ELEIÇÕES 2026

raiando potências femininas

eleições, inteligência artificial e mulheres na política

Edilene Lôbo

APOIO:

Universidade de Itaúna
UMA GRANDE UNIVERSIDADE

INSTITUTO Alziras

Grupo Mulheres do Brasil

ELAS PEDEM VISTA

Lôbo, Edilene. RaIAndo potências femininas [livro eletrônico] : eleições, inteligência artificial e mulheres na política. -- Belo Horizonte, MG : Ed. da Autora, 2026.

ISBN 978-65-02-21984-3

1. Desinformação 2. Direito eleitoral

3. Eleições - Brasil 4. Inteligência artificial

5. Mulheres na política 6. Propaganda eleitoral

7. Redes sociais I. Título.

26-376042.0

CDU-342.8(81)

Edilene Lôbo

Doutora em Direito Processual Civil pela PUC-MINAS. Estágio pós-doutoral na Universidade de Sevilha e na Faculdade de Direito de Vitória. Mestra em Direito Administrativo pela UFMG. Especialista em Processo Penal pela Universidad Castilla La Mancha. Professora do Programa de Mestrado e Doutorado em Proteção dos Direitos Fundamentais da Universidade de Itaúna/MG. Professora de Direito Eleitoral na Pós-graduação da PUCMINAS. Professora Convidada da Università di Pisa (2020). Professora Convidada da Universidade Sorbonne-Nouvelle - Paris 3 (2022-2023). Palestrante em temas voltados à ampliação e proteção dos espaços de participação política da mulher negra e outros grupos minorizados, assim como sobre o impacto da revolução tecnológica na democracia. Membra Fundadora do Observatório Mundo em Rede CYBERLEVIATHAN. Autora de livros e artigos jurídicos. Ministra Substituta do Tribunal Superior Eleitoral – TSE (2023-2025). Idealizadora do Projeto NEGRAIAR. Advogada.

edilenelobo@yahoo.com.br

Revisão: Verônica da Luz D'Angelis;
Rafael Clementino Verissimo Ferreira
Diagramação: Verônica Soares

Sumário

Apresentação 5

Campanha nas redes, violência política de gênero e inteligência artificial 6

O que é IA? 8

Novo modelo comunicacional 8

Diferença entre provedores de IA e provedores de aplicação de internet 9

Como reconhecer um conteúdo produzido por IA? 10

Plataformas que ajudam na identificação dos conteúdos criados por IA 10

Formas de denunciar notícias falsas nas redes sociais 12

Caminhos para denunciar a violência política de gênero 14

Como produzir provas da violência política de gênero ocorrida em meio físico? 15

Como produzir provas da violência política de gênero ocorrida na internet? 15

Formação de redes para combater a violência 16

Dicas para boas práticas durante a campanha eleitoral 17

Propaganda eleitoral 18

Propaganda eleitoral em meio virtual 21

O que pode na propaganda em meio virtual 23

O que não pode na propaganda em meio virtual 24

Propaganda eleitoral em meio físico, no rádio e na TV 26

O que pode na propaganda em meio físico, no rádio e na TV 27

O que não pode na propaganda em meio físico, no rádio e na TV 28

Conceitos importantes para a propaganda eleitoral, previstos na Resolução TSE nº 23.610/2019 30

Apresentação

As mulheres são 52,47% do eleitorado brasileiro, chegando à marca de 81.806.914 eleitoras aptas a votarem[1].

Não obstante esse número, elas ocupam pouco espaço nos Parlamentos.

Para efeito de comparação, houve salto de 77 deputadas eleitas em 2018 para 91 em 2022, o que representou aproximadamente 17,7% do total de assentos[2].

Quanto ao Senado, em maio de 2026, as mulheres representavam cerca de 18,5% do total de seus integrantes[3], mas nenhuma mulher negra foi eleita para o cargo na última eleição.

Em 2022, das 27 pessoas eleitas para esse colegiado, 23 eram homens e apenas 4 eram mulheres, na renovação de 1/3 das cadeiras.

Neste ano, com a renovação de 2/3 nas eleições de outubro, haverá 54 cadeiras em disputa e o eleitorado terá novamente a possibilidade de mudar o quadro, incluindo mais mulheres na política.

Na presente cartilha, visando fortalecer a participação das mulheres na política, tratamos de temas que envolvem a propaganda eleitoral, o mundo em rede e a inteligência artificial.

[1] BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Disponível em: https://sig.tse.jus.br/ords/dwapr/r/seai/sig-eleicao-eleitorado/cruzamento-de-eleitorado1?p25_cruzamento_1=ds_sexo&p25_ back=17&clear=25&session=306009151840062. Acesso em: 6 jul. 2026.

[2] BRASIL. Câmara Federal. Secretaria da Mulher. Bancada feminina alcança 91 deputadas federais. Disponível em: https://www2.camara.leg.br/a-camara/estruturaadm/secretarias/secretaria-da-mulher/noticias/bancada-feminina-alcanca-91-deputadas-federais-1.

[3] BRASIL. Senado Federal. Senadores em Exercício - 57ª Legislatura (2023 - 2027). Disponível em: https://www25.senado.leg.br/web/senadores/em-exercicio/-/e/por-sexo. Acesso em: 6 jul. 2026.

Campanha nas redes, violência política de gênero e inteligência artificial

No ambiente digital, como sabemos, são muitas as atividades cotidianas realizadas, a exemplo do comércio de bens e serviços, transações financeiras, estudos, consultas médicas, locação de imóveis, entretenimento, trabalho e, inclusive, propaganda eleitoral.

