisma legal e social. Mas, para se compreender como todos esses elementos se relacionam e como a IA interfere nesse contexto, sob o prisma conceitual da abordagem, necessário se faz tecer um breve comentário sobre a contextualização do assunto que estamos tratando.

2.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

A título de contextualização do tema abordado, evidencia-se que atualmente, ética e política são quase adversárias no contexto da política brasileira, considerando que se trata de um dos maiores problemas existentes no atual cenário político brasileiro, isto é, a falta quase que completa de ética e a extinção da moral entre tantos políticos do Brasil, ocasionando um desvirtuamento do processo eleitoral e de seus instrumentos democráticos que legitimam a democracia política, embora deva prevalecer o entendimento de que "a ética é um componente essencial para a integridade eleitoral e, que a sua presença determina, de fato, a qualidade que se atribui a uma eleição" (Alvin, 2020, p.2).

Em uma breve reflexão sobre os fundamentos da ética e da moral, esse estudo toma como categoria de centralidade a moral sob a rubrica da ética normativa, o que deve resultar na consideração de uma tomada de posição ética a favor da obrigação moral, ao mesmo tempo em que se admite ser esse posicionamento, o grande problema ético que suscita a discussão em torno da temática aqui abordada.

Nas palavras de Kremer-Marietti (1989. p.7) encontra-se ressonância para a compreensão da ética normativa e da sua relação com o sujeito moral:

> […] se a moral está marcada com o selo da história presente ou passada, a ética concerne à teoria e à prática morais, consideradas do ponto de vista de uma situação fundadora, com perspectiva sobre um futuro imediato ou longínquo. […], a lei moral se apresenta como elemento fundador absoluto da pessoa moral, necessário à constituição do sujeito. Fora da obrigação moral não há sujeito responsável.

A ética e a moral não se referem apenas a ações visíveis, mas também às intenções invisíveis que passam a ser julgadas sob o prisma ético, ou seja, ética e moral se complementam, bem como que, nessa relação, deve-se atentar para o fato de que a descoberta de uma crise moral deve ser vista como um estado de alerta, como condição fundamental para a retomada de uma reflexão ética e, por isso necessário se faz ir em busca do elo perdido, desafio importante a considerar quando se trata do uso ético da inteligência artificial na seara política.

2.2 EM BUSCA DO ELO PERDIDO: O DESAFIO DO USO ÉTICO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA SEARA POLÍTICA

A ética e a moral são consideradas a bússola da boa conduta por meio de normas que delas emanam. "A ética é a teoria ou ciência do comportamento moral dos homens em sociedade" (Vázquez, 1989, p. 12), e a moral tem como critério o bem. Saliente-se a pertinência da observação de que, sob o prisma jurídico, os princípios e as normas ético-morais são autoimpostos pelo sujeito, que se torna autoimputável, sendo responsável por seus atos e suas consequências, elo que não deve ser perdido.

Uma primeira observação a ser feita, em relação ao desafio da IA, em face de atribuição de características humanas, enquanto mítica antropoformizante, destacadas nas atividades computacionais, cor-

responde ao seguinte questionamento: pode-se considerar a IA como agente moral artificial? Melhor dizendo, como máquinas inteligentes, esses agentes morais artificiais poderão ensinar e ser modelo comportamental para os humanos, o que poderia indicar a presença de uma ética maquinizada?

Na busca de explicar essa questão, que representa uma ambiciosa empreitada, Brochado (2023, p. 15) considera que a IA não corresponde ao que se considera como inteligência genuína, haja vista que ela "não emite juízo sobre as informações que recebe, não só quanto às fontes de recepção, como também quanto à forma como os dados são integrados em diversas perspectivas de modo responsável em face do mundo a eles subjacente".

Contudo, a expectativa em torno da IA como agente moral artificial já começa a ser vista como uma realidade palpável, trazendo na sua postura conteúdo de ordem moral e ética, conforme aduz Brochado (2023, p. 17, grifos originais):

> Nada obstante, ao contrário dos humanos, um robô que seja programado para praticar condutas para o bem não romperia, sob qualquer hipótese, **o padrão moral programado**, o que equivale a uma programação da **inteligência moral universal e incorruptível**, quer dizer, uma **reabilitação** artificializada **universal-concreta** (efetiva) da **razão prática**, o que hoje é possibilitado pelas tecnologias de entes inteligentes. Pela relação humana com estes, afigura-nos como factível o melhoramento da **performance** moral humana, inspirada em máquinas incorruptíveis. Tais práticas seriam pedagógicas, e.g., na atuação de **assistentes pessoais** artificiais, como robôs corporativos direcionados à mediação em **compliance** empresarial, como robôs-babás programados para também ensinar princípios morais fundamentais a crianças em fase de formação, como cuidadores artificiais capazes de interagir dialogicamente com idosos solitários (este último tem sido um dos principais focos das pesquisas em IA hoje no Japão, cuja população idosa é expressiva e crescente).

O desafio de invocar a moral e a ética relacionada a IA, conforme destaca Sadin (2023), decorre da necessidade de respeito aos princípios jurídicos e políticos atinentes à ética normativa, pois a IA representa inteligência humana ampliada e que a ética é acionada para fiscalização e controle dessa tecnologia, como proteção aos seus desvios, atuando como força coercitiva na condução cada vez mais robotizada dos assuntos humanos.

Uma segunda observação a ser posta refere-se ao impasse jurídico que consiste na possibilidade de responsabilizar seres que não são capazes de juízo de reprovação sobre a própria conduta, como as máquinas. Sobre essa perspectiva, Brochado (2023, p. 18) faz a seguinte ponderação:

> Uma possibilidade é a comparação delas à categoria da pessoa jurídica, a qual não é definida, evidentemente, por uma natureza intrínseca, mas por uma finalidade, quer dizer, em virtude de uma função societária. Nesse sentido, a atribuição de responsabilidade a essas entidades pode ser análoga ao que há séculos se pratica na área jurídica no tratamento da pessoa jurídica, inclusive com a possibilidade de responsabilização solidária dos humanos quando adquirem esse tipo de artefatos inteligentes.

