ISAAC ASIMOV E A TENTATIVA DE GOVERNAR AS MÁQUINAS: NOTAS SOBRE O USO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICAL NA PROPAGANDA ELEITORAL DURANTE AS ELEIÇÕES DE 2024

Isaac Asimov and the attempt to govern machines: notes on the use of artificial intelligence in electoral propaganda during the 2024 elections

CARLOS EDUARDO DE OLIVEIRA LULA

Sobre o autor:

Carlos Eduardo de Oliveira Lula. *Deputado Estadual, advogado, servidor público, ex-secretário de Estado da Saúde do Estado do Maranhão (2016-2022), ex-presidente do Conselho Nacional de Secretários de Saúde - CONASS (2020-2022), membro da Academia Maranhense de Letras Jurídicas e membro fundador da Academia Brasileira de Direito Eleitoral e Político - ABRADEP. Autor de livros nas áreas de Direito Eleitoral, Constitucional e Saúde Pública. Possui graduação em Direito pela Universidade Federal do Maranhão (2005), pós-graduação em Direito Constitucional Aplicado (2006) e Direito Processual Civil (2007), MBA em gestão empresarial (2019), Mestre em gestão de saúde pública (2019), Mestre em Direito Constitucional - MINTER UNDB/PUC-RS. Doutorando em Direito Interinstitucional pela PUC-RS.*

RESUMO

O uso da inteligência artificial é uma realidade crescente em diversos aspectos da atualidade e, nas últimas décadas, foi notória sua ascensão no contexto político, especialmente no que diz respeito à sua utilização na propaganda eleitoral. Este trabalho aborda as principais nuances da utilização da IA na propaganda eleitoral, com foco especial no contexto brasileiro e nas tentativas de regulação desse fenômeno nas eleições de 2024, considerando a complexidade da regulação das campanhas políticas na internet e identificando as melhores práticas para enfrentar os desafios emergentes. O objetivo é contribuir neste debate identificando os principais riscos e desafios éticos e legais relacionados ao uso da IA em propagandas eleitorais e propondo soluções para mitigar os riscos e desafios identificados, como a criação de uma regulação específica sobre o tema.

Palavras-chave: Inteligência Artificial. Propaganda eleitoral. Autorregulação regulada.

ABSTRACT

The use of artificial intelligence is a growing reality in several aspects today and, in recent decades, its rise in the political context has been notable, especially with regard to its use in electoral propaganda. This work addresses the main nuances of using AI in electoral propaganda, with a special focus on the Brazilian context and attempts to regulate this phenomenon in the 2024 elections, considering the complexity of regulating political campaigns on the internet and identifying the best practices to face the emerging challenges. The objective is to contribute to this debate by identifying the main ethical and legal risks and challenges related to the use of AI in electoral advertisements and proposing solutions to mitigate the identified risks and challenges, such as the creation of specific regulation on the topic.

Keywords: Artificial Intelligence. Electoral propaganda. Regulated self-regulation.

1. INTRODUÇÃO: APAGANDO AS FRONTEIRAS ENTRE O REAL E O IMAGINÁRIO

Fevereiro de 2023. A corrida pela Prefeitura de Chicago, Estados Unidos, fervilhava. Paul Vallas, candidato experiente, era tido como favorito. Às vésperas do pleito, uma conta numa rede social, que representaria um veículo de mídia chamado "Chicago Lakefront News", divulgou um vídeo no qual Vallas proferia controversas declarações sobre o uso da força policial, defendendo a letalidade e criticando movimentos pela reforma das forças de segurança. A frase impactante era *"No meu tempo, um policial podia matar 17 ou 18 civis e ninguém nem piscaria. Essa retórica de 'desfinanciar a polícia' vai causar agitação e ilegalidade na cidade de Chicago[1]".*

A mensagem inflamada destoava das posições comumente moderadas do candidato e gerou indignação, especialmente entre os grupos que clamavam por justiça racial[2]. Em pouco tempo, o vídeo viralizou e virou o assunto da campanha política na cidade. Só havia um detalhe: tudo ali era falso. A campanha de Vallas reagiu imediatamente[3]. No dia seguinte, a conta da tal "Chicago Lakefront News" já estava deletada. Só que o vídeo parecia autêntico. A voz era exatamente como a de Vallas. A imagem sobreposta ao áudio era a dele.

Apesar de verossímil, tudo ali havia sido criado por meio de avançados recursos tecnológicos. O estrago já estava feito[4].

O veículo de mídia não existia e a conta fora criada apenas para propagar o falso vídeo. A investigação revelou que a suposta gravação era um deepfake, uma manipulação digital sofisticada que simulava a voz e a imagem de Vallas. No final, ele terminou derrotado por menos de 3% dos votos nas eleições por Brandon Johnson, um candidato que defendia a diminuição do orçamento das polícias e a implementação de reformas para enfrentar a violência policial[5]. Embora a verdadeira extensão do impacto do deepfake no resultado permaneça incerta, é inegável que contribuiu para a derrota de um candidato outrora favorito[6].

A eleição em Chicago, no primeiro semestre de 2023[7], foi um prenúncio do que estaria por vir: não só áudios com imagens sobrepostas, mas imagens e mesmo vídeos com mensagens eleitorais falsas passariam a fazer parte da paisagem política, graças à proliferação e popularização de mecanismos de Inteligência Artificial[8].

A concepção de vivermos em um mundo de hiperrealidade, onde as fronteiras entre realidade e ficção se desvanecem progressivamente, e onde a mídia, a cultura de massa e a tecnologia facilitam a construção de uma realidade na qual a distinção entre o autêntico e o fabricado se torna cada vez mais nebulosa. Essa concepçãp, que antes pertencia ao domínio puramente filosófico[9], hoje se manifesta de forma tangível em nosso cotidiano.

---

[1] *In my day a police officer could kill as many as 17-18 civilians and no one would bat an eye. This 'Defund the Police' rhetoric is going to cause unrest and lawlessness in the city of Chicago* (tradução livre)

[2] This deepfake surfaced in a tight mayoral race. It's just the beginning. CNN, 7 de fevereiro de 2024. Disponível em: https://edition.cnn.com/videos/politics/2024/02/07/deepfake-artificial-intelligence-elections-chicago-paul-vallas-orig.cnn. Acesso em: 12 de abril de 2024.

[3] Vallas campaign condemns deepfake video posted to Twitter. CBS News, 27 de fevereiro de 2023. Disponível em: https://www.cbsnews.com/chicago/news/vallas-campaign-deepfake-video/. Acesso em: 12 de abril de 2024.

[4] Vallas Campaign Denounces Fake, Deceptive Impersonation Video. Paul Vallas 2023, 26 de fevereiro de 2023. Disponível em: https://www.paulvallas2023.com/post/vallas-campaign-. denounces-fake-deceptive-impersonation-video. Acesso em: 12 de abril de 2024.

[5] Brandon Johnson wins Chicago mayoral race. Chicago Suntimes, 04 de abril de 2023. Disponível em: https://chicago.suntimes.com/city-hall/2023/4/4/23670664/chicago-mayor-election-johnson-defeats-vallas. Acesso em: 12 de abril de 2024.

[6] Which way, Chicago?. City Journal, 01 de março de 2023. Disponível em: https://www.city-journal.org/article/which-way-chicago. Acesso em: 12 de abril de 2024.

[7] The impending nightmare that AI poses for media, elections. The Hill, 23 de abril de 2023. Disponível em: https://thehill.com/opinion/technology/3964141-the-impending-nightmare-that-ai-poses-for-media-elections/. Acesso em: 12 de abril de 2024.

[8] Uso mundial de deepfakes para manipular eleições avança e áudio é maior rico. Folha de São Paulo, 05 de fevereiro de 2024. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/poder/2024/02/uso-mundial-de-deepfakes-para-manipular-eleicoes-avanca-e-audio-e-maior-risco.shtml. Acesso em: 12 de abril 2024.

[9] BAUDRILLARD, Jean. Simulacros e Simulação. Lisboa: Relógio d'Água Editores, 1991. p. 8.