A virtualização da vida se tornou cada vez mais comum e, com a eclosão da pandemia de coronavírus, os processos de transformação digital foram acelerados.

Basta lembrar a campanha eleitoral de 2020, que ocorreu no auge da pandemia, desenrolou-se predominantemente nas redes sociais e escancarou uma realidade que já era nítida, mas ainda negligenciada: a violência política de gênero[4].

Alguns meses após aquele pleito foi aprovada a Lei nº 14.192, de 4 de agosto de 2021, que "estabelece normas para prevenir, reprimir e combater a violência política contra a mulher".

A Lei 14.192/2021 dispõe que violência política de gênero é "toda ação, conduta ou omissão com a finalidade de impedir, obstaculizar ou restringir os direitos políticos da mulher".

[4] PERLIN, G. D. B., LIMA, D. O., SILVA, R. V. E, CASTRO, N. P., SANTOS, G. C. X., & BUENO, A. C. C.. A violência política de gênero nas eleições municipais de 2020: análise de publicações em sites de notícias. Câmara dos Deputados, 2024. Disponível em: https://www2.camara.leg.br/a-camara/estruturaadm/secretarias/secretaria-da-mulher/de-olho-nas-urnas-1. Acesso em: 6 jul. 2026.

Também segundo essa Lei, constituem “atos de violência política contra a mulher qualquer distinção, exclusão ou restrição no reconhecimento, gozo ou exercício de seus direitos e de suas liberdades políticas fundamentais, em virtude do sexo”.

A violência política de gênero já era realidade nas redes sociais, antes mesmo do surgimento dos aplicativos de inteligência artificial. Ainda mais importante abordar esse tema e discutir meios de impedir que as novas tecnologias sejam utilizadas para catalisar agressões que atacam as mulheres e atingem a própria democracia[5].

Esse tipo de conduta é utilizado para deslegitimar candidaturas femininas, silenciar vozes políticas e afastar mulheres dos espaços de poder, ocorrendo, sobretudo, por meio de campanhas de desinformação e discursos de ódio no mundo digital. O assunto ganha importância especialmente no Brasil onde há ampla presença das pessoas nas redes sociais digitais.

Por aqui cerca de 89,1% da população com mais de 10 anos de idade utiliza a internet. Dados de outubro de 2025 mostram que há 150 milhões de pessoas com conta ativa em redes sociais digitais, o que corresponde a 70,4% da população total[6], sendo possível presumir que esse percentual esteja se ampliando.

Assim, tendo em vista o novo contexto tecnológico e comunicacional, a propaganda eleitoral das candidaturas femininas merece redobrada atenção, principalmente considerando que as mulheres negras são as mais atingidas pela violência[7].

Por isso falamos da violência política de gênero, abordando os desafios do novo paradigma marcado pelo uso maciço da internet, das redes sociais digitais, desaguando nos impactos do uso da inteligência artificial nas campanhas eleitorais.

[5] Para compreender melhor o tema, recomendamos as seguintes leituras:
LOBO, Edilene et al. Encruzilhadas: tecno-oligarquias, democracia e ameaça ambiental. 1. ed. Belo Horizonte: Editora Fórum, 2025. v. 1. 86p .
LÔBO, Edilene; FACHIN, Melina Girardi. Desmontando o tecnocolonialismo: feminismo constitucional e a construção da igualdade substantiva digital. Revista Jurídica da Presidência, v. 28, n. 144, p. 66-96, 2026

[6] IBGE. PNAD Contínua. 2026. Disponível em: https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/44033-pela-primeira-vez-mais-da-metade-da-populacaoacessa-a-internet-pela-tv. Acesso em: 6 jul. 2026.

[7] INSTITUTO ALZIRAS; OXFAM BRASIL. Desigualdades de gênero e raça na política brasileira. 24 jul. 2022. Disponível em: https://www.oxfam.org.br/desigualdade-deraca-e-genero-na-politica-brasileira/. Acesso em: 21 jul. 2026.

O que é IA?

Há poucos anos os substantivos “inteligência” e “artificial” passaram a ser usados de forma conjunta para descrever sistemas computacionais que tentam imitar a inteligência humana, por meio do processamento de muitos dados, filtrando-os por grandes modelos de linguagem, que se parecem à linguagem humana.

Tanto que “inteligência artificial” foi escolhida a expressão do ano de 2023 pelo Dicionário Collins, que a definiu como "um tipo de tecnologia de computador que se preocupa em fazer as máquinas funcionarem de forma inteligente, semelhante ao jeito como a mente humana funciona"[8].

O Dicionário Oxford, por sua vez, descreve IA como “a capacidade de computadores ou outras máquinas de exibir ou simular comportamentos inteligentes”. Explica também se tratar de “sistema tecnológico usado para realizar tarefas ou produzir resultados anteriormente limitados à inteligência humana”, como gerar textos, imagens e vídeos[9].

Novo modelo comunicacional

A comunicação eleitoral vem passando por mudanças importantes. Além da ampla migração para as redes sociais digitais, a Eleição de 2026 ocorrerá em ambiente tecnológico distinto dos pleitos anteriores. O cenário é marcado pela consolidação das plataformas de inteligência artificial, aprimoramento dos algoritmos, novas formas de circulação e produção de conteúdos para propaganda.

Por isso, é importante que você esteja antenada sobre o tema.

[8] DICIONÁRIO COLLINS. Artificial intelligence. 2026. Disponível em: https://www.collinsdictionary.com/pt/dictionary/english/artificial-intelligence. Acesso em: 6 jul. 2026.
[9] DICIONÁRIO OXFORD. Artificial intelligence. 2026. Disponível em: https://www.oed.com/dictionary/artificial-intelligence_n. Acesso em: 6 jul. 2026.