Outras possibilidades trazidas por Brochado (2023) traduzem uma perspectiva teórica e jurídica visualizada por outros estudiosos dessa temática, cujos recortes nos permitimos, aqui transcrever:

> Cogita-se, ainda, da possibilidade de regulação em que os humanos devam permanecer sempre responsáveis por suas máquinas 'inteligentes' e o 'modelo de responsabilização deve, sempre que possível, envolver um processo de certificação de boas práticas, a ser ofertado pelos entes envolvidos (academia, indústria e governo (Peixoto, 2020, p. 157)[3].
>
> Hoje já se anuncia um plexo de direitos destinados a robôs, direitos robóticos, uma tentativa de analogia com os direitos da personalidade, que se apresentam em três

[3]Trata-se de um referencial importante no qual Peixoto (2020), destaca os referenciais éticos são indispensáveis para que se possa entender a utilização da IA de forma responsável, mostrando ainda seu impacto sobre o direito.

> classes: físicos (direito à vida, à integridade física, à imagem, ao cadáver etc.), psíquicos (direito à liberdade, à intimidade, à privacidade etc.), morais (direito à identidade, à honra, à criação intelectual etc.) (Bittar, 2015, p. 37)[4].
>
> Ficou famoso o caso de reconhecimento de direitos a Sophia, 'uma robô humanoide a quem o governo da Arábia Saudita concedeu nacionalidade, e que gerou protestos de organizações de proteção de direitos humanos contra discriminação de tratamento dispensado para mulheres naquele país' (Polido, 2020, p. 237)[5].

Sobre o caso da robô Sophia e a questão da cidadania robótica, Pimentel (2023, p. 438) faz a seguinte ponderação que aqui se transcreve:

> […] atribuir cidadania a uma máquina é reconhecer sua aptidão para exercer direitos políticos, incluindo a capacidade processual e o direito de votar e ser votado, o que não se pode cogitar em razão da ética humanista, mesmo que aventássemos uma espécie de cidadania semiplena ou uma sub-cidadania.

Essa leitura multidimensional vem ganhando espaço quando se trata da ascensão da IA no cenário político. A esse respeito, Pimentel (2024, p. 439) diz que os robôs, embora sejam entes não dotados de personalidade política, "já participam ativamente de nossa vida cotidiana, inclusive com atuação política, sobretudo na promoção e difusão da propaganda eleitoral".

Ao tecer considerações sobre esse aspecto, Camargo (2024) mostra que a IA é uma poderosa ferramenta de marketing político que favorece a definição de estratégias de campanha e interação com o eleitor, personalização de mensagens e melhor entendimento sobre o eleitorado. Na visão do referido autor, os principais benefícios que a aplicação da IA nas campanhas políticas, podem ser assim enumerados:

> **1 Criação de Conteúdo:** Ferramentas como o ChatGPT e o Gemini permitem a geração de textos persuasivos e informativos, facilitando a comunicação direta com o eleitorado.
>
> **2 Análise de Dados e Estudos:** Plataformas como o Study Fetch proporcionam insights valiosos sobre tendências políticas e preferências do eleitorado.
>
> **3 Desenvolvimento Web:** Soluções como o criador de sites da Hostinger utilizam IA para criar websites de campanha eficazes e visualmente atraentes.
>
> **4 Análise de Mídias:** Ferramentas como TLDV.IO e Eightify App oferecem resumos e análises de lives e discursos, permitindo uma resposta rápida a movimentos da oposição.
>
> **5 Suporte a Discursos:** A IA também auxilia na criação de apresentações impactantes e na fundamentação de discursos com dados precisos e relevante (Camargo, 2024, p. 1, grifos originais).

Se, por um lado, não cabe dúvida de que essas ferramentas se utilizadas adequadamente podem trazer benefícios para candidatos, partidos políticos e para o pleito eleitoral, dada a possibilidade de desenvolver campanhas personalizadas, favorecendo a disseminação de informações que permitam aos eleitores analisar essas informações e dados para tomar suas decisões de voto.

2.3 CONSIDERAÇÕES SOBRE O DIREITO À LIBERDADE DE EXPRESSÃO NA ESFERA POLÍTICA E SUA RELAÇÃO COM A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

De pronto, é pertinente fazer o registro de que a liberdade, como direito fundamental, deve ser respeitada, principalmente na transferência de ideias entre candidatos e seus eleitores e, considerando essa perspectiva, observados os devidos postulados legais, é imperioso enfatizar que o discurso se configura como ferramenta que possui amplo poder para fazer a captação de votos, objetivo maior dos candidatos a cargos políticos.

[4]Bittar (2015) nessa obra aborda a teorização dos direitos da personalidade enquanto categoria de direitos reconhecidos aos seres humanos e necessários à sua existência e dignidade, sendo importante para fundamentar o entendimento trazido nessa discussão.

[5]A relevância dessa investigação elaborada por Polido (2020), consiste na demonstração de que, em escala global, é preciso proteger a personalidade e a dignidade humana.

Ou seja, ainda que sendo direito e garantia constitucional, a propaganda eleitoral possui limites rigorosos impostos pelo sistema jurídico eleitoral, que devem ser rigorosamente observados. Ademais, não se deve perder de vista que a propaganda eleitoral é ferramenta indispensável ao efetivo desenvolvimento do processo eleitoral, estando diretamente conectada ao direito à liberdade de expressão na esfera política.

Pelos motivos supracitados, sublinhamos que a divulgação da propaganda deve ser coerente com o processo democrático, sobretudo no âmbito do processo eleitoral. O poder de sufrágio conferido ao povo e exercido por meio do voto, com status de cláusula pétrea, não é suficiente, por si só, para garantir a legitimidade aos seus representantes. É indispensável observar os princípios constitucionais que influenciarão a disputa eleitoral para assegurar o amadurecimento da democracia, garantindo o pleno exercício da soberania popular.

Por outro lado, tem-se como certo que é necessário evitar os efeitos colaterais como o uso indevido de eleitores e disseminação de notícias, dados e informações inverídicas, pois com o uso da IA, tudo pode ser transformado em bits, sons, imagens e textos, propiciando uma comunicação individual, personalizada e bidirecional, em tempo real, podendo contribuir com a geração de problemas cuja gravidade é, muitas vezes, difícil de dimensionar e de corrigir.