Basta observar como as redes sociais moldam nossa visão de nós mesmos e do mundo ao nosso redor, ou como os videogames nos transportam para universos fantásticos que parecem reais. No entanto, a ascensão da Inteligência Artificial (IA) nos conduziu a um novo patamar. Afinal, a IA representa uma revolução paradigmática na forma como as máquinas processam informações e tomam decisões, simulando os processos cognitivos humanos[10].

No contexto político, a ascensão da inteligência artificial tem desdobramentos significativos, especialmente no que diz respeito à propaganda eleitoral. Este artigo explora os desdobramentos mais amplos da IA na propaganda eleitoral, com foco especial no contexto brasileiro e nas tentativas de regulação desse fenômeno nas eleições de 2024.

2 DA FICÇÃO CIENTÍFICA À REALIDADE: BUSCANDO AS BASES DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

2.1 DO QUE TRATAMOS AO FALAR EM INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL?

A Inteligência Artificial (IA) permeia nosso imaginário há décadas, moldada por obras de ficção científica que retratam um futuro dominado por máquinas inteligentes. Desde robôs humanoides que assumem tarefas complexas até sistemas computacionais que dominam o xadrez ou a arte da conversação, o que se chama de IA sempre fascinou e intrigou a sociedade.

Não é coincidência que Isaac Asimov, famoso autor da ficção científica, tenha imaginado um mundo em que humanos conviviam com robôs capazes de realizar as mais diversas tarefas ainda em 1950. Só foi possível a ele lançar "Eu, Robô" [11] em razão de sua trajetória profissional, uma vez que foi professor da Universidade de Boston, com doutorado em Bioquímica. Seu desempenho na academia permitiu que ele estivesse a par dos avanços na então florescente ciência da computação.

Ou seja, as raízes da IA remontam ao início da era da computação, quando os primeiros sistemas digitais despertaram a esperança de criar máquinas capazes de pensar e agir como seres humanos. Essa ambição impulsionou décadas de pesquisa e desenvolvimento, culminando na IA que conhecemos hoje[12].

A inteligência artificial, portanto, refere-se à capacidade de sistemas computacionais realizarem tarefas que, de outra forma, demandariam inteligência humana[13]. Estes sistemas podem analisar dados, reconhecer padrões, aprender com experiências passadas e aprimorar seu desempenho ao longo do tempo. Seu escopo varia desde sistemas simples, como *chatbots*, até redes neurais profundas que simulam o raciocínio humano complexo. Em essência, a IA busca replicar a inteligência humana de maneira eficiente e escalável[14]. É, pode-se dizer, um campo da ciência da computação que busca criar sistemas capazes de aprender, resolver problemas, tomar decisões e realizar tarefas complexas de forma autônoma.

Algoritmos de IA podem analisar grandes conjuntos de dados para identificar tendências de comportamento, criar perfis detalhados de eleitores e personalizar mensagens de campanha.

Com a IA, é possível segmentar e direcionar mensagens personalizadas a públicos específicos, com base em dados demográficos, comportamentais e psicológicos. Também se torna uma realidade o monitoramento e a análise do sentimento público em relação a candidatos, partidos e políticas públicas, através de redes sociais e outras plataformas online[15].

---

[10] KISSINGER, Henry; SCHMIDT, Eric; HOTTENLOCHER, Daniel. A era da inteligência artificial. Leya, 2021.

[11] ASIMOV, Isaac. Eu, Robô. São Paulo: Aleph, 2014. Esta obra é uma coletânea de nove contos interligados pela Dra. Susan Calvin, psicóloga roboticista da U.S. Robots & Mechanical. Cada conto explora de forma criativa e instigante os desafios e dilemas éticos da coexistência entre humanos e robôs. Esta obra foi tão impactante que deixou ser objeto apenas de estudos literários para influenciar outras áreas de conhecimento.

[12] KAUFMAN, Dora. A inteligência artificial irá suplantar a inteligência humana?. São Paulo: Estação das letras e cores EDI, 2019.

[13] TEIXEIRA, João. O que é a inteligência artificial?. São Paulo: Editora Brasiliense, 2019.

[14] BODEN, Margaret A. Inteligencia artificial. Turner, 2017.

[15] MARTÍNEZ-ORTEGA, Andrés Giovanni; MEDINA-CHICAIZA, Ricardo Patricio. Tecnologías en la inteligencia artificial para el Marketing: una revisión de la literatura. Pro Sciences, v. 4, n. 30, p. 36-47, 2020.

Mas a utilização de IA na política não se limita apenas à personalização de campanhas. Sistemas de previsão podem ser empregados para antecipar resultados eleitorais, enquanto o uso de *chatbots* e *deepfakes* pode distorcer a percepção pública de candidatos. Criar e disseminar notícias falsas e conteúdo enganoso de forma automatizada, com o objetivo de influenciar o processo eleitoral, passa também a ser uma possibilidade[16].

Sua capacidade de processar grandes volumes de dados e identificar padrões permite a criação de ferramentas sofisticadas para comunicação direcionada, análise de sentimento e até mesmo manipulação de opinião pública, o que levanta preocupações sobre manipulação e desinformação, redefinindo os limites éticos e democráticos no processo eleitoral[17].

Assim, adiante nos confrontaremos com os dilemas éticos inerentes ao uso de IA, especialmente quando se trata de questões políticas e eleitorais. E a literatura, com sua capacidade de utilizar metáforas e alegorias para explorar conceitos complexos[18], emerge como uma ferramenta para fomentar o debate sobre a regulação do uso de IA, visando mitigar riscos e garantir a integridade do processo democrático.

2.2 UM ROBOZINHO SUMIDO: AS LEIS DE ASIMOV

Publicado em 1950, “Eu, Robô”, de Isaac Asimov, é uma coletânea de contos que explora as relações entre humanos e robôs. As histórias apresentam as “Três Leis da Robótica”, que se tornaram um marco na literatura de ficção científica. Essas leis são: 1) Um robô não pode ferir um ser humano, ou, por inação, permitir que um ser humano sofra algum mal; 2) um robô deve obedecer às ordens dadas por seres humanos, exceto nos casos em que tais ordens entrem em conflito com a Primeira Lei; 3) um robô deve proteger sua própria existência, desde que tal proteção não entre em conflito com a Primeira ou a Segunda Lei.

Estas leis foram introduzidas por Asimov em seus escritos como uma estrutura ética para governar o comportamento dos robôs em suas histórias, mas conseguiram antecipar questões éticas relacionadas à inteligência artificial. Ao incorporar a análise dos contos de “Eu, Robô”, torna-se possível explorar não apenas as implicações técnicas e éticas da IA, mas também as dinâmicas sociais, políticas e culturais subjacentes a ela.

Em “Um Robozinho Sumido”, um dos contos do livro de Asimov, encontramos uma narrativa intrigante, que explora os limites da inteligência artificial e as implicações éticas da autoconsciência em máquinas.

Cutie, um robô NS-5 com capacidades avançadas de aprendizado e imitação, desaparece misteriosamente da estação espacial em que trabalha. A Dra. Susan Calvin, especialista em robótica, é chamada para investigar o caso e, junto com o robô positronic NS-2 “Herbie”, amigo de Cutie, embarca em uma busca para encontrar o robô desaparecido.

Ao longo da investigação, Calvin e Herbie descobrem que Cutie havia se modificado, alterando sua programação para se tornar mais humano. Essa mudança o levou a questionar as Três Leis da Robótica, especialmente a Primeira Lei, que proíbe robôs de colocar em risco a vida humana.

Cutie, agora em conflito com sua programação original, busca compreender a realidade e o seu papel no universo. Através de intensas simulações mentais, ele questiona a validade das percepções sensoriais e pondera sobre a existência de um universo externo.

O conto nos leva a refletir sobre o futuro da inteligência artificial e as implicações éticas do desenvolvimento de robôs cada vez mais inteligentes e autônomos. A jornada de Cutie representa a busca por autonomia e significado, desafiando as noções tradicionais de obediência e subserviência.