Diferença entre provedores de IA e provedores de aplicação de internet

Os provedores de aplicação de internet, conforme Resolução TSE nº 23.610/2019, são empresas ou organizações que fornecem conjunto de funcionalidades que podem ser acessadas por meio de um aparelho conectado à internet.

Já os provedores de inteligência artificial são empresas, organizações ou plataformas responsáveis pelo desenvolvimento dos aplicativos utilizados para geração de textos, imagens, áudios e outros produtos atendendo comandos das pessoas usuárias (*prompts*).

É por meio dos aplicativos de IA que é fabricada ou manipulada boa parte dos conteúdos envolvendo imagens, áudios e vídeos, oriundos das mais variadas naturezas.

Fique de olho!

É necessário atentar para sites de notícias, plataformas de checagem e, principalmente, não compartilhar mídias cuja autenticidade ou origem seja duvidosa, eis que o uso de IA pode tornar mais difícil a identificação da veracidade dos conteúdos.

Como reconhecer um conteúdo produzido por IA?

Quando se tratar de vídeo observe características como a cadência com que o olho pisca, a textura da pele (imagens e vídeos criados por IA apresentam textura de pele muito lisa e sem microexpressões).

Analise também se há distorções na imagem (em especial na orelha, linha do queixo e pescoço); se há deformações nos acessórios; e se há sincronia labial (a exemplo de sílabas que exigem fechar os lábios).

Se o conteúdo recebido for um áudio, confira elementos típicos da fala humana, como pausas respiratórias, ritmo irregular, expressão de emoção, modo de falar correspondente ao sentido gramatical.

Caso o áudio não apresente uma dessas características, tente confirmar sua veracidade e não compartilhe.

Plataformas que ajudam na identificação dos conteúdos criados por IA

- **Gemini (SynthID):**
Disponível no app ou navegador do Gemini, essa ferramenta identifica conteúdos que receberam marca d'água digital do Google, possibilitando confirmar se o conteúdo foi gerado dentro do ecossistema da empresa. Essa funcionalidade foi criada para identificar vídeos e imagens.

- **Pesquisa no Google Imagens:**
A ferramenta permite buscar imagens e vídeos similares, verificar a fonte original, caso o conteúdo tenha sido criado a partir de uma manipulação de mídia real. Para fazer a busca, basta uma captura de tela do vídeo suspeito e inserir no Google imagens.

Atenção!

A utilização, na propaganda eleitoral, de qualquer modalidade de conteúdo, inclusive veiculado por terceiras pessoas, pressupõe que a pessoa, o partido, a federação ou a coligação tenha verificado a presença de elementos que permitam concluir, com razoável segurança, pela fidedignidade da informação, sob pena de sanções nas esferas cível, penal e eleitoral.

Antes de divulgar qualquer conteúdo, confira a sua veracidade através das plataformas de checagem:

Projeto Comprova
(11) 97045-4984

Fato e Boato
Justiça Eleitoral

Aos Fatos
Radar

Agência Lupa

Formas de denunciar notícias falsas nas redes sociais:

No Whatsapp

Passo 1: se pretende denunciar um contato ou grupo, abra uma conversa particular ou o chat de um grupo. Feito isso, toque no nome que fica no topo da tela.

Passo 2: em seguida, vá até o final da página e clique em “Denunciar”. Para concluir, pressione mais uma vez a opção “Denunciar” ou “Denunciar e bloquear”.

Passo 3: se o objetivo é denunciar um conteúdo recebido, clique na mensagem até aparecer uma barra vertical de opções. Em seguida, selecione a opção “Mais”.

Passo 4: toque na opção “Denunciar”. Para concluir, selecione mais uma vez “Denunciar” ou “Denunciar e bloquear”.

No Instagram

Passo 1: abra o Instagram e encontre o post que deseja denunciar. Toque nos três pontinhos de opções, no canto superior direito da publicação. Depois, clique em “Denunciar”.

Passo 2: selecione, dentre as opções, o motivo da denúncia, como por exemplo “informação falsa” ou “anúncio político não autorizado”. Por fim, clique em "Concluir".

No Facebook

Passo 1: acesse o Facebook e clique no link de três pontos no canto superior direito da postagem a ser denunciada.

Passo 2: clique em denunciar post. Em seguida, selecione a opção “Golpe, fraude ou informação falsa”.

Passo 3: após, clique em “compartilhamento de informação falsa”. O Facebook vai mostrar sugestões para deixar de ver novos posts da pessoa. Por fim, toque no botão “Concluir”.

No X

Passo 1: acesse a postagem que deseja denunciar.

Passo 2: clique sobre os três pontos que estão dispostos ao lado direito da tela.

Passo 3: no menu escolha "Denunciar". Em seguida, selecione o motivo da denúncia e demais informações solicitadas.

No TikTok

Passo 1: pressione o vídeo até que apareçam as opções.

Passo 2: selecione o motivo da denúncia entre as opções, "informação falsa sobre a eleição", "informações falsas prejudiciais" ou "*deepfakes*, mídia sintética e mídia manipulada".

Passo 3: no menu escolha "Denunciar". Em seguida, selecione o motivo da denúncia e demais informações solicitadas.

Passo 4: clique em enviar e pronto.

O TikTok também permite denunciar vídeos que contenham conteúdo discriminatório e discurso de ódio.

No Threads

Passo 1: clique no ícone de três pontos verticais localizado no canto superior direito da publicação ou do perfil.