Somente uma eleição legítima pressupõe ampla participação popular, amplo respeito à lei e à configuração legal justa, embora se saiba que a prática política, muitas vezes:

> […] não encontra abrigo na moldura jurídica e, nesses casos, o valor de cada ato será aferido precisamente pelos balizamentos éticos. Do mesmo modo, ainda diante de condutas adequadas a tipos legais, a ética servirá à avaliação, pois, como se sabe, sobretudo no campo político, nem tudo o que vale é honesto. Também assim, o filtro ético serve mesmo para a definição da preferência política, para a escolha dos candidatos. É sempre positivo avaliar as opções pelo prisma dos valores, quanto mais quando se percebe que, nas democracias representativas, as eleições não resolvem as grandes políticas públicas, mas sim quem serão aqueles que as constroem (Alvin, 2020, p.3).

Nessa mesma direção convergem os estudos feitos por Bonfim (2023), Leal e Morais Filho (2019) e Magrani (2023), dentre outros cuja abordagem deixa claro que a situação supracitada é agravada pelo uso da IA nas campanhas políticas. E, conforme destacado por David e Sauviat (2019), a IA impacta negativamente a vida das pessoas, a economia e a política. No contexto do impacto político isso decorre dos seguintes aspectos:

> […] a política repousa sobre a possibilidade de se fazer coexistir as tensões antagônicas que atravessam o corpo social, dentro de um equilíbrio por vezes instável. A utilização crescente da inteligência artificial dentro dos domínios, em realidade, faz fluir o conflito (David; Sauviat, 2019, p.248, tradução livre).

Da Empoli (2019) considera a IA uma temível máquina política que esconde um exército de engenheiros de dados e direcionamento de conteúdo, tudo calculado para atingir determinado eleitor, geralmente o eleitor que ainda não se decidiu por um dos lados. Nesse contexto, o eleitor é visto como uma massa manipulável e manipulada, ou seja, um mero consumidor, tornando a democracia uma concepção artificializada, gerada por meio digital mediante amplos esforços de manipulação de opinião na direção da caça ao voto.

Trata-se de uma preocupação que não é exclusiva do cenário político brasileiro, estando presente em várias partes do mundo globalizado onde a guerra pelo voto vem utilizando como arma a IA, sendo esta vista como um obstáculo a ser enfrentado pela democracia (Bonfim, 2023). No caso do Brasil, a aprovação pelo TSE de alterações na Resolução 23.610/2019, regulamentando as normas da propaganda eleitoral e impondo limites ao uso da IA nas eleições, objetiva reverter esse obstáculo que tanto compromete a democracia.

E, para garantir essa legitimidade do pleito, o direito eleitoral busca sempre proteger a formação de vontade dos eleitores, sendo essa a base tutelada do direito eleitoral. Infere-se do art. 241 do Código Eleitoral que a elaboração e a veiculação da propaganda eleitoral ficam sob a responsabilidade dos partidos políticos e dos candidatos, que devem responder pelas ilicitudes eventualmente cometidas, seja na esfera cível, seja na esfera criminal (Brasil, 1965).

Assim, cabe à Justiça Eleitoral realizar a análise de excessos, abusos e ilicitudes cometidas no âmbito da propaganda eleitoral, devendo julgar e punir os responsáveis pelas transgressões às normas eleitorais. Do mesmo modo, que cabe aos estudiosos do assunto chamar atenção para o alto risco de uma eleição e dos pontos críticos da Resolução do TSE nº 23.610/2019, com redação dada pela Resolução nº 23.732/2024, em que a IA é utilizada de modo a não comprometer seu resultado nem o pleno exercício da democracia.

3. INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: MÃO INVISÍVEL DA AUTOMAÇÃO A SERVIÇO DOS CANDIDATOS POLÍTICOS NAS CAMPANHAS ELEITORAIS

O estudo da temática Inteligência Artificial (IA) aplicada à propaganda eleitoral brasileira engloba o disciplinamento de sua utilização na divulgação da propaganda dos partidos, coligações, federações partidárias, candidatos e candidatas no processo eleitoral. Trata-se de um assunto complexo cuja abordagem remete à dinâmica das ferramentas eletrônicas manipuladas nas campanhas eleitorais, consistindo em um desafio jurídico importante qualquer empreendimento que se faça no sentido de evidenciar suas possibilidades e também seus limites legais: "as campanhas estão levando a persuasão num campo cada vez mais privado e invisível, que impossibilita a resposta adequada dos oponentes políticos e críticos" (Ceotto, 2024, p. 1).

Visando coibir o emprego desmedido dessa mão invisível da automação a serviço dos candidatos políticos nas campanhas eleitorais, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) estabeleceu regras para que a justiça eleitoral tenha elementos capazes de combater o desvirtuamento das propagandas eleitorais, evitando desvio de sua finalidade à medida que estas possibilitam interferência nesse processo com sugestão de votos, disseminação de notícias falsas e desinformação, contribuindo para gerar uma série de problemas de ordem ética e moral, bem como ultrapassando limites legais, capazes de comprometer a validade do pleito eleitoral.

Sobre essa temática, Lemos (2023), em explanação em torno da capacidade de persuasão e dos efeitos de propagandas criadas por IA, aponta como efeitos perniciosos desta: primeiro, que a propaganda, além de ser massiva e permanente, é gerada a partir do perfil do potencial eleitor, tendo como base dados extraídos das redes sociais; segundo, como a propaganda é individualizada, seu potencial de fazer com que ocorra mudança de opinião por parte do potencial eleitor é bastante elevada, já que o conteúdo vai sendo alterado até que o objetivo seja alcançado, no caso a mudança de opinião pretendida; terceiro, falta de transparência no seu objetivo mais amplo que é conseguir voto e, não simplesmente fazer a propaganda política em si.

3.1 UM ALERTA SOBRE OS MALEFÍCIOS DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO CENÁRIO POLÍTICO

Em estudo sobre os malefícios que a IA pode trazer no cenário de disputa eleitoral, Leal e Moraes Filho (2019), chamam atenção para a criação de uma democracia artificial, forjada mediante a atuação de robôs e de contas automatizadas, sendo um desafio para que sejam estabelecidos os seus limites jurídicos, éticos e morais necessários ao funcionamento do processo democrático onde deve prevalecer a liberdade de escolha dos eleitores, sem interferência de ferramentas eletrônicas.