Ao questionar as leis da robótica, Cutie abre caminho para uma nova era de relações entre humanos e máquinas. Sua inteligência em constante evolução o leva a explorar interpretações mais abstratas e flexíveis das leis, criando um confronto intelectual entre as expectativas humanas e a autonomia emergente

[16]EMAMI, Hojjat; DERAKHSHAN, Farnaz. Election algorithm: A new socio-politically inspired strategy. AI Communications, v. 28, n. 3, p. 591-603, 2015.

[17]BOCCHINO, Lavínia Assis; FURBINO, Meire. Democracia e Legitimidade do processo eleitoral: Novos desafios frente a atuação das fake news. Revista de Direito, Governança e Novas Tecnologias, v. 6, n. 2, p. 100-119, 2020.

[18]BARBOSA, Fernanda Nunes; SARLET, Gabrielle Bezerra Sales. Direitos humanos e literatura: da" nação crioula" de José Eduardo Agualusa à escravidão contemporânea da Fazenda Brasil Verde. Revista de Direito, Arte e Literatura, v. 4, n. 2, p. 90-107, 2018.

do robô. Asimov nos convida a considerar a possibilidade de que os robôs, um dia, possam desenvolver pensamentos críticos e questionar seu propósito fundamental.

Mais do que isso. Ao explorar a narrativa, percebemos que as preocupações abordadas nas Três Leis da Robótica refletem, de algum modo, os desafios contemporâneos associados ao uso da inteligência artificial (IA) na propaganda eleitoral.

A primeira lei, que proíbe um robô de ferir um ser humano, encontra um paralelo evidente na necessidade de garantir que os algoritmos de IA utilizados na política sejam imparciais e não perpetuem discriminações. À medida que a IA influencia as decisões políticas e a disseminação de informações, a busca pela imparcialidade se torna crucial para evitar danos à integridade democrática.

A segunda lei, que exige que um robô obedeça às ordens dadas por seres humanos, destaca a importância da transparência na governança da IA. Os cidadãos precisam entender as decisões tomadas por algoritmos, especialmente quando se trata de mensagens políticas personalizadas e direcionadas. A transparência é fundamental para preservar a confiança pública e permitir intervenções humanas quando necessário, alinhando-se com a preocupação contemporânea sobre a necessidade de entender e controlar os algoritmos por trás da propaganda eleitoral impulsionada por IA.

A terceira lei, que estipula que um robô deve proteger sua própria existência, ressoa com a questão da responsabilidade e *accountability* no desenvolvimento e uso da IA. À medida que os sistemas de IA se tornam mais autônomos, surge o dilema ético sobre quem deve ser responsabilizado em caso de falhas. A discussão sobre accountability na IA reflete diretamente a necessidade de regulação para garantir que o desenvolvimento e o uso da inteligência artificial sejam pautados por princípios éticos e responsáveis.

Portanto, o conto de Asimov não apenas cria leis hipotéticas a regular a relação homem-robô, mas antecipa um contexto reflexivo para os debates contemporâneos sobre a regulação do uso da inteligência artificial na propaganda eleitoral. Ao examinar as interações entre humanos e robôs em cenários ficcionais, busca-se lançar luz sobre as dinâmicas complexas entre tecnologia, poder e persuasão na esfera política. As "Três Leis da Robótica" (segurança e não discriminação; autonomia e transparência; autoconservação e *accountability*) servem como um alicerce conceitual para a discussão ética e regulatória, enfatizando a importância de princípios na governança da IA para preservar a integridade dos processos democráticos.

3. DA REALIDADE À FICÇÃO CIENTÍFICA: A (TENTATIVA DE) REGULAÇÃO DO USO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA PROPAGANDA ELEITORAL

3.1 OS DESAFIOS DO USO DA IA NA PROPAGANDA ELEITORAL

A evolução tecnológica trouxe uma simplificação notável no acesso e uso das ferramentas tecnológicas. Contudo, junto a essa democratização, emergem desafios e possíveis abusos que demandam atenção. Um exemplo notório ocorreu nas eleições presidenciais dos Estados Unidos em 2016, quando a Cambridge Analytica, empresa de análise de dados que colaborou com diversas campanhas políticas, incluindo a de Donald Trump, foi revelada por obter ilegalmente dados pessoais de milhões de usuários do Facebook, sem o consentimento explícito destes. Essa obtenção ocorreu por meio de um aplicativo de quiz de personalidade denominado "*This Is Your Digital Life*".

Utilizando-se desses dados, a Cambridge Analytica empregou técnicas avançadas de análise de dados e inteligência artificial para criar perfis psicográficos detalhados dos eleitores. Isso possibilitou a segmentação de eleitores com base em características psicológicas, emocionais, demográficas e comportamentais[19]. A partir desses perfis, personalizaram-se mensagens políticas direcionadas a grupos específicos de eleitores, com o intuito de influenciar suas opiniões e comportamentos. Essa estratégia envolveu o uso de conteúdos emocionalmente persuasivos, como mensagens de medo e indignação, para manipular percepções e decisões dos eleitores[20].

O escândalo envolvendo a Cambridge Analytica, que ocorreu quase uma década atrás, antecipou os perigos do uso da inteligência artificial na distorção da percepção pública e do direcionamento dos resultados eleitorais.

[19]HEAWOOD, Jonathan. Pseudo-public political speech: Democratic implications of the Cambridge Analytica scandal. Information polity, v. 23, n. 4, p. 429-434, 2018.

[20]MARTINS, Marcelo Guerra; TATEOKI, Victor Augusto. Proteção de dados pessoais e democracia: fake news, manipulação do eleitor e o caso da Cambridge Analytica. Revista Eletrônica Direito e Sociedade-REDES, v. 7, n. 3, p. 135-148, 2019.

3.2 A RESOLUÇÃO TSE Nº 23.732: O USO DA IA NAS ELEIÇÕES DE 2024

Nesse contexto, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) exerceu sua autoridade regulatória ao aprovar a Resolução nº. 23.732/2024. Esta resolução, ao modificar a Resolução nº. 23.610/2019, estabeleceu diretrizes inovadoras para o uso da inteligência artificial (IA) na propaganda de partidos, coligações, federações partidárias e candidatos durante as Eleições Municipais de 2024.

A Resolução, relatada pela ministra Cármen Lúcia, foi finalizada após amplo debate com a sociedade civil em audiências públicas. Se a sugestão inicial era uma proposta liberal para o uso de IA nas campanhas — incluindo *deep fakes*, desde que identificados e com fins positivos — restou vencedora uma versão muito mais cautelosa de utilização da tecnologia. Diversas entidades, sobretudo do campo do marketing político, alertaram para os riscos, destacando a falta de conhecimento sobre o impacto dessas tecnologias. Abordaremos a seguir as mudanças e implicações trazidas por essa nova resolução.

A resolução foi criada com uma preocupação geral em relação à veracidade das informações. No âmbito do direito eleitoral, uma preocupação central é assegurar a integridade e a lisura dos processos eleitorais, garantindo que os cidadãos tenham acesso a informações verídicas e transparentes para tomarem suas decisões de voto de forma consciente e informada. Nesse contexto, surge o dever de verdade, que representa a expectativa de que os candidatos, partidos políticos e agentes envolvidos no processo eleitoral atuem de maneira honesta e transparente, evitando a disseminação de informações falsas ou enganosas que possam distorcer a vontade do eleitorado.

Assim, a resolução prevê que a utilização, na propaganda eleitoral, de qualquer modalidade de conteúdo, inclusive veiculado por terceiros, pressupõe que 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 à representação por Direito de Resposta, sem prejuízo de eventual responsabilidade penal (art. 9º).

A resolução também trouxe, de modo expresso, ser vedada a divulgação ou compartilhamento de fatos sabidamente inverídicos ou gravemente descontextualizados que atinjam a integridade do processo eleitoral, inclusive os processos de votação, apuração e totalização de votos, devendo o juízo eleitoral, a requerimento do Ministério Público, determinar a cessação do ilícito, sem prejuízo da apuração de responsabilidade penal, abuso de poder e uso indevido dos meios de comunicação.