Passo 2: um menu aparecerá na parte inferior da tela, selecione "Denunciar".

Passo 3: selecione uma das opções (denunciar conta, informação falsa, golpe, fraude, spam, violência, ódio, exploração, bullying, entre outras opções).

Passo 4: aperte o botão "Concluir".

Há, ainda, o Sistema de Alertas de Desinformação Eleitoral – SIADE, disponibilizado pela Justiça Eleitoral, que permite a qualquer pessoa denunciar desinformação, propagandas com uso irregular de IA, discurso de ódio e outros conteúdos com potencial para causar danos ao equilíbrio do pleito ou à integridade do processo eleitoral.

Caminhos para denunciar a violência política de gênero

A violência política de gênero é uma forma de agressão que pode ocorrer tanto em meio físico, como no virtual e, por isso, é preciso que você esteja preparada para agir, seja em autodefesa, seja para proteger uma outra mulher.

Caso o ato de violência ocorra por meio de agressão física ou de ameaça à sua integridade:

a) Disque 190 para acionar a **Polícia Militar**, corporação responsável por atender às emergências, especialmente as que envolvem crime com violência e/ou grave ameaça.

b) Disque 180 para falar na **Central de Atendimento à Mulher**, canal em que você receberá orientações sobre as leis e como acionar a Delegacia de Atendimento à Mulher - DEAM, a Defensoria Pública e o Ministério Público, bem como os caminhos para registro e encaminhamento de denúncias aos órgãos competentes.

Na hipótese de a agressão ou ameaça ocorrer pela internet, você poderá apresentar sua denúncia:

a) ao **Ministério Público Eleitoral**, preenchendo o formulário, disponibilizado no https://www.tse.jus.br/servicos-eleitorais/denuncias/canal-de-denuncias-para-violencia-politica-de-genero;

b) à **Polícia Civil**, por meio de Boletim de Ocorrência lavrado online nas Delegacias Eletrônicas ou nas Delegacias Especializadas de Atendimento à Mulher – DEAM;

c) ao **Partido Político** que a pessoa agressora for filiada;

d) ao Ministério das Mulheres, Secretaria da Mulher ou Secretaria Equivalente do Órgão Público a que a pessoa agressora esteja vinculada, caso ela seja servidora ou detentora de mandato eletivo;

e) à Ouvidoria ou Setor de Compliance da empresa privada a que a pessoa agressora esteja vinculada.

Como produzir provas da violência política de gênero ocorrida em meio físico?

Se você for a vítima ou presenciar ato de violência política de gênero que contenha agressão e/ou grave ameaça, tente gravar o ocorrido com o seu celular, mas somente o faça se tiver certeza de que sua vida ou integridade física não está em risco.

Após ter certeza de que está segura, grave vídeo, de preferência ainda no local do ato ilícito, descrevendo o ocorrido com o máximo de detalhes possível, indicando o dia e o horário em que o ato ilícito ocorreu. Caso saiba quem é a pessoa agressora, indique no vídeo o nome dela, a roupa que está usando e a conduta por ela praticada.

Caso o nível de animosidade ou de ameaça à sua integridade não permita que seja feita a gravação, busque acionar imediatamente a Polícia Militar e, também, tente angariar testemunhas capazes de corroborar sua versão.

Como produzir provas da violência política de gênero ocorrida na internet?

Na hipótese de o ato ilícito ocorrer pela internet é importante tomar providências hábeis a resguardar a prova, eis que o comentário pode ser apagado pelo agressor ou o perfil pode ser excluído.

Nestes casos, é essencial que, ao ser vítima ou presenciar um ato de violência política pela internet, você busque produzir as provas do crime por meio de plataformas voltadas à coleta e preservação de mídias digitais - com tecnologia blockchain e validade jurídica.

Para isso você pode utilizar sites como o OriginalMy, o DataCertify e o Verifact, que fazem o armazenamento da mídia – seja ela uma foto, uma captura de tela, uma mensagem de WhatsApp etc. – e geram um relatório com tecnologia blockchain, que permite coleta de dados técnicos ocultos, como metadados e código hash do arquivo, possibilitando que o conteúdo seja usado como prova, mesmo se tiver sido apagado.

Formação de redes para combater a violência

Além de identificar e interromper imediatamente, sendo possível, é crucial ressignificar a violência para formar redes políticas a partir:

- de lideranças comunitárias;
- de associações de moradoras;
- de organizações da sociedade civil;
- de escolas;
- de unidades de saúde;
- de centros de assistência social;
- de coletivos de mulheres;
- da Ordem das Advogadas e Advogados do Brasil;
- das Polícias;
- do Ministério Público;
- da Defensoria Pública;
- da Rede de Defensoras Populares.

O ponto central é: **a comunidade frequentemente é o primeiro lugar onde a violência política se torna visível e também nela se deve buscar força e resistência.**

Participe!