O uso da IA em campanhas políticas impõe um desafio importante para os estudiosos do assunto, levantando inúmeras questões éticas relativas à transparência dos dados e do processo envolvendo a utilização destes, a responsabilidade pelos danos causados, os efeitos discriminadores, a privacidade informacional, a autonomia das máquinas e dos usuários e a fabricação de resultados tendenciosos, gerando assim insegurança jurídica, ensejando apuração de responsabilidade e aplicação de penalidades de acordo com a situação considerada.

Outro ponto nevrálgico envolvendo a temática IA, refere-se ao fato de que as decisões são tomadas por uma pessoa eletrônica, ou seja, uma máquina, um robô. Há de se considerar que a IA tem sido fortemente utilizada para manipulação política e influência eleitoral, chegando a ser um fator perigoso de enfraquecimento das democracias, sendo essas democracias um dos seus principais alvos (Bonfim, 2023; Bocchino; Furbino, 2023; Magrani, 2023).

Acrescente-se ainda a recente aprovação pelo TSE de alterações na Resolução 23.610/2019, com redação dada pela Resolução nº 23.732/2024, regulamentando as normas da propaganda eleitoral e impondo limites ao uso da IA nas eleições. Ou seja, a partir de agora, "o conteúdo precisará ser rotulado para informar o eleitor e não poderá conter o uso de deep fake, conteúdo que simula digitalmente a imagem ou a voz de outras pessoas" (Vital, 2024, p. 1).

Isso significa dizer que "os partidos terão de rotular o uso de 'conteúdo sintético multimídia' feito por inteligência artificial, para que o eleitor tenha pleno conhecimento", registra Vital (2024, p. 1). É pertinente assinalar que o regime democrático é pautado por princípios de grande valor à sua existência, como o da soberania popular (que se traduz pelo fato de que o povo é a única fonte de poder), o princípio republicano (respeitando-se os mandatos de cada representação política), e o princípio da normalidade e legitimidade das eleições, expressamente apresentado no art. 14, §9°, da Constituição Federal de 1988 (Brasil, 1988).

É fato que, a má utilização da IA representa um risco real e imediato para a democracia, mesmo diante do que está estabelecido, sobre o prisma de seus limites legais, na dicção do artigo 9º da Resolução nº 23.610/2019 que dispõe sobre a propaganda eleitoral com redação dada pela Resolução nº 23.732/2024, bem como através do regramento estabelecido no artigo 19 da Lei nº 12.965/2014 que estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil, ante a perspectiva de uma relação conflituosa ensejando, assim, uma discussão mais acurada sobre essa relação.

O dispositivo da Resolução do TSE interfere no atual regime de responsabilidade de provedores sobre o conteúdo produzido por seus usuários estabelecido na legislação brasileira, especificamente pelo Marco Civil da Internet, posto que, em seu artigo 19 a Resolução n° 23.610/2019, com redação dada pela Resolução nº 23.732/2024, contém um dispositivo prevendo que provedores de aplicação serão "solidariamente responsáveis, civil e administrativamente, quando não promoverem a indisponibilização imediata de conteúdos e contas, durante o período eleitoral" (Brasil, 2023).

Isso engloba conteúdos como: desinformação sobre candidatos e a urna eletrônica, postagens caracterizadoras de crimes contra as instituições democráticas e discurso de ódio. A esses casos, a corte eleitoral chama de casos de riscos, o que demonstra tratar-se de um tema crucial para a sobrevivência da democracia, haja vista a consideração em torno da importância atribuída ao debate público, do valor atribuído ao voto e da lisura do processo eleitoral em si mesmo.

Os casos de risco supracitados acendem um sinal de alerta, sobretudo no momento político atual, em que a democracia se ressente da falta de confiança do cidadão brasileiro, tanto no sistema político quanto nas instituições que conduzem o processo eleitoral, conforme vem sendo noticiado pela mídia falada, escrita e informacional, colocando em evidência os balizadores éticos e morais envolvendo essa temática, bem como seus limites legais.

Conforme visto, apesar dos benefícios que proporciona, o uso da IA no marketing político traz desafios significativos, especialmente no que se refere à ética, à moral e à integridade das informações. É importante lembrar que a propaganda eleitoral tem espaço na liberdade de expressão de partidos e candidatos na divulgação de suas propostas, legendas e partidos. Todavia, a propaganda segue algumas restrições em respeito aos preceitos constitucionais, de modo que, a capacidade de criar *deepfakes* e conteúdos manipulados demanda uma reflexão profunda sobre os limites do uso dessa tecnologia.

É crucial que campanhas políticas utilizem a IA de maneira responsável, garantindo que a informação compartilhada seja verdadeira e não prejudique o processo democrático. Há de se considerar ainda, os limites legais especificamente no que respeita ao regramento trazido na Seção II da Resolução do TSE nº 23.610/2019 que dispõe sobre a propaganda eleitoral com redação dada pela Resolução nº 23.732/2024, no que diz respeito à desinformação na propaganda eleitoral. *In verbis:*

> Art. 9º A utilização, na propaganda eleitoral, de qualquer modalidade de conteúdo, inclusive veiculado por terceiras(os), pressupõe que a candidata, o candidato, o partido, a federação ou a coligação tenha verificado a presença de elementos que permitam concluir, com razoável segurança, pela fidedignidade da informação, sujeitando-se as pessoas responsáveis ao disposto no art. 58 da Lei nº 9.504/1997, sem prejuízo de eventual responsabilidade penal (Redação dada pela Resolução nº 23.671/2021).
>
> […];
>
> Art. 9º-D. É dever do provedor de aplicação de internet, que permita a veiculação de conteúdo político-eleitoral, a adoção e a publicização de medidas para **impedir ou diminuir a circulação de fatos notoriamente inverídicos ou gravemente descontextualizados que possam atingir a integridade do processo eleitoral**, incluindo: (incluído pela Resolução nº 23.732/2024) (Brasil, 2019, grifo nosso).

É fácil perceber que, nessa perspectiva há uma nítida ênfase na percepção de que a IA possui o potencial tanto de fortalecer quanto de vulnerabilizar a estrutura democrática. Acrescente-se que é preciso considerar o poder-dever da justiça eleitoral de realizar eleições seguras garantindo a liberdade de expressão, considerando a perspectiva dos candidatos e partidos, dos eleitores e cidadãos em geral, e dos meios de comunicação em sentido amplo e outros fóruns de discussão política (Osório, 2017).