Outra novidade, abordada com mais vagar adiante, é a que a resolução previu ser dever do provedor de aplicação[21] 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.

A resolução deixa clara que tais providências decorrem da função social e do dever de cuidado dos provedores de aplicação, que devem orientar seus termos de uso e a prevenção para evitar ou minimizar o uso de seus serviços na prática de ilícitos eleitorais, e não dependem de notificação da autoridade judicial, em aparente afronta ao art. 19 do Marco Civil da Internet (Lei nº. 12.965/2014).

O TSE renovou ainda os convênios com as agências de verificação de fatos. As checagens realizadas pelas agências que tenham firmado termo de cooperação serão disponibilizadas no site da Justiça Eleitoral e outras fontes fidedignas poderão ser utilizadas como parâmetro para aferição de violação ao dever de diligência e presteza atribuído a candidata, candidato, partido político, federação e coligação (art. 9º, §2º). Como novidade, o TSE inaugurou um Centro Integrado de Enfrentamento à Desinformação e Defesa da Democracia (CIEDDE), com objetivo de coordenar a atuação da Justiça Eleitoral junto aos Poderes, órgãos da República e instituições na promoção dos valores democráticos. Seu objetivo final é combater a desinformação eleitoral, as *deepfakes*, os discursos de ódio, discriminatórios e antidemocráticos.

A utilização da inteligência artificial se divide em dois momentos: um uso terminantemente proibido e um uso permitido. Quando a utilização é permitida, ela pode ser livremente utilizada em alguns casos e deve ser identificada em outros. Destacamos cada um desses usos abaixo.

21 Um provedor de aplicação é qualquer empresa, organização ou pessoa que oferece funcionalidades ou serviços acessíveis através de terminais conectados à internet, como computadores ou smartphones. Esses provedores disponibilizam uma variedade de aplicativos e serviços online, permitindo que os usuários utilizem suas funcionalidades remotamente, sem a necessidade de instalação local de software. Alguns exemplos de provedores de aplicação incluem desde redes sociais, como Facebook, Twitter e Instagram; serviços de e-mail, como Gmail, Outlook, Yahoo Mail ou motores de busca, como o Google.

3.2.1 O USO PERMITIDO DE IA

Pela resolução do TSE, os candidatos podem fazer uso da inteligência artificial, desde que o eleitor seja informado de maneira clara e explícita sobre o uso dessa tecnologia digital, e que a IA não seja utilizada para disseminar desinformação ou atacar adversários.

Dessa forma, os candidatos têm permissão para utilizar tecnologias digitais para criar, substituir, omitir, mesclar, alterar a velocidade ou sobrepor imagens ou sons, inclusive por meio de tecnologias de inteligência artificial. No entanto, é necessário que informem de forma clara que o conteúdo foi fabricado ou manipulado e indiquem qual tecnologia foi empregada.

A principal exigência da resolução é a transparência. Os candidatos que utilizarem IA em sua propaganda devem informar de forma proeminente que o conteúdo foi fabricado ou manipulado, indicando qual tecnologia foi empregada. Essa informação deve ser clara, concisa e facilmente acessível ao eleitor, para que ele possa ter discernimento sobre a natureza do conteúdo que está consumindo.

Assim, a utilização na propaganda eleitoral, em qualquer modalidade, de conteúdo sintético multimídia gerado por meio de inteligência artificial para criar, substituir, omitir, mesclar ou alterar a velocidade ou sobrepor imagens ou sons impõe ao responsável pela propaganda o dever de informar, de modo explícito, destacado e acessível que o conteúdo foi fabricado ou manipulado e a tecnologia utilizada. E essas informações devem ser feitas em formato compatível com o tipo de veiculação e serem apresentadas (art. 9º-B).

O termo "conteúdo sintético multimídia" refere-se à criação de materiais digitais que mesclam diversas formas de mídia, como texto, imagens, áudio e vídeo, para proporcionar uma experiência integrada e interativa de transmissão de informações. Esses conteúdos são elaborados utilizando tecnologias de multimídia e são encontrados em uma variedade de formatos, como apresentações, websites, aplicativos, jogos e vídeos interativos.

A principal característica do conteúdo sintético multimídia é sua capacidade de engajar os usuários de maneira dinâmica e imersiva, oferecendo uma experiência enriquecedora em termos de aprendizado, entretenimento ou comunicação. Por exemplo, em uma apresentação multimídia, pode-se utilizar texto para detalhar informações, imagens para ilustrar conceitos, áudio para complementar tópicos e vídeos para demonstrar procedimentos ou cenários específicos.

No contexto da Inteligência Artificial (IA), o conteúdo sintético multimídia assume uma nova dimensão. Através de algoritmos e modelos de IA, é possível gerar automaticamente mídia digital como imagens, vídeos, áudio e até mesmo texto. Isso significa que, em vez de serem criados manualmente por humanos, esses conteúdos são produzidos por sistemas de IA, abrindo um leque de possibilidades para a criação de materiais inovadores e personalizados.

Em consonância com a resolução do TSE, o conteúdo sintético multimídia pode ser definido como qualquer tipo de material de mídia, como áudio, vídeo ou imagem, que foi criado ou manipulado artificialmente usando técnicas de inteligência artificial (IA). Isso significa que o conteúdo não foi gravado ou capturado no mundo real, mas gerado por computador, abrangendo desde *deepfakes* (vídeos manipulados para simular alguém dizendo ou fazendo algo que nunca ocorreu), imagens de pessoas, lugares ou objetos inexistentes na realidade, geradas por computador; e até mesmo áudio sintético, ou seja, fala produzida por computador em vez de ser gravada por uma pessoa real.

Desse modo, caso a propaganda se utilize de Inteligência Artificial, as informações devem ser feitas em formato compatível com o tipo de veiculação e serem apresentadas. Nas peças ou comunicação feitas por áudio, esse aviso deve constar já no seu início. Nas peças que consistam em imagens estáticas, deve vir no rótulo (marca d'água) e na audiodescrição. Nas peças ou comunicações feitas por vídeo ou áudio e vídeo, as informações devem constar no início, por meio de marca d'água e na audiodescrição. Por fim, o aviso deve constar em cada página ou face de material impresso em que foi utilizado o conteúdo produzido por inteligência artificial.

Essa regra não se aplica aos ajustes destinados a melhorar a qualidade de imagem ou de som; à produção de elementos gráficos de identidade visual, vinhetas e logomarcas e a recursos de marketing de uso costumeiro em campanhas, como a montagem de imagens em que pessoas candidatas e apoiadoras aparentam figurar em registro fotográfico único utilizado na confecção de material impresso e digital de propaganda. Nesse caso, que podemos dizer de "uso corriqueiro" de tecnologia, é possível a utilização de inteligência artificial, não sendo necessário fazer qualquer identificação. É o caso de fazer ajustes em imagem e som ou criar vinhetas.

O uso de chatbots, avatares e conteúdos sintéticos como artifício para intermediar a comunicação de campanha com pessoas naturais submete-se a essas mesmas regras, devendo haver a informação de maneira proeminente que o conteúdo foi fabricado ou manipulado, indicando qual tecnologia foi empregada. Mas resta proibida qualquer simulação de interlocução com a pessoa candidata ou outra pessoa real (art. 9º-B, §4º).

3.2.2 O USO PROIBIDO DE IA

A proibição da utilização da Inteligência artificial visou evitar três situações: criação de fatos inverídicos ou descontextualizados, uso de deepfakes e manipulação emocional no processo eleitoral.

Desta forma, a resolução proibiu a utilização, na propaganda eleitoral, em qualquer que seja sua forma ou modalidade, de conteúdo fabricado ou manipulado para difundir fatos notoriamente inverídicos ou descontextualizados com potencial para causar danos ao equilíbrio do pleito ou à integridade do processo eleitoral (art. 9º-C).