Além de denunciar o crime, você também pode buscar reparação, direito de resposta e/ou indenização pelo ato de violência política de gênero. Na dúvida, procure orientação jurídica com profissional da advocacia da sua confiança. Participe, conheça e forme redes de enfrentamento à violência política de gênero

Dicas para boas práticas durante a campanha eleitoral

- Use as redes sociais para difusão de suas propostas em linguagem simples e objetiva.
- Evite compartilhar ou promover conteúdos que não correspondam ao propósito da sua página, bem como apague comentários que contenham fofocas, ofensas, *fake news* ou discurso de ódio.
- Não realize enquetes, sondagens ou pesquisas de opinião pública que não obedeçam às disposições legais.
- A divulgação de pesquisas fraudulentas ou não registradas pode gerar responsabilização.
- Confira a fidedignidade das informações que recebe, inclusive quanto ao uso de inteligência artificial e conteúdos sintéticos.
- Sempre verifique a veracidade ou segurança da informação antes de compartilhá-la, consultando as agências de checagem, como: https://noticias.uol.com.br/comprova/, https://aosfatos.org/, https://www.boatos.org/, http://www.justicaeleitoral.jus.br/fato-ou-boato/,dentre outras.
- Leia diariamente jornais e revistas de alcance nacional.
- Vá sempre às páginas da Justiça Eleitoral na internet para se atualizar e conferir informações: http://www.tse.jus.br/.
- Acompanhe debates e participe de redes sociais variadas – presenciais e digitais -, para permitir que você amplie o acesso a informações e possa se posicionar sobre os temas circulantes fora das bolhas digitais.
- Fique atenta às publicações e eventos do seu partido para divulgá-los pelas redes e também deles participar.
- Lembre-se que você pode circular pelas redes do Facebook, Whatsapp, X, Instagram, Youtube, Telegram, TikTok, Threads e vários outros aplicativos, mas não pode pagar pela propaganda, salvo quando possível o impulsionamento de conteúdos.
- Se você for ofendida nas redes sociais, denuncie e busque reparação.
- O TSE criou, ampliou e mantém perfis oficiais em dez plataformas digitais – Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, Kwai, WhatsApp, Telegram, X (antigo Twitter), Linkedin e Flickr – procure se informar também por meio deles.

Propaganda eleitoral

Os atos de campanha, entre os quais está incluída a propaganda, tanto no meio físico, como no virtual, têm regras contendo autorizações e proibições expressas. É preciso estar atenta a elas.

A propaganda eleitoral tem início a partir de 16 de agosto e as Eleições Gerais de 2026 serão as primeiras em nível estadual e federal no país após a expansão dos aplicativos de inteligência artificial (IA).

É preciso ficar ligada!

A divulgação de notícia sabidamente inverídica ou distorcida com finalidade eleitoreira pode ensejar direito de resposta, responsabilização civil e penal, bem como abuso de poder, capaz de acarretar cassação e inelegibilidade.

A utilização na propaganda eleitoral, em qualquer modalidade, de conteúdo sintético, multimídia gerada por meio de inteligência artificial ou tecnologia equivalente para criar, substituir, omitir, mesclar ou alterar a velocidade ou sobrepor imagens ou sons, **impõe à pessoa candidata pela propaganda o dever de informar, de modo explícito, destacado e acessível, que o conteúdo foi fabricado ou manipulado e qual tecnologia foi utilizada.**

A utilização de aplicativos de inteligência artificial pela pessoa candidata deve ser **expressamente** informada:

a) em caso de áudio, no início das peças ou da comunicação;

b) nas imagens estáticas, por rótulo (marca d'água) e na audiodescrição;

c) quando o conteúdo veicular áudio e vídeo, a informação deve constar tanto na marca d'água como ser avisada oralmente;

d) quando o material for impresso, em cada página que for utilizado o conteúdo produzido por IA ou por tecnologia equivalente.

Por outro lado, a utilização de IA não precisa ser informada pela pessoa candidata quando se tratar de:

a) ajustes destinados a melhorar a qualidade de imagem ou de som;

b) produção de elementos gráficos de identidade visual, vinhetas e logomarcas;

c) 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.

Quanto aos provedores de inteligência artificial, é vedado ranquear, recomendar, sugerir ou priorizar candidaturas, campanhas, partidos políticos, federações ou coligações, bem como emitir opiniões, indicar preferência eleitoral, recomendar voto ou realizar qualquer forma de favorecimento ou desfavorecimento político-eleitoral, de maneira direta ou indireta, inclusive por meio de respostas automatizadas.

A vedação também impede a criação ou promoção de alterações em fotografia, vídeo ou outro registro audiovisual que contenha cena de sexo, nudez ou pornografia envolvendo pessoa candidata e a formulação de publicidade eleitoral que represente ato de violência política contra a mulher.

Essas regras sobre IA valem para os conteúdos que forem divulgados integralmente na internet, bem como para aqueles que forem impressos em mídia física.

Para além da IA, há outras regras envolvendo a propaganda.

Propaganda eleitoral em meio virtual

A pessoa candidata deverá comunicar à Justiça Eleitoral, no RRC ou no DRAP, os endereços eletrônicos das aplicações que serão usados na campanha, incluídos os canais publicamente acessíveis em aplicativos de mensagens, fóruns online e plataformas digitais.

Importante ressaltar que os endereços eletrônicos preexistentes não informados no RRC ou no DRAP somente poderão vir a ser utilizados em campanha 48 horas após seu registro na Justiça Eleitoral e, caso a conta seja criada no curso da campanha, a comunicação deve ser feita à Justiça Eleitoral em até 24 horas.

A fim de evitar ordens de remoção de conteúdo ou suspensões de contas, a pessoa candidata deve se atentar para as regras envolvendo a utilização de inteligência artificial, impulsionamento de conteúdos, bem como propaganda negativa e integridade das informações por ela publicadas.

A remoção de perfil também pode ser objeto de ordem judicial quando se tratar de usuário comprovadamente falso, apócrifo ou vinculado a pessoa que sequer exista fora do universo digital (perfil automatizado ou robô), cujas publicações configurem a reiterada prática de crime eleitoral, de publicação de fatos notoriamente inverídicos ou gravemente descontextualizados.