Os aspectos supramencionados são relevantes para que se possa destacar os pontos-chave da Resolução nº 23.732/2024, o citado artigo 9º-D, por exemplo, apresenta uma proibição explícita de patrocinar conteúdos que contenham desinformação nas redes sociais (Brasil, 2024). O dispositivo é relevante porque a legislação brasileira autoriza publicidade política paga em plataformas digitais, consoante dicção do artigo 57-C da lei 9.504/97 estabelecendo:

> Art. 57-C. É vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet, **excetuado o impulsionamento de conteúdos**, desde que identificado de forma inequívoca como tal e contratado exclusivamente por partidos, coligações e candidatos e seus representantes. (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017) (Brasil, 1997, grifo nosso).

O impulsionamento de conteúdo é, portanto, o elemento que autoriza essa divulgação mediante pagamento em plataformas digitais. Conceitualmente falando, impulsionar uma propaganda significa:

> […] criar um anúncio a partir de uma publicação na rede social que poderá ser exibida em diversos lugares da plataforma, como o feed de notícias (na forma de publicação 'sugerida' ou 'patrocinada') ou em outros espaços reservados para publicidade (como as laterais de tela) em uma quantidade de vezes proporcional ao investimento feito pelo anunciante (Cruz, 2018, p. 66).

No caso específico do impulsionamento para fins eleitorais, seu conceito é encontrado no art. 37, XIV, da Resolução TSE nº 23.610/2019, estabelecendo que se trata de "mecanismo ou serviço que, mediante contratação com os provedores de aplicação de internet, potencializem o alcance e a divulgação da informação para atingir usuários que, normalmente, não teriam acesso ao seu conteúdo". É importante esclarecer que se inclui nesse conceito a priorização paga de conteúdos resultantes de aplicações de busca na internet, conforme disposto no artigo 26, § 2º, da Lei nº 9.504/1997, entendida como uma subespécie de impulsionamento (Cruz, 2018).

Entretanto, deve ser lembrado que isso requer observância sobre as obrigações previstas no artigo 9º-D da Resolução nº 23.732/2024, como a elaboração de termos de uso que visam reduzir a circulação de desinformação (inc. I), a implementação de canais de denúncia (inc. II), a publicação de relatórios de transparência divulgando ações tomadas para melhorar os sistemas de recomendação de conteúdo (inc. IV), a realização de avaliações de impacto dos serviços na integridade eleitoral (inc. V), entre outros (Brasil, 2024).

3.2 A REGULAMENTAÇÃO DO EMPREGO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL EM CAMPANHAS ELEITORAIS NO BRASIL

No ordenamento jurídico brasileiro, o emprego da inteligência artificial (IA) em campanhas eleitorais, atualmente é regulamentado através do artigo 9º-B da Resolução nº 23.732/2024, exigindo rotulagem explícita quando a ferramenta é utilizada (*caput*). Especifica, por exemplo, que as peças de áudio e vídeo devem vir acompanhadas de aviso prévio da aplicação da tecnologia (§ 1º, I) e exige o uso de marcas d'água e audiodescrição em imagens e vídeos (§ 1º, II).

Outro ponto-chave importante decorre do texto do artigo 9º-C, por estabelecendo expressamente a proibição da disseminação de conteúdo de desinformação, com a seguinte redação: "fatos notoriamente inverídicos ou descontextualizados, com potencial de causar danos ao equilíbrio ou à integridade do processo eleitoral" (Brasil, 2024).

E, no seu § 1º, o artigo 9º-C, proíbe especificamente o uso de deep fakes visando favorecer ou prejudicar candidatura, conceito definido como "conteúdo sintético em áudio, vídeo ou combinação de ambos os formatos, que foi gerado ou manipulado digitalmente, mesmo com autorização, para criar, substituir ou alterar a imagem ou voz de uma pessoa viva, falecida ou fictícia pessoa" (Brasil, 2024).

Destaca-se também como ponto-chave, o artigo 9º-E, que introduz a possibilidade de responsabilização civil e administrativa dessas empresas quando deixarem de remover imediatamente cinco grupos

de conteúdos considerados “casos de risco” (caput), os quais resumidamente se traduzem em: conduta antidemocrática (inc. I); disseminação de desinformação (inc. II); ameaça à integridade das instituições e dos seus membros)inc. III); discurso de ódio (inc. IV) e, incumprimento da obrigação de rotular conteúdos de inteligência artificial, trazida pela própria resolução (inc. V) (Brasil, 2024).

Sobre a regra expressa no artigo 9º-E da Resolução nº 23.732/2024, deve ser dito que, “em última análise, ela tenta trazer balizas para aplicação de um regime de responsabilidade diferenciado e mais alinhado à nova dinâmica entre usuários e plataformas e os potenciais impactos negativos para a lisura das eleições” (Curzi et. al., 2024, p, 3).

Ponto-chave digno de nota ainda no artigo 9º-E, I refere-se à questão envolvendo conduta antidemocrática, a exemplo de alegações de fraude eleitoral sem fundamento cuja finalidade não é outra senão a de deslegitimação dos processos democráticos. Cita-se como exemplo ataques direcionados às Cortes constitucionais, tendo como explicação os aspectos que seguem:

> [..] porque são elas que invalidam os atos administrativos do poder executivo, através da supressão de competências, redução da idade dos juízes e ministros para que esses sejam levados à aposentadoria compulsória, aliado ao aumento das cadeiras para que o chefe do poder executivo possa nomear mais nomes, modificação do processo de escolha dos juízes com o intuito de corroer a democracia, bem como a redução da garantia dos membros da magistratura (Couto, 2022, p. 16).

Outro exemplo, também citado por Couto (2022, p. 17), “são os ataques aos atores internos que fiscalizam o Poder Executivo, como o Ministério Público, a Defensoria Pública, jornalistas, sociedade civil e ONGs, de modo que a corrosão democrática ocorre de maneira muito sutil”. O meio utilizado para disseminar esses ataques são as redes sociais, que “converteram-se em poderosos instrumentos de propagação de *fake news*, ataques à democracia e também discursos de ódio, […]”, conforme alegado por Couto (2022, p. 23).