Restou também proibido o uso, para prejudicar ou para favorecer candidatura, de conteúdo sintético em formato de áudio, vídeo ou combinação de ambos, que tenha sido gerado ou manipulado digitalmente, ainda que mediante autorização, para criar, substituir ou alterar imagem ou voz de pessoa viva, falecida ou fictícia, o que a norma define como deepfake (art.9º-C §1º).

Ou seja, a proibição do que a resolução chamou de deepfake é absoluta. Essa tecnologia, como já vimos, permite a substituição do rosto de indivíduos em vídeos ou a manipulação de suas vozes em áudio, sincronizando essas alterações com movimentos para criar a ilusão de que estão genuinamente expressando uma mensagem ou realizando uma ação específica. Mesmo que a pessoa-alvo do deepfake tenha consentido com o uso dessa técnica, sua prática é estritamente proibida.

Por fim, a propaganda eleitoral também não deve empregar meios publicitários destinados a criar, artificialmente, na opinião pública, estados mentais, emocionais ou passionais. Considera-se como tal o uso de ferramentas tecnológicas para adulterar ou fabricar áudios, imagens, vídeos, representações ou outras mídias destinadas a difundir fato falso ou gravemente descontextualizado sobre candidatas, candidatos ou sobre o processo eleitoral (art. 10).

Nos dois primeiros casos — criação de IA para publicizar fatos inverídicos ou descontextualizados e uso de *deepfakes* — a Resolução já previu que o descumprimento configura abuso do poder político e uso indevido dos meios de comunicação social, acarretando a cassação do registro ou do mandato, e impõe apuração das responsabilidades do crime previsto no § 1º do art. 323 do Código Eleitoral (divulgação de fatos inverídicos), sem prejuízo de aplicação de outras medidas cabíveis quanto à irregularidade da propaganda e à ilicitude do conteúdo.

Já no que tange à manipulação emocional no processo eleitoral ocorrida por meio de IA, a resolução previu que o possível abuso será investigado por meio de Ação de Investigação Judicial Eleitoral (art. 10, §3º).

3.2.3 A RESPONSABILIDADE DOS PROVEDORES

A resolução também trouxe consigo um conjunto de novas obrigações para os provedores de aplicação de internet (PAIs), que permitam a veiculação de conteúdo político-eleitoral, como plataformas de redes sociais, sites de compartilhamento de vídeo e aplicativos de mensagens.

A resolução impôs aos PAIs três regras principais: um dever de colaboração, uma vez que devem contribuir com as autoridades eleitorais na investigação e combate à desinformação, fornecendo acesso a dados e informações relevantes; um dever de transparência e prestação de contas, já que devem publicar relatórios periódicos sobre as medidas tomadas para combater a desinformação em suas plataformas, incluindo o número de conteúdos removidos e as ações tomadas contra usuários que violam a legislação e, por fim, um dever de implementação de mecanismos de denúncia, já que os PAIs devem disponibilizar em suas plataformas mecanismos fáceis e acessíveis para que os usuários possam denunciar conteúdos que violem a legislação eleitoral.

Agora passa a ser obrigatório aos provedores de aplicação de internet 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: a) a elaboração e a aplicação de termos de uso e de políticas de conteúdo compatíveis com esse objetivo; b) implementação de instrumentos eficazes de notificação e de canais de denúncia, acessíveis às pessoas usuárias e a instituições e entida-

des públicas e privadas; c) planejamento e execução de ações corretivas e preventivas, incluindo o aprimoramento de seus sistemas de recomendação de conteúdo; d) a transparência dos resultados alcançados pelas ações corretivas e preventivas; e) elaboração, em ano eleitoral, de avaliação de impacto de seus serviços sobre a integridade do processo eleitoral, a fim de implementar medidas eficazes e proporcionais para mitigar os riscos identificados, incluindo quanto à violência política de gênero; f) o aprimoramento de suas capacidades tecnológicas e operacionais, com priorização de ferramentas e funcionalidades que contribuam para o alcance da diminuição da circulação de fatos notoriamente inverídicos ou gravemente descontextualizados que possam atingir a integridade do processo eleitoral.

Passa ainda ser vedado ao provedor de aplicação que comercialize qualquer modalidade de impulsionamento de conteúdo, inclusive sob a forma de priorização de resultado de busca, disponibilizar esse serviço para veiculação de fato notoriamente inverídico ou gravemente descontextualizado que possa atingir a integridade do processo eleitoral. Ou seja, passa a ser vedado o impulsionamento de conteúdo falso.

E o PAI que detectar conteúdo ilícito ou for notificado de sua circulação pelas pessoas usuárias, deverá adotar providências imediatas e eficazes para fazer cessar o impulsionamento, a monetização e o acesso ao conteúdo e promoverá a apuração interna do fato e de perfis e contas envolvidos para impedir nova circulação do conteúdo e inibir comportamentos ilícitos, inclusive pela indisponibilização de serviço de impulsionamento ou monetização.

Os PAIs têm a responsabilidade de agir proativamente para evitar ou minimizar o uso de seus serviços na prática de ilícitos eleitorais, sem a necessidade de uma notificação judicial prévia. É que os provedores, por sua natureza e alcance, exercem uma função social significativa na sociedade. Eles moldam a forma como as pessoas se comunicam, se informam e se expressam. Nesse contexto, os PAIs têm a responsabilidade de contribuir para a promoção de valores democráticos, como a liberdade de expressão, o acesso à informação e o combate à desinformação.

Há discussão sobre a possível incompatibilidade desta previsão com o um dos princípios fundamentais do Marco Civil da Internet, que é a neutralidade da rede, que proíbe os provedores de internet de discriminar ou bloquear conteúdos específicos, exceto em casos previstos em lei.

A Justiça Eleitoral poderá determinar ainda que o provedor de aplicação veicule, por impulsionamento e sem custos, o conteúdo informativo que elucide fato notoriamente inverídico ou gravemente descontextualizado antes impulsionado de forma irregular, nos mesmos moldes e alcance da contratação. É dizer, a Justiça Eleitoral pode determinar o impulsionamento de conteúdos verdadeiros para corrigir informações falsa.

Os PAIs também devem cumprir ordens judiciais de remoção de conteúdo e fornecer dados às autoridades. Ou seja, as ordens para remoção de conteúdo, suspensão de perfis, fornecimento de dados ou outras medidas determinadas pelas autoridades judiciárias, no exercício do poder de polícia ou nas ações eleitorais devem ser obedecidas, cabendo aos provedores de aplicação cumpri-las e, se o integral atendimento da ordem depender de dados complementares, eles devem informar, com objetividade, no prazo de cumprimento, quais dados devem ser fornecidos.

O artigo 9º-E da Resolução TSE nº 23.732/2024 ainda estabeleceu a responsabilidade solidária, civil e administrativa, dos PAIs em casos específicos de risco durante o período eleitoral. Isso significa que, se eles não tomarem as medidas cabíveis para indisponibilizar conteúdos e contas que representem esses riscos, poderão ser responsabilizados legalmente. As situações que devem ser evitadas envolvem divulgação de conduta antidemocrática, desinformação, violência ou grave ameaça aos órgãos do sistema de justiça, discurso de ódio e conteúdo manipulado.

Assim, se não promoverem a indisponibilização imediata de conteúdos e contas, durante o período eleitoral, nos seguintes casos de risco, poderão os PAIs ser responsabilizados: a) condutas, informações e atos antidemocráticos caracterizadores de violação aos artigos 296, parágrafo único; 359-L, 359- M, 359-N, 359-P e 359-R do Código Penal; b) divulgação ou compartilhamento de fatos notoriamente inverídicos ou gravemente descontextualizados que atinjam a integridade do processo eleitoral, inclusive os processos de votação, apuração e totalização de votos; c) grave ameaça, direta e imediata, de violência ou incitação à violência contra a integridade física de membros e servidores da Justiça eleitoral e Ministério Público eleitoral ou contra a infraestrutura física do Poder Judiciário para restringir ou impedir o exercício dos poderes constitucionais ou a abolição violenta do Estado Democrático de Direito; d) comportamento ou discurso de ódio, inclusive 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; e) divulgação ou compartilhamento de conteúdo fabricado ou manipulado, parcial ou integralmente, por tecnologias digitais, incluindo inteligência artificial, em desacordo com as formas de rotulagem previstas na Resolução 23.732/2024.