Quanto aos provedores que utilizarem sistema de recomendação a usuárias e usuários, estes devem excluir dos resultados os canais e perfis informados à Justiça Eleitoral e, com exceção das hipóteses legais de impulsionamento pago, os conteúdos neles postados.

Ainda sobre os provedores, eles devem atuar ativamente para prevenção e transparência das informações político-eleitorais, inclusive elaborando relatório de integridade, capaz de avaliar e mitigar os riscos e impactos dos serviços por eles oferecidos ao processo eleitoral.

Veja!

No período compreendido entre as 72 (setenta e duas) horas que antecedem e as 24 (vinte e quatro) horas que sucedem o término do pleito está proibida a republicação e o impulsionamento de novos conteúdos produzidos ou alterados por IA ou por tecnologias equivalentes que utilizem imagem, voz ou manifestação de candidata ou candidato ou de pessoa pública, ainda que rotulados.

O que pode na propaganda em **meio virtual:**

- A propaganda eleitoral no site da candidata e/ou do partido.
- Envio da propaganda por mensagem eletrônica para endereços cadastrados gratuitamente pela pessoa candidata, pelo partido, coligação ou federação, observadas as disposições da Lei Geral de Proteção de Dados quanto ao consentimento da pessoa titular.
- Propaganda por meio de blogs, redes sociais, aplicativos de mensagens instantâneas ou assemelhadas é permitida, desde que candidaturas, partidos políticos, federações e/ou coligações não contratem disparos em massa.
- Impulsionamento de conteúdos, desde que identificado de forma inequívoca como tal, inclusive com menção ao CPF da candidatura ou CNPJ da campanha, além da expressão “propaganda eleitoral”, bem como ser contratado exclusivamente por partidos políticos, federações, coligações, candidatas e/ou pessoas representantes.
- A manifestação espontânea na internet de pessoas naturais em matéria político-eleitoral, mesmo que sob a forma de elogio ou crítica à candidatura, partido político ou federação.

O que não pode na propaganda em **meio virtual**:

- A veiculação de conteúdos de cunho eleitoral mediante cadastro de usuário de aplicação de internet com a intenção de falsear identidade.
- Utilização de impulsionamento de conteúdos e ferramentas digitais não disponibilizadas pelo provedor da aplicação de internet, ainda que gratuitas, para alterar o teor ou a repercussão de propaganda eleitoral, tanto própria, quanto de terceiros.
- Contratação de impulsionamento e de disparo em massa de conteúdo, bem como a remuneração, a monetização ou a concessão de outra vantagem econômica como retribuição à pessoa titular do canal ou perfil, paga pelas pessoas beneficiárias da propaganda ou por terceiros.
- 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 (*deepfake*).
- Disseminação de *fake news* e/ou *deepfake* configura abuso do poder político e uso indevido dos meios de comunicação social, acarreta a cassação do registro ou do mandato e impõe apuração das responsabilidades, sem prejuízo de aplicação de outras medidas cabíveis quanto à irregularidade da propaganda e à ilicitude do conteúdo.
- Comercialização de qualquer modalidade de impulsionamento de conteúdo, inclusive sob a forma de priorização de resultado de busca, que veicule fato notoriamente inverídico ou gravemente descontextualizado.

- Realização de propaganda via telemarketing em qualquer horário, bem como por meio de disparo em massa de mensagens instantâneas sem a anuência da pessoa destinatária.
- O impulsionamento de conteúdo que veicule propaganda negativa.
- Veiculação de qualquer conteúdo político-eleitoral em sítios eletrônicos de pessoa jurídica.

Lembrete!

Sempre solicite autorização prévia da pessoa destinatária da propaganda eleitoral, antes de enviá-la, validando seu banco de dados para esse fim.

Peça autorização prévia da pessoa envolvida para usar os dados com fins políticos.

Guarde em arquivo seguro as autorizações.

Acompanhe as manifestações de suas apoiadoras e apoiadores pelas redes sociais, porque **se alguém requerer descadastramento** do seu banco de dados, tem que ser atendido imediatamente; Mensagens Eletrônicas enviadas por qualquer meio devem conter mecanismos de descadastramento.

Deve ser informado, de modo explícito, destacado e acessível, que o conteúdo foi fabricado ou manipulado por inteligência artificial ou tecnologia equivalente, bem como qual tecnologia foi utilizada.

Em caso de uso de inteligência artificial, fique atenta às regras de rotulagem para cada tipo de veiculação de propaganda.

Propaganda eleitoral em meio físico, no rádio e na TV

Vale lembrar que a propaganda deve conter sempre a legenda do partido e o número da pessoa candidata, quando proporcional, acrescentando o nome da coligação, dos partidos e da federação que a compõem, quando majoritária.

O material impresso deve conter também o CNPJ de quem o contratou, o CNPJ da empresa/CPF da pessoa física que o fabricou, além da tiragem, indicando a quantidade daquela produção.

Quanto à candidatura majoritária (Presidência, Governos Estaduais e Distrital e Senado), o material impresso deve garantir 30% do espaço para a pessoa candidata à vice e à suplência, além do nome nítido e legível.

A propaganda gratuita no rádio e na televisão deve ser proporcional ao número de candidatas e deve ser garantido, no mínimo, 30% do tempo para a campanha das mulheres.

O tempo de propaganda gratuita será destinado proporcionalmente ao percentual de candidaturas de mulheres negras, não negras e indígenas, calculado com base no total de pedidos de registro apresentados.

O que pode na propaganda em **meio físico**, no **rádio** e na **TV**:

• Comícios das 8 às 24h, havendo mais duas horas de tolerância para o de encerramento da campanha, que deve ocorrer até a antevéspera do dia da Eleição.