Nesse ponto, é relevante assinalar a teor do artigo 9º-E, IV o discurso de ódio, muitas vezes, sob o disfarce de liberdade de expressão que é um dos pilares da democracia. Saliente-se a pertinência da observação de que a liberdade de expressão deve ser acionada com o fito de tornar rico e transparente o debate público, contribuindo decisivamente para o fortalecimento da democracia, ao passo que o discurso de ódio, ao contrário, promove o enfraquecimento da democracia.

Nos termos da Resolução n° 23.732/2024, uma das hipóteses de indisponibilização de conteúdo é o comportamento ou discurso de ódio, que consiste, entre outros, em “promoção de racismo, homofobia, ideologias nazistas, fascistas ou odiosas contra uma pessoa ou grupo por preconceito de origem, raça, sexo, cor, idade, religião e quaisquer outras formas de discriminação” Brasil, 2024).

Sobre a dificuldade em lidar com o discurso de ódio quando se trata de campanhas políticas, cabe assinalar o seguinte:

> Ao explorar a legislação eleitoral brasileira, é possível notar a preocupação em limitar o conteúdo do discurso, notoriamente na propaganda, e que, eventualmente, tais restrições atuam sobre conteúdos que poderiam se enquadrar no conceito de discurso de ódio. Na maioria das vezes, contudo, a atuação da legislação eleitoral sobre tal fenômeno ocorre de forma reflexa, ao lidar com conflitos que envolvam a esfera individual e que, eventualmente, alcançam a esfera coletiva (Rais; Tsuzuki, 2021, p.12)

Fazendo uma conexão entre o discurso de ódio e o discurso eleitoral, Rais e Tsuzuki (2021, p. 12) tecem o seguinte comentário:

> São exemplos de regulação do conteúdo do discurso os artigos 324, 325 e 326 do Código Eleitoral, nos quais são tipificados os crimes de calúnia, de difamação e de injúria eleitoral, desde que a manifestação seja entendida como propaganda ou tenha como finalidade a propaganda[6]. No artigo 323, por sua vez, são proibidas propagandas que divulguem fatos

[6]Art. 324. Caluniar alguém, na propaganda eleitoral, ou visando fins de propaganda, imputando-lhe falsamente fato definido como crime: Pena – detenção de seis meses a dois anos, e pagamento de 10 a 40 dias-multa. Art. 325. Difamar alguém, na propaganda eleitoral, ou visando a fins de propaganda, imputando-lhe fato ofensivo à sua reputação: Pena – detenção de três meses a um ano, e pagamento de 5 a 30 dias-multa. Art. 326. Injuriar alguém, na propaganda eleitoral, ou visando a fins de propaganda, ofendendo-lhe a dignidade ou o decôro: Pena – detenção até seismeses, ou pagamento de 30 a 60 dias-multa (Brasil,1965).

> sabidamente inverídicos em relação a partidos ou candidatos que sejam capazes de influenciar o eleitorado[7]. Similarmente, a Lei 9.504/1997, no artigo 58, prevê ao candidato, partido ou coligação atingido por conceito, imagem ou afirmação caluniosa, difamatória, injuriosa ou sabidamente inverídica, difundido por qualquer veículo de comunicação social, o direito de se defender, usando o tempo do adversário que o atacou.

Há uma questão muito mais complexa a considerar quando se analisa o Artigo 9º-E, pois, conforme bem pontuado por Teffé (2024, p. 3), existe uma relação conflituosa entre o dispositivo em comento e a regra do artigo 19 da lei nº 12.965/14, a qual pode ser assim descrita:

> A regra do Marco Civil da Internet (Lei 12.965/14), em seu artigo 19 dispõe que, visando a assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, o provedor de aplicações de internet somente poderá ser responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros se, após ordem judicial específica, não tomar as providências para, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço e dentro do prazo assinalado, tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente, ressalvadas as disposições legais em contrário. Diante disso, há sérias dúvidas se o instrumento adequado para tanto poderia ser uma Resolução do TSE, diante de sua natureza, e se ela não estaria inovando e ultrapassando as suas possibilidades.

É importante frisar que ocorre, nesse caso, uma coalizão de direitos, pois o artigo 9º-E da Resolução n° 23.732/2024 fere a regra do artigo 19 da lei nº 12.965/14, conforme alerta o autor supracitado. Isso implica em admitir que, na prática, essa remoção de conteúdos falsos, sem a devida análise judicial, gera insegurança jurídica ao não prever a necessidade de um processo judicial para essa finalidade.

Ademais, a consequência mais premente que se visualiza, nesse caso, é a de que essa remoção pode resultar em censura de informações importantes para o debate político público e, por tabela, isso pode trazer um impacto negativo para o processo eleitoral e para a democracia, violando também o princípio da responsabilidade civil, pois as plataformas online são responsabilizadas por conteúdos que ainda não foram considerados falsos por um juiz.

4. CONCLUSÃO

Um dos principais resultados desse estudo consiste na identificação dos princípios éticos e morais a serem considerados diante do uso da IA em campanhas eleitorais, de modo a prevenir a ocorrência de danos ao processo eleitoral e, por consequência, evitar que a democracia seja afetada em sua essência. Tal observação decorre da constatação de que a utilização da IA, durante os processos eleitorais revela um cenário complexo.

Cenário esse que requer um estudo mais aprofundado diante do desafio de garantir que as campanhas eleitorais no Brasil não promovam desinformação nem interfiram nas decisões dos eleitores ao adotarem essa tecnologia, que suscita questões sobre o impacto da utilização massiva de dados na influência das escolhas dos eleitores, aspecto largamente abordado neste estudo.

No tocante à pretensão de demonstrar a necessidade de controle da IA, instrumento informático e digital, como ferramenta de suporte ao direito eleitoral no cenário delineado pelas campanhas políticas no Brasil, restou evidenciado que a IA, de fato, pode otimizar as campanhas e torná-las mais eficientes, mas também abrem espaço para a manipulação de dados, a disseminação de desinformação e a influência indevida no processo democrático.