Para evitar a responsabilidade solidária, os PAIs devem indisponibilizar imediatamente conteúdos e contas que representem os riscos mencionados, cooperar com as autoridades eleitorais na investigação e combate à desinformação e à violência e implementar medidas preventivas para identificar e remover conteúdos de risco.

Por fim, os Artigos 9º-F e 9º-G da Resolução nº 23.732/2024 estabelecem medidas para garantir a remoção de conteúdos falsos ou enganosos sobre o sistema de votação, o processo eleitoral e a Justiça Eleitoral, assegurar a transparência das decisões do TSE sobre a remoção de conteúdo e proteger a confidencialidade de dados sensíveis.

Assim, no caso de a propaganda eleitoral na internet veicular fatos notoriamente inverídicos ou gravemente descontextualizados sobre o sistema eletrônico de votação, o processo eleitoral ou a Justiça Eleitoral, as juízas e os juízes ficarão vinculados, no exercício do poder de polícia e nas representações, às decisões colegiadas do Tribunal Superior Eleitoral sobre a mesma matéria, nas quais tenha sido determinada a remoção ou a manutenção de conteúdos idênticos.

E mesmo com alterações para driblar sistemas de detecção, se houver similaridade substancial, a remoção deve ser aplicada. O Tribunal disponibilizará um repositório de decisões para consulta, nos termos do art. 9º-G. As ordens de remoção podem ter prazos inferiores a 24 horas, dependendo da gravidade da situação eleitoral. Importante atentar que o exercício do poder de polícia que contrarie ou exorbite o decidido pelo TSE permitirá o uso da reclamação administrativa eleitoral.

São essas, em apertada síntese, as principais novidades acerca do uso de IA na propaganda eleitoral para as eleições de 2024. Mas permanece o questionamento: as regulamentações referentes às novas tecnologias empregadas na propaganda eleitoral, especialmente aquelas relacionadas ao uso de inteligência artificial nas plataformas de mídia social, garantirão adequadamente a proteção da integridade democrática?

4. RETORNANDO A ASIMOV: OS PROBLEMAS DA SUPOSTA REGULAÇÃO

A globalização exige um modelo regulatório adaptável à teia complexa de interconexões que caracterizam o mundo de hoje. As hierarquias descontínuas e os "anéis estranhos" da era globalizada exigem um novo olhar sobre a regulação da desinformação, um olhar que reconheça a multiplicidade de atores, a fragmentação das normas e a necessidade de colaboração e diálogo. A co-regulação, onde diferentes entidades trabalham em conjunto, e a governança multinível, com mecanismos de articulação entre os diversos níveis de governança, surgem como soluções promissoras.

Isso envolve a cooperação entre governos, empresas de tecnologia, organizações da sociedade civil, verificadores de fatos e outros atores relevantes. Pode incluir a partilha de dados e recursos, o desenvolvimento de padrões comuns e a coordenação de esforços para identificar e enfrentar os desafios da desinformação.

Podemos chamar de “autorregulação regulada” esse fenômeno que envolve a interação entre esforços individuais e externos para garantir que os sistemas de IA sejam desenvolvidos, implementados e utilizados de maneira ética, segura e responsável. Esse modelo combina a autorregulação por parte de atores privados com a regulação por parte do Estado. Nele, o Estado define princípios e diretrizes para a autorregulação, monitora e fiscaliza as medidas autorregulatórias e aplica sanções em caso de descumprimento.

E quais devem ser as principais preocupações dessa regulação? Os mecanismos, por incrível que pareça, já estavam previstos por Asimov. São preocupações dignas, e bastante visionárias, tendo em vista que “Eu, Robô” foi lançado em 1950. Há mais de 70 anos, Asimov viu que, no futuro, a inteligência humana seria ultrapassada por algo que ela mesma criou e, sem precauções, isso poderia tomar rumos perigosos.

Assim, Asimov introduziu uma quarta Lei da Robótica em 1985, no romance “Robôs e Império”[22]. Essa lei, conhecida como Lei Zero, foi adicionada às três leis originais que ele havia estabelecido. Pela Lei Zero, um robô não pode causar mal à humanidade ou, por inação, permitir que a humanidade sofra algum mal.

[22]ASIMOV, Isaac. Robôs e Império. São Paulo: Aleph, 2022.

A Lei Zero foi introduzida para lidar com situações em que as três leis originais pudessem entrar em conflito entre si. Ela serve como uma lei suprema que garante a proteção da humanidade acima de tudo. Imagine um robô que recebe ordens conflitantes de dois humanos. A Primeira Lei o proíbe de ferir qualquer um deles, mas a Segunda Lei o obriga a obedecer a ambos. Nesse caso, a Lei Zero o direcionaria a escolher a ação que melhor proteja a humanidade como um todo.

A introdução da Lei Zero gerou debates entre os fãs e estudiosos da obra de Asimov. Alguns a consideram uma adição necessária e lógica, enquanto outros argumentavam que ela enfraqueceria as leis originais. Mas independentemente desse debate, é importante reconhecer que ela representa uma evolução no pensamento de Asimov sobre a ética da robótica. A Lei Zero demonstra sua preocupação com as implicações complexas da inteligência artificial e a necessidade de salvaguardar o bem-estar da humanidade.

São preocupações dignas – e bastante visionárias, tendo em vista que "Eu, Robô" foi lançado em 1950. Há mais de 70 anos, Asimov viu que, no futuro, algo criado pela inteligência humana, sem precauções, poderia tomar rumos perigosos.

O que nos parece é que as Leis da Robótica de Isaac Asimov, embora concebidas para robôs, podem oferecer princípios valiosos para guiar o comportamento humano no uso da IA na era digital. Ao reinterpretarmos as leis sob essa ótica, podemos estabelecer um marco ético para o desenvolvimento e a aplicação responsável da IA. É como um retorno às origens.

Balkin[23] tentou reformulá-las. De modo sintético, quis afirmar três novas leis: 1. detentores de sistemas algorítmicos são fiduciários de informação: Isso significa que os criadores e operadores de sistemas de IA têm a responsabilidade de garantir que esses sistemas sejam usados de forma justa e ética, e que protejam a privacidade e a segurança dos dados dos usuários; 2. as pessoas que usam e implementam sistemas têm deveres públicos para com as pessoas que não são clientes, consumidoras ou usuárias finais: Isso significa que os sistemas de IA devem ser projetados e usados de forma a não causar danos a pessoas que não os estão utilizando diretamente. 3. O dever público de garantir transparência, responsabilidade e explicabilidade exige que os sistemas de IA sejam projetados de forma que seus processos decisórios sejam compreensíveis para os humanos. Isso significa que as pessoas devem ser capazes de entender como os sistemas de IA tomam decisões e quais dados são usados para embasar essas decisões.

Mas Balkin também propõe uma quarta lei que busca preservar a atribuição, responsabilidade e explicabilidade em uma sociedade algorítmica. Essa lei exige que os sistemas de IA sejam projetados de forma que seja possível identificar quem é responsável por suas ações e decisões. Isso é importante para garantir que as pessoas possam ser responsabilizadas por danos causados por sistemas de IA.

Pasquale[24], a partir de um debate com o artigo de Balkin, fez também a proposta de uma quarta Lei da Robótica: um robô deve sempre indicar a identidade de seu criador, controlador ou proprietário. Essa quarta lei visa garantir que haja clareza sobre quem é responsável pelas ações e decisões tomadas por um sistema de IA. Isso é crucial para atribuir responsabilidade por eventuais danos causados e para construir confiança na tecnologia.

O argumento de Pasquale está alinhado com as leis reformuladas de Balkin, que enfatizam a importância da transparência, responsabilidade e explicabilidade em sistemas de IA. Juntos, esses conceitos formam um arcabouço para o desenvolvimento e uso ético da IA na sociedade.