• Propaganda eleitoral em veículos, desde que o adesivo microperfurado tenha extensão total igual ou inferior ao para-brisa traseiro e, em outras posições, até 0,5 m^2.

• Caminhadas, carreatas e passeatas, até às 22h da véspera da eleição.

• Carros de som e minitrios, vinculados a caminhadas, carreatas e passeatas, comícios e reuniões circulando com propaganda eleitoral sonora, até o limite de oitenta decibéis.

• Propaganda paga na imprensa escrita até a antevéspera da eleição.

• Colocação de mesas para distribuição de materiais de campanha e a utilização de bandeiras ao longo das vias públicas entre 6h e 22h, desde que móveis e não dificultem o bom andamento do trânsito.

• Distribuição de folhetos, volantes e outros impressos para distribuição, com o tamanho máximo de 0,5 m^2, até 22h da véspera da eleição.

• Debates até a antevéspera da eleição, podendo ir até às 7h da véspera.

• Manifestação individual por meio de camisetas e adesivos, desde que silenciosa, no dia da eleição.

O que não pode na propaganda em **meio físico**, no **rádio** e na **TV**:

- Uso de bonecos, cavaletes, estandartes, placas, faixas e assemelhados.
- Doação e qualquer brinde com forma de propaganda eleitoral.
- A inscrição de propaganda a tinta nas fachadas, muros ou paredes, em bens particulares.
- Propaganda contendo preconceitos de origem, etnia, raça, sexo, cor, idade, religiosidade, orientação sexual, identidade de gênero e quaisquer outras formas de discriminação, inclusive contra pessoa em razão de sua deficiência.
- Propaganda que promova atentados ou faça apologia a crimes.
- Doação de vantagens de qualquer natureza como promessa ou solicitação de dinheiro, dádiva, rifa, sorteio etc.
- Propaganda que perturbe o sossego público.
- Propaganda que prejudique a higiene, a estética urbana e o meio ambiente.
- Propaganda que calunie, difame ou injurie qualquer pessoa, com ou sem consentimento de candidaturas e partidos, que veicule mentiras ou degradação da imagem dos envolvidos nos pleitos, por meio de pessoas jurídicas, físicas, contas automatizadas ou robôs.
- Showmício ou evento assemelhado com a apresentação, remunerada ou não, de artistas.
- Utilização de simulador de urna eletrônica.
- Propaganda via telemarketing.

- Propaganda por meio de outdoors.
- Propaganda que deprecie a condição de mulher ou estimule sua discriminação em razão do gênero feminino, ou em relação à sua cor, raça ou etnia.
- A propaganda eleitoral ou o assédio eleitoral no trabalho público ou privado, respondendo por sua prática, quem lhe der causa ou permitir sua ocorrência, nos termos da legislação vigente.
- Propaganda mediante pichação, inscrição a tinta, fixação de placas, estandartes, faixas e assemelhados e distribuição nos bens cujo uso dependa de cessão ou permissão do poder público, ou que a ele pertençam, e nos bens de uso comum, inclusive postes de iluminação pública e sinalização de tráfego, viadutos, passarelas, pontes, paradas de ônibus e outros equipamentos urbanos.

Você sabia?

Bens de uso comum são também aqueles aos quais a população em geral tem acesso, ainda que de propriedade particular, como bares, cinemas, teatros, templos religiosos em geral, clubes, lojas, estádios, mercados, dentre outros.

Conceitos importantes para a propaganda eleitoral, previstos na Resolução TSE nº 23.610/2019

- **Administradora ou administrador de sistema autônomo:** a pessoa física ou jurídica que administra blocos de endereço IP específicos e o respectivo sistema autônomo de roteamento, devidamente cadastrada no ente nacional responsável.
- **Aplicações de internet:** o conjunto de funcionalidades que podem ser acessadas por meio de um aparelho conectado à internet.
- **Aplicativo de mensagens instantâneas ou chamada de voz:** o aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas e chamadas de voz para smartphones.
- **Blog:** o endereço eletrônico na internet, mantido ou não por provedor de hospedagem, composto por uma única página em caráter pessoal.
- **Cadastro de endereços eletrônicos:** relação com um ou mais dos endereços referidos na definição de "endereço eletrônico".
- **Conexão à internet:** a habilitação de um aparelho para envio e recebimento de pacotes de dados pela internet, mediante a atribuição ou autenticação de um endereço IP.
- **Consentimento:** manifestação livre, informada e inequívoca pela qual a pessoa que é titular concorda com o tratamento de seus dados pessoais para uma finalidade determinada.
- **Conteúdo de internet:** páginas, textos, arquivos, fotos, vídeos, ou qualquer outro elemento digital que possa ser armazenado na internet e que esteja acessível por meio de uma URI (Uniform Resource Indicator), URL (Uniform Resource Locator) ou URN (Uniform Resource Name).
- **Conteúdo sintético:** imagem, vídeo, áudio, texto ou objeto virtual gerado ou significativamente modificado por tecnologia digital, incluída a inteligência artificial.