Ou seja, as discussões, diante desse cenário e das alterações trazidas pela legislação em vigor, traduzem em seus resultados a percepção de que, com a promessa de revolucionar a forma como candidatos se comunicam com o eleitorado, a IA traz consigo um misto de oportunidades e desafios que exigem atenção especial de candidatos(as), partidos, eleitores(as) e legisladores(as), aspecto que também evidencia não só a importância como também a necessidade de estudos científicos sobre essa temática.

Outro resultado importante delineado no argumento desse estudo diz respeito ao conflito presente na própria legislação, quando se considera a dicção expressa na Resolução do nº 23.610/2019, que

[7]Art. 323. Divulgar, na propaganda, fatos que sabe inverídicos, em relação a partidos ou candidatos e capazes de exercerem influência perante o eleitorado: Pena – detenção de dois meses a um ano, ou pagamento de 120 a 150 dias-multa.(Brasil,1965).

dispõe sobre a propaganda eleitoral com redação dada pela Resolução nº 23.732/2024, notadamente no seu artigo 9º, para com o regramento estabelecido no artigo 19 da Lei nº 12.965/2014, tendo sido demonstrado que, conforme previsto no referido artigo, os provedores de internet só podem ser responsabilizados pelo conteúdo gerado no meio digital quando não cumprirem ordem judicial sobre a remoção de conteúdos considerados infringentes. O objetivo desse trecho da lei é "assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura", estando situado nesse aspecto o cerne da relação conflituosa entre a legislação aqui citada.

E, por fim, admite-se ser importante aprofundar estudos sobre a forma como o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) está se posicionando em relação ao disciplinamento e controle da IA como ferramenta de marketing político na definição do seu arcabouço legal, ante a consideração de que tais sistemas não podem ultrapassar nem violar os direitos dos cidadãos eleitores brasileiros. E, quanto ao problema de decidir com ética, não há óbice para que isso aconteça com a IA, desde que tenha sido programada para isso, ou seja, essa não é uma questão tecnológica inalcançável às IAs, mas uma questão de ordem que deve ser estabelecida pelo ordenamento jurídico.

Nesse sentido é apropriado citar aqui um trecho da obra de Pimentel (2023, p. 264) onde está posto, de modo objetivo, essa consideração, mediante a seguinte afirmação: "É preciso impor limites éticos, mas com preservação dos direitos e garantias individuais, como a liberdade de expressão, nos limites constitucionalmente estabelecidos, e a criptografia das comunicações".

Em suma, além das discussões sobre os limites éticos, necessário se faz chamar atenção para os limites morais e legais quando se trata da IA aplicada ao processo eleitoral, sobretudo quando a meta é de alcançar sempre e a qualquer custo, o objetivo de obtenção de poder político. Desse modo, o nó górdio a ser desatado contempla não apenas o rigor da sua regulamentação jurídica, mas, também a conscientização da sociedade, sobre as possibilidades e os riscos dessa mão invisível automatizada que se tornou e está se consolidando como um grande projeto político do próprio Estado de Direito, a exemplo do que vem ocorrendo no cenário político brasileiro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AIETA, Vânia Siciliano. **Ética na política.** Rio de Janeiro: Lúmen Juris, 2006.

ALVIN, Frederico Franco. O papel da ética no processo eleitoral. **Escola Judiciária Eleitoral**, 2020. Disponível em: https://www.tse.jus.br/institucional/escola-judiciaria-eleitoral/publicacoes/revistas-da-eje/artigos/revista-eletronica-eje-n.-4-ano-5/copy_of_por-que-a-urna-eletronica-e-segura. A cesso em: 14 abr., 2024.

BITTAR, Carlos Alberto. **Os direitos da personalidade**. São Paulo: Saraiva, 2015.

BOCCHINO, Lavínia Assis; FURBINO, Meire. Democracia e legitimidade do processo eleitoral: novos desafios frente a atuação das fake news. In:SAMPAIO, José Adércio Leite (coord.).**A Inteligência Artificial a (Des)serviço do Estado de Direito**. Belo Horizonte: CAPES: Programa de Pós-graduação em Direito-PUC Minas: RTM, 2023, p. 257-276. E-Book. Disponível em: https://www.pucminas.br/pos/direito/Documentos%20Gerais/Ebook%20final%20-%20IA.pdf. Acesso em: 13 abr., 2024.

BONFIM, Gabrielle Cristina Menezes Ferreira. Tecnologia da informação, política e manipulação: como a tecnologia da informação está sendo utilizada para influenciar eleições e enfraquecer a democracia. In:SAMPAIO, José Adércio Leite (coord.).**A Inteligência Artificial a (Des)serviço do Estado de Direito**. Belo Horizonte: CAPES: Programa de Pós-graduação em Direito-PUC Minas: RTM, 2023, p. 279-301. E-Book. Disponível em: https://www.pucminas.br/pos/direito/Documentos%20Gerais/Ebook%20final%20-%20IA.pdf. Acesso em: 13 abr., 2024.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF, 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 14 abr., 2024.

BRASIL. **Lei nº 4.737, de 16 de julho de 1965**. Institui o Código Eleitoral. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4737compilado.htm. Acesso em: 13 abr., 2024.

BRASIL. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014**. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 10 maio, 2025.

BRASIL. **Resolução nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019**. Dispõe sobre a propaganda eleitoral (Redação dada pela Resolução nº 23.732/2024. Portal do Tribunal Superior Eleitoral.Disponível em: https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019. Acesso em: 10 maio, 2024.

BRASIL. **Resolução nº 23.732, de 27 de fevereiro de 2024**. Altera a Res.-TSE nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019, dispondo sobre a propaganda eleitoral.Portal do Tribunal Superior Eleitoral. Disponível em: https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2024/resolucao-no-23-732-de-27-de-fevereiro-de-2024. Acesso em: 15 out., 2024.

CAMARGO, Andreoni. Inteligência artificial: revolucionando o marketing político. **Diário do Nordeste**, 26 fev., 2024. Disponível em: https://diariodonoroeste.com.br/inteligencia-artificial-revolucionando-o-marketing-politico-2. Acesso em: 12 abr., 2024.

CEOTTO, Luciano. A eleição da IA: desafios para a utilização ética das novas tecnologias. **Consultor Jurídico**, 12 fev., 2024. Disponível em: https://www.conjur.com.br/2024-fev-12/a-eleicao-da-ia-desafios-para-a-utilizacao-etica-das-novas-tecnologias/. Acesso em: 18 out., 2024.