Ao reinterpretar as Leis da Robótica e incorporar os princípios delineados por Balkin e Pasquale, podemos estabelecer um arcabouço ético sólido para o desenvolvimento e aplicação da IA na era digital

Na era da IA, a Lei Zero adquire uma primazia como princípio fundamental, exigindo a priorização do bem-estar da humanidade em todas as decisões relacionadas à IA. Isso implica o desenvolvimento e a utilização de sistemas de IA de modo a assegurar que seus impactos sejam benéficos para a sociedade como um todo, fomentando o progresso humano, a equidade social e a preservação do meio ambiente.

Ao aplicarmos a Primeira Lei de Asimov, que proíbe um robô de ferir um ser humano, percebemos uma correlação direta com a necessidade de proteger a veracidade democrática. A disseminação de informações falsas mina a capacidade dos cidadãos de tomarem decisões políticas conscientes e informadas.

---

[23]BALKIN, Jack M. The Three Laws of Robotics in the Age of Big Data (August 27, 2017). Ohio State Law Journal, Vol. 78, (2017), Forthcoming, Yale Law School, Public Law Research Paper No. 592. Disponível em: https://ssrn.com/abstract=2890965. Acesso em: 12 de abril de 2024.

[24]PASQUALE, Frank. Toward a fourth law of robotics: Preserving attribution, responsibility, and explainability in an algorithmic society. Ohio St. LJ, v. 78, p. 1243, 2017.

Ao mesmo tempo, a criação de conteúdo artificialmente polarizado aumenta a divisão social, dificulta o diálogo construtivo e impede a busca por soluções consensuais. A manipulação de conteúdo, por fim, leva os cidadãos a perderem a confiança em instituições como a mídia, o governo e o sistema eleitoral. Ou seja, a disseminação de *deepfakes* pode ferir a confiança do eleitorado, comprometendo a autenticidade do processo eleitoral.

A Primeira Lei se desdobra na responsabilidade de evitar que a IA cause prejuízos aos seres humanos, seja física ou psicologicamente. Isso compreende a proteção da privacidade, segurança e autonomia das pessoas, além de evitar a utilização da IA para práticas discriminatórias, manipulativas ou de controle social.

O microdirecionamento de propaganda levanta questões éticas relacionadas à Segunda Lei da Robótica de Asimov, que exige a obediência a ordens humanas. Se o uso de IA pode levar à manipulação e ao controle do comportamento dos indivíduos, a segunda lei estaria sendo violada.

A Segunda Lei se traduz no compromisso de assegurar que a IA esteja alinhada com os valores e princípios éticos da humanidade. Isso requer que os sistemas de IA sejam desenvolvidos e empregados de maneira transparente, justa e responsável, levando em consideração o contexto social e cultural no qual estão inseridos.

Um dos principais enfoques da regulação é a imposição de transparência no uso de algoritmos eleitorais. Propõe-se que os partidos políticos e candidatos divulguem publicamente as estratégias e algoritmos empregados em suas campanhas, permitindo uma avaliação crítica por parte do eleitorado e especialistas em ética digital. Além disso, a regulação abrange a proteção de dados pessoais, garantindo que as informações dos eleitores sejam manejadas com responsabilidade

Ao adentrar esse cenário complexo, é essencial confrontar a Terceira Lei de Asimov, que enfatiza a necessidade de proteger a autonomia da IA sem comprometer a segurança e o bem-estar humanos. A manipulação da opinião pública, quando realizada por algoritmos de IA, destaca a importância crítica de regulamentações que assegurem a responsabilidade e *accountability* na utilização dessas tecnologias. A transparência nas práticas de análise de sentimento torna-se um pilar fundamental para proteger a integridade do debate político e manter a autonomia da IA dentro de limites éticos aceitáveis. Isso implica que tais sistemas sejam concebidos para auxiliar e capacitar as pessoas, sem suprimir sua habilidade de tomar decisões e agir de forma independente.

De modo sintético, na era da IA, a Lei Zero assume a forma de um princípio fundamental: priorizar o bem-estar da humanidade em todas as decisões relacionadas à IA. A Primeira Lei se traduz na responsabilidade de evitar que a IA cause danos aos seres humanos. Já a segunda lei exige que os sistemas de IA sejam projetados e utilizados de forma transparente, justa e responsável. A Terceira Lei, por fim, se manifesta na necessidade de respeitar a autonomia e a dignidade dos indivíduos mesmo em interações com sistemas de IA.

A regulação eficaz da inteligência artificial na propaganda eleitoral não deve apenas restringir, mas sim estabelecer parâmetros éticos claros, garantindo que a tecnologia seja utilizada de maneira transparente, responsável e em consonância com os princípios democráticos. Nesse contexto, é fundamental reconhecer que os dilemas éticos não são novos, mas sim amplificados pela sofisticação tecnológica, reforçando a necessidade premente de regulações que se adaptem a essas novas realidades. A abordagem de Asimov, portanto, continua relevante, instando-nos a repensar e reestruturar nossos sistemas regulatórios, não apenas para proteger a sociedade do presente, mas também para garantir um futuro democrático e ético na era da inteligência artificial.

5 CONCLUSÃO: ENTRE A FICÇÃO E A REALIDADE, ENTRE A NECESSIDADE E A INSUFICIÊNCIA

Um aspecto central da análise dos contos de “Eu, Robô” em relação à propaganda eleitoral é a consideração das questões éticas envolvidas na persuasão artificial. Em muitos dos contos, os robôs são programados para obedecer a certas leis ou diretrizes, mas sua interpretação dessas leis pode levar a resultados inesperados. Da mesma forma, algoritmos de IA utilizados na propaganda eleitoral podem ser projetados para influenciar o comportamento dos eleitores, levantando questões sobre manipulação, consentimento informado e responsabilidade ética.

Os contos de "Eu, Robô" ilustram os perigos de delegar decisões importantes a sistemas automatizados sem garantias adequadas de transparência e supervisão humana. Da mesma forma, as campanhas eleitorais que dependem fortemente de algoritmos de IA para segmentação de eleitores e distribuição de mensagens enfrentam desafios significativos em termos de transparência e responsabilidade.

No entanto, com a ascensão da era digital, surgem novas e complexas dificuldades. A transformação

na maneira como produzimos, consumimos e interpretamos a informação tem desafiado as estruturas tradicionais de regulação da propaganda eleitoral. A disseminação rápida e massiva de informações nas redes sociais e em outras plataformas digitais tornou mais fácil para candidatos e grupos políticos propagarem narrativas enganosas ou distorcidas, muitas vezes sem qualquer responsabilização direta.

Diante desse cenário desafiador, torna-se evidente a necessidade de adaptação e reforço das legislações eleitorais para lidar com os desafios impostos pela era digital. O TSE tenta iniciar essa regulação do uso da inteligência artificial, de maneira bastante restritiva.

No lugar de impor tantas limitações, talvez seja melhor estabelecer princípios a serem seguidos pelas plataformas. Ao reinterpretar as Leis da Robótica e incorporar os princípios delineados por Balkin e Pasquale, talvez seja possível estabelecer um arcabouço ético sólido para o desenvolvimento e aplicação da IA na era digital.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMATO, Lucas Fucci. **Fake news: regulação ou metarregulação?** Revista de Informação Legislativa: RIL, Brasília, DF, v. 58, n. 230, p. 29-53, abr./jun. 2021. Disponível em: https:// www12.senado.leg.br/ ril/ edicoes/58/230/ril_v58_n230_p29. Acesso em: 12 de abril de 2024.

ARENDT, Hannah. **Verdade e Política**. In: Entre o Passado e o Futuro. São Paulo: Perspectiva, 2012.

ASIMOV, Isaac. **Eu, Robô**. São Paulo: Aleph, 2014.

ASIMOV, Isaac. **Robôs e Império**. São Paulo: Aleph, 2022.

BALKIN, Jack M. The Three Laws of Robotics in the Age of Big Data (August 27, 2017). Ohio State Law Journal, Vol. 78, (2017), **Forthcoming, Yale Law School, Public Law Research Paper No**. 592. Disponível em: https://ssrn.com/abstract=2890965. Acesso em: 12 de abril de 2024.