- **Controlador:** pessoa natural ou jurídica, de direito público ou privado, a quem competem as decisões referentes ao tratamento de dados pessoais.
- **Dado pessoal sensível:** dado pessoal sobre origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural.
- **Dado pessoal:** informação relacionada a pessoa natural identificada ou identificável.
- **Descadastramento:** impedimento de utilização de dados pessoais para fins de envio de comunicações, a pedido da pessoa que é titular.
- **Disparo em massa:** estratégia coordenada de envio, compartilhamento ou encaminhamento de um mesmo conteúdo, ou de suas variações, para grande número de destinatárias e destinatários, por qualquer meio de comunicação interpessoal.
- **Eliminação de dados pessoais:** exclusão de dado ou de conjunto de dados armazenados em banco de dados, independentemente do procedimento empregado.
- **Encarregado:** pessoa indicada pelo controlador para intermediar a comunicação com a Autoridade Nacional de Proteção de Dados, orientar o pessoal de campanha sobre as práticas a serem adotadas em relação à proteção de dados pessoais e prestar esclarecimentos e tomar providências sobre as reclamações e comunicações formuladas pelos titulares.
- **Endereço de protocolo de internet (endereço IP):** o código numérico ou alfanumérico atribuído a um terminal de uma rede para permitir sua identificação, definido segundo parâmetros internacionais.
- **Endereço eletrônico:** conjunto de letras, números e/ou símbolos utilizados com o propósito de receber, enviar ou armazenar comunicações ou conteúdos por meio eletrônico, incluindo, mas não se limitando a endereço de e-mail, número de protocolo de internet, perfis em redes sociais, números de telefone.

- **Impulsionamento de conteúdo:** o mecanismo ou serviço que, mediante contratação com os provedores de aplicação de internet, potencialize o alcance e a divulgação da informação para atingir usuárias e usuários que, normalmente, não teriam acesso ao seu conteúdo, incluída entre as formas de impulsionamento a priorização paga de conteúdos resultantes de aplicações de busca na internet, nos termos do art. 26, § 2º, da Lei nº 9.504/1997.
- **Inteligência artificial (IA):** sistema computacional desenvolvido com base em lógica, em representação do conhecimento ou em aprendizagem de máquina, obtendo arquitetura que o habilita a utilizar dados de entrada provenientes de máquinas ou seres humanos para produzir conteúdos sintéticos, previsões, recomendações ou decisões que atendam a um conjunto de objetivos previamente definidos e sejam aptos a influenciar ambientes virtuais ou reais.
- **Internet:** o sistema constituído do conjunto de protocolos lógicos, estruturado em escala mundial para uso público e irrestrito, com a finalidade de possibilitar a comunicação de dados entre terminais por meio de diferentes redes.
- **Microdirecionamento:** estratégia de segmentação da propaganda eleitoral ou da comunicação de campanha que consiste em selecionar pessoas, grupos ou setores, classificados por meio de perfilamento, como público-alvo ou audiência de mensagens, ações e conteúdos político-eleitorais desenvolvidos com base nos interesses perfilados, visando ampliar a influência sobre seu comportamento.
- **Operador:** pessoa natural ou jurídica, de direito público ou privado, que realiza o tratamento de dados pessoais em nome do controlador.
- **Perfilamento:** tratamento de múltiplos tipos de dados de pessoa natural, identificada ou identificável, em geral realizado de modo automatizado, com o objetivo de formar perfis baseados em padrões de comportamento, gostos, hábitos e preferências e de classificar esses perfis em grupos e setores, utilizando-os para análises ou previsões de movimentos e tendências de interesse político-eleitoral.
- **Provedor de aplicação de internet:** a empresa, organização ou pessoa natural que, de forma profissional ou amadora, forneça um conjunto de funcionalidades que podem ser acessadas por meio de um terminal conectado à internet, não importando se os objetivos são econômicos.

- **Provedor de conexão à internet:** a pessoa jurídica fornecedora de serviços que consistem em possibilitar o acesso de seus consumidores à internet.
- **Rede social na internet:** a estrutura social composta por pessoas ou organizações, conectadas por um ou vários tipos de relações, que compartilham valores e objetivos comuns.
- **Registro de conexão:** o conjunto de informações referentes à data e hora de início e término de uma conexão à internet, sua duração e o endereço IP utilizado pelo terminal para o envio e recebimento de pacotes de dados.
- **Registros de acesso a aplicações de internet:** o conjunto de informações referentes à data e hora de uso de uma determinada aplicação de internet a partir de um determinado endereço IP.
- **Sítio hospedado diretamente em provedor de internet estabelecido no país:** aquele cujo endereço (URL Uniform Resource Locator) é registrado no organismo regulador da internet no Brasil e cujo conteúdo é mantido pelo provedor de hospedagem em servidor instalado em solo brasileiro.
- **Sítio hospedado indiretamente em provedor de internet estabelecido no país:** aquele cujo endereço é registrado em organismos internacionais e cujo conteúdo é mantido por provedor de hospedagem em equipamento servidor instalado em solo brasileiro.
- **Sítio:** o endereço eletrônico na internet subdividido em uma ou mais páginas que possam ser acessadas com base na mesma raiz.
- **Terminal:** o computador ou qualquer dispositivo que se conecte à internet.
- **Titular:** pessoa natural a quem se referem os dados pessoais que são objeto de tratamento.
- **Tratamento:** toda operação realizada com dados pessoais, como as que se referem à coleta, à produção, à recepção, à classificação, à utilização, ao acesso, à reprodução, à transmissão, à distribuição, ao processamento, ao arquivamento, ao armazenamento, à eliminação, à avaliação ou ao controle da informação, à modificação, à comunicação, à transferência, à difusão ou à extração.

Inspire-se: não ande só!

Atualize-se sobre as Resoluções
do TSE acerca do registro de candidaturas e propaganda eleitoral.

Lembre-se sempre de utilizar as redes sociais e os aplicativos de inteligência artificial de forma responsável!

Boa sorte!

Inspire-se,
não ande só!