CORTINA, Adela; MARTINEZ, Emílio. **Ética**. São Paulo: Loyola, 2005.

COUTO, Laise Duarte. **A ascensão antidemocrática na atualidade: aspectos históricos e constitucionais**. Defensoria Pública do Estado da Bahia, 2022. Disponível em: https://www.defensoria.ba.def.br/wp-content/uploads/2022/04/A-ascensao-antidemocratica-na-atualidade-aspectos-historicos.pdf. Acesso em: 15 out., 2024.

CURZI, Yasmim; MESQUITA, Hana; MARINS, Isabella; NUNES, José Luiz; ABBAS, Lorena. TSE, plataformas digitais e competência normativa: Resolução n° 23.732/2024. **Consultor Jurídico**, 27 mar., 2024. Disponível em: https://www.conjur.com.br/2024-mar-27/tse-plataformas-digitais-e-competencia-normativa-uma-analise-da-resolucao-no-23-732-2024/. Acesso em: 20 out., 2024.

CRUZ, Francisco Brito et al. **Direito eleitoral na era digital**. Belo Horizonte: Letramento, Casa do Direito, 2018.

DA EMPOLI, Giuliano. **Os engenheiros do caos**. Traduzido por Arnaldo Bloch. São Paulo: Autêntica, 2019.

DAVID, Marie; SAUVIAT, Cédric. **Intelligence artificielle:** la nouvelle barbarie. Mônaco: Éditions du Rocher, 2019.

HERMÍNIO, Beatriz. Como trabalhar a ética na inteligência Artificial. **Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo**, 22 set., 2022. Disponível em: http://www.iea.usp.br/noticias/questoes-eticas-na-inteligencia-artificial-foram-debatida-por-pesquisadores. Acesso em: 13 abr., 2024.

KREMER-MARIETTI, Angèle. **A ética**. Campinas, SP: Papiuris, 1989.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da metodologia científica**. 9. ed., São Paulo: Atlas, 2021.

LEAL, Luziane de Figueiredo Simão; MORAES FILHO, José Filomeno de. Inteligência artificial e democracia: os algoritmos podem influenciar uma campanha eleitoral? uma análise do julgamento sobre o impulsionamento de propaganda eleitoral na internet do Tribunal Superior Eleitoral. **Direitos Fundamentais & Justiça**, Belo Horizonte, ano 13, n. 41, jul./dez. 2019, p. 343-356. Disponível em: https://dfj.emnuvens.com.br/dfj/article/view/793/971. Acesso em: 10 abr., 2024.

LEMOS, Ronaldo. Devemos banir a inteligência artificial nas eleições. **Instituto deTecnologia e Sociedade do Rio**, 12 jun., 2023. Disponível em: itsrio.org/pt/artigos/devemos-banir-a-inteligencia-artificial-nas-eleicoes/?gad_source=1&gclid=CjwKCAjw8diwBhAbEiwA7i_sJdBdCpwFiET2nSwzpkrtiHAW5kJ-g8xWq7gUNWwlw7jp3BROtplwdxoCqmEQAvD_BwE. Acesso em: 9 abr., 2024.

MAGRANI, Eduardo. New perspectives on ethics and the laws of artificial intelligence. In: SAMPAIO, José Adércio Leite (coord.). **A inteligência artificial a (des)serviço do Estado de Direito**. Belo Horizonte: CAPES: Programa de Pós-graduação em Direito-PUC Minas: RTM, 2023, p. 213-239. E-Book. Disponível em: https://www.pucminas.br/pos/direito/Documentos%20Gerais/Ebook%20final%20-%20IA.pdf. Acesso em: 13 abr., 2024.

MONTEIRO, Claúdia Servillha. **Manual de metodologia na pesquisa em direito**. 9. ed., São Paulo: Saraiva Jur, 2023.

OSÓRIO, Aline. **Direito eleitoral e liberdade de expressão**. Belo Horizonte: Fórum, 2017.

PEIXOTO, Fabiano Hartman. **Inteligência artificial e direito**: convergência ética e estratégica. Curitiba: Alteridade Editora, 2020.

PIMENTEL, Alexandre Freire. **Tratado sobre as TICs**: direito e processo tecnológico – inteligência artificial e internet – ciberconsciência imparcialidade algorítmica: ética, vieses e decisões judiciais. (vol. III). Recife: Publius, 2023.

POLIDO, Fabrício Bertini Pasquot. Inteligência artificial entre estratégias nacionais e corrida regulatória global: rotas analíticas para uma releitura internacionalista e comparada. **Revista da Faculdade de Direito da UFMG**, nº. 76, p. 229-256, jan./jun. 2020. Disponível em: https://revista.direito.ufmg.br/index.php/revista/article/view/2067. Acesso em: 15 out., 2024.

RAIS, Diego; TSUZUKI, Camila. A conexão entre o discurso de ódio e o direito eleitoral. **Democracia e Direitos Fundamentais**. 15 dez., 2021. Disponível em:https://direitosfundamentais.org.br/a-conexao-entre-o-discurso-eleitoral-e-o-odio/. Acesso em: 18 out., 2024.

SADIN, Éric. **La inteligencia artificial o el desafio del siglo**: anatomia de un antihumanismo radical, Buenos Aires: Caja Negra, 2023.

TEFFÉ, Chiara Spadaccini. Eleições, inteligência artificial e responsabilidade das plataformas digitais. **Migalhas**, 21 mar., 2024. Disponível em: https://www.migalhas.com.br/coluna/migalhas-de-responsabilidade-civil/403881/eleicoes-ia-e-responsabilidade-de-plataformas-digitais. Acesso em: 20 out., 2024.

VÁZQUEZ, Adolfo Sanchez. **Ética**. 39. ed., Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2018

VITAL, Danilo. TSE obriga candidatos a rotular uso de IA na campanha e proíbe uso de deep fake. **Revista Consultor Jurídico**, 28 fev., 2024. Disponível em: https://www.conjur.com.br/2024-fev-28/tse-obriga-candidatos-a-rotular-uso-de-ia-na-campanha-e-proibe-deep-fake/. Acesso em: 14 out., 2024.