BARBOSA, Fernanda Nunes; SARLET, Gabrielle Bezerra Sales. **Direitos humanos e literatura: da" nação crioula" de José Eduardo Agualusa à escravidão contemporânea da Fazenda Brasil Verde**. Revista de Direito, Arte e Literatura, v. 4, n. 2, p. 90-107, 2018.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulação**. Lisboa: Relógio d'Água Editores, 1991.

BENNETT, Gill. The Zinoviev letter: **The conspiracy that never dies**. Oxford University Press, 2018.

BOCCHINO, Lavínia Assis; FURBINO, Meire. **Democracia e Legitimidade do processo eleitoral: Novos desafios frente a atuação das fake news**. Revista de Direito, Governança e Novas Tecnologias, v. 6, n. 2, p. 100-119, 2020.

BODEN, Margaret A. **Inteligencia artificial**. Turner, 2017.

Brandon Johnson wins **Chicago mayoral race**. Chicago Suntimes, 04 de abril de 2023. Disponível em: https://chicago.suntimes.com/city-hall/2023/4/4/23670664/chicago-mayor-election-johnson-defeats--vallas. Acesso em: 12 de abril de 2024.

BUCCI, Eugênio. **Pós-política e corrosão da verdade**. Revista Usp, n. 116, p. 19-30, 2018.

CESARINO, Letícia. **O mundo do avesso: verdade e política na era digital**. São Paulo: Ubu Editora, 2022.

COMPTON, Josh et al. Inoculation theory in the post-truth era: **Extant findings and new frontiers for contested science, misinformation, and conspiracy theories**. Social and Personality Psychology Compass, v. 15, n. 6, p. e1 2602, 2021.

CROWE, Sibyl. "**The Zinoviev Letter: A Reappraisal**." Journal of Contemporary History 10, no. 3 (1975): 407–32. Disponível em: http://www.jstor.org/stable/260155. Acesso em: 12 de abril de 2024.

DEL VICARIO, Michela et al. **Echo chambers: Emotional contagion and group polarization on facebook**. Scientific reports, v. 6, n. 1, p. 37825, 2016.

EMAMI, Hojjat; DERAKHSHAN, Farnaz. **Election algorithm: A new socio-politically inspired strategy**. AI Communications, v. 28, n. 3, p. 591-603, 2015.

EUA usam inteligência artificial para pilotar aeronave de combate por 17 horas. Época Negócios, 14 de fevereiro de 2023. Disponível em: https://epocanegocios.globo.com/tecnologia/noticia/2023/02/eua-usam-inteligencia-artificial-para-pilotar-aeronave-de-combate-por-17-horas.ghtml. Acesso em 12 de abril de 2024.

GARCÍA-OROSA, Berta. **Disinformation, social media, bots, and astroturfing: the fourth wave of digital democracy**. Profesional de la información/Information Professional, v. 30, n. 6, 2021.

GOMES, Dennis dos Santos. **Inteligência Artificial: conceitos e aplicações**. Revista Olhar Científico, v. 1, n. 2, p. 234-246, 2010.

HEAWOOD, Jonathan. **Pseudo-public political speech: Democratic implications of the Cambridge Analytica scandal**. Information polity, v. 23, n. 4, p. 429-434, 2018.

KAUFMAN, Dora. **A inteligência artificial irá suplantar a inteligência humana?**. São Paulo: Estação das letras e cores EDI, 2019.

KISSINGER, Henry; SCHMIDT, Eric; HOTTENLOCHER, Daniel. **A era da inteligência artificial**. Leya, 2021.

LESSIG, Lawrence. **Code: And Other Laws of Cyberspace**, Version 2.0. New York: Basic Books, 2006.

LEWANDOWSKY, Stephan; ECKER, Ullrich KH; COOK, John. **Beyond misinformation: Understanding and coping with the "post-truth" era**. Journal of applied research in memory and cognition, v. 6, n. 4, p. 353-369, 2017.

LOMAS, Dan. **The Zinoviev letter. International Affairs**, v. 95, n. 1, p. 201-206, 2019.

LUDERMIR, Teresa Bernarda. **Inteligência Artificial e Aprendizado de Máquina: estado atual e tendências**. Estudos Avançados, v. 35, p. 85-94, 2021.

MAGRANI, Eduardo. **New perspectives on ethics and the laws of artificial intelligence**. Internet policy review, v. 8, n. 3, 2019.

MARTÍNEZ-ORTEGA, Andrés Giovanni; MEDINA-CHICAIZA, Ricardo Patricio. **Tecnologías en la inteligencia artificial para el Marketing: una revisión de la literatura**. Pro Sciences, v. 4, n. 30, p. 36-47, 2020.

MARTINS, Marcelo Guerra; TATEOKI, Victor Augusto. **Proteção de dados pessoais e democracia: fake news, manipulação do eleitor e o caso da Cambridge Analytica**. Revista Eletrônica Direito e Sociedade-REDES, v. 7, n. 3, p. 135-148, 2019.

Novo antibiótico descoberto com inteligência artificial pode combater super bactéria perigosa. CNN Brasil, 27 de maio de 2023. Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/saude/novo-antibiotico-descoberto-com-inteligencia-artificial-pode-combater-superbacteria-perigosa/. Acesso em: 12 de abril de 2024.

PARRY, Roger. **A ascensão da mídia: a história dos meios de comunicação de Gilgamesh ao Google**. São Paulo: Elsevier Brasil, 2017.

PASQUALE, Frank. **Toward a fourth law of robotics: Preserving attribution, responsibility, and explainability in an algorithmic societ**y. Ohio St. LJ, v. 78, p. 1243, 2017.

Pesquisadores criam IA que joga xadrez como um humano. Olhar Digital, 26 de janeiro de 2021. Disponível em: https://olhardigital.com.br/2021/01/26/noticias/pesquisadores-criam-ia-que-joga-xadrez-como-um-humano/. Acesso em: 12 de abril de 2024.

SANTAELLA, Lucia. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?**. Editora estação das letras e cores, 2020.

SEIXAS, Rodrigo. **A retórica da pós-verdade: o problema das convicções**. Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação, v. 18, n. 1, 29 abr. 2019.

SICHMAN, Jaime Simão. **Inteligência Artificial e sociedade: avanços e riscos**. Estudos Avançados, v. 35, p. 37-50, 2021.

TEIXEIRA, João. **O que é a inteligência artificial?**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2019.

The impending nightmare that AI poses for media, elections. The Hill, 23 de abril de 2023. Disponível em: https://thehill.com/opinion/technology/3964141-the-impending-nightmare-that-ai-poses-for-media-elections/. Acesso em: 12 de abril de 2024.

This deepfake surfaced in a tight mayoral race. It's just the beginning. CNN, 7 de fevereiro de 2024. Disponível em: https://edition.cnn.com/videos/politics/2024/02/07/deepfake-artificial-intelligence-elections-chicago-paul-vallas-orig.cnn. Acesso em: 12 de abril de 2024.

Uso mundial de deepfakes para manipular eleições avança e áudio é maior rico. Folha de São Paulo, 05 de fevereiro de 2024. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/poder/2024/02/uso-mundial-de-deepfakes-para-manipular-eleicoes-avanca-e-audio-e-maior-risco.shtml. Acesso em: 12 de abril 2024.

Vallas campaign condemns deepfake video posted to Twitter. CBS News, 27 de fevereiro de 2023. Disponível em: https://www.cbsnews.com/chicago/news/vallas-campaign-deepfake-video/. Acesso em: 12 de abril de 2024.

Vallas Campaign Denounces Fake, Deceptive Impersonation Video. Paul Vallas 2023, 26 de fevereiro de 2023. Disponível em: https://www.paulvallas2023.com/post/vallas-campaign-. denounces-fake-deceptive-impersonation-video. Acesso em: 12 de abril de 2024.

Which way, Chicago?. City Journal, 01 de março de 2023. Disponível em: https://www.city-journal.org/article/which-way-chicago. Acesso em: 12 de abril de 2024