



GUIA ORIENTATIVO SOBRE O USO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NAS ELEIÇÕES

Conforme Resolução TSE nº. 23.610/2019 com as atualizações da Resolução TSE nº. 23.732/2024

**Comissão de Inteligência Artificial do INPD –
Instituto Nacional de Proteção de Dados Pessoais**

Coordenação:

Martha Leal e Izabela Lehn

Membros:

Débora Sirotheau

Cacyone Gomes

Stéfani Reimann Patz

Guilherme Gonçalves

i N P D
INSTITUTO NACIONAL DE
PROTEÇÃO DE DADOS

ÍNDICE

- 1. Introdução ao leitor**
- 2. Princípios norteadores para o uso lícito de IA no contexto eleitoral**
 - 2.1. Transparência
 - 2.2. Ética na comunicação
 - 2.3. Imparcialidade e igualdade
- 3. O uso de sistemas de IA na propaganda eleitoral pelos candidatos e partidos políticos**
 - 3.1. Conteúdo gerado por IA
 - 3.2. Conteúdos enganosos
 - 3.3. Uso de Chatbots e Avatares
- 4. Condutas permitidas e vedadas pelos candidatos e partidos políticos**
- 5. Propaganda eleitoral através de disparos em massa de mensagens e requisitos para sua licitude**
 - 5.1. Disparos em massa de mensagens
 - 5.2. Postagens em redes sociais patrocinadas
- 6. Sobre o tratamento de dados pessoais no contexto eleitoral**
- 7. O uso de sistemas de inteligência artificial na propaganda eleitoral por provedores de aplicações de internet**
 - 7.1. Regras a serem observadas aos provedores de aplicação
 - 7.1.1. Obrigação de transparência
 - 7.1.2. Dever de informar sobre o uso de IA
 - 7.1.3. Dever de adotar medidas para impedir a circulação de fatos notoriamente inverídicos ou descontextualizados
 - 7.1.3.1. Exemplos
 - 7.1.4. Obrigação de regulação de algoritmos
 - 7.1.5. Obrigação de imediata remoção de conteúdos ilegais
 - 7.1.6. Obrigação de promover a proteção de dados pessoais
- 8. Condutas vetadas pelos provedores de aplicação**
 - 8.1. Disseminação de desinformação
 - 8.2. Manipulação de conteúdo
 - 8.3. Uso indevido do impulsionamento
 - 8.3.1. Dicas para evitar o impulsionamento de propaganda negativa ou dados falsos
- 9. Nota a respeito da responsabilidade civil dos provedores**
- 10. Dos direitos dos eleitores/titulares de dados pessoais**
- 11. Conclusão**

1. Introdução ao leitor

O INPD, atento aos temas que envolvem o tratamento de dados pessoais em seus mais diversos contextos, publica o presente Guia Orientativo sobre o uso da inteligência artificial na propaganda eleitoral, com o objetivo de lançar luz a pontos específicos e facilitar a compreensão das inovações introduzidas pela Resolução TSE nº. 23.732/2024 na Resolução TSE nº. 23.610/2019.

A relevância do assunto está justificada pelos impactos que o uso da inteligência artificial pode causar na condução do pleito eleitoral, levando-se em conta especialmente as eleições municipais que se avizinham. Não é de hoje que sabemos que a ausência de medidas efetivas que impeçam que se trave um jogo desigual entre os diversos atores envolvidos no processo eleitoral pode comprometer o resultado deste, ameaçando a democracia.

A inteligência artificial tem sido amplamente utilizada em estratégias de campanhas eleitorais, suscitando discussões sobre a manipulação dos eleitores, titulares de dados pessoais.



A nova Resolução TSE nº. 23.732/2024 institui normas específicas sobre o uso da inteligência artificial em propagandas eleitorais, passando a disciplinar a matéria no âmbito setorial.

O propósito da nova Resolução, no que diz respeito ao uso da inteligência artificial, em sentido macro, está centrado na transparência e na garantia de autenticidade do conteúdo das mensagens endereçadas aos eleitores. No decorrer deste Guia serão devidamente detalhadas as obrigações impostas à cada uma das figuras (Candidatos e Partidos Políticos, Provedores de Aplicações e Eleitores), de acordo com o teor da normativa legal.

Nesse sentido, a Regulamentação busca proteger os eleitores, evitando a disseminação de informações inverídicas. Incentiva a transparência nas estratégias de marketing político, através do uso ético da inteligência artificial. Equilibra o processo democrático, através da redução de desequilíbrios causados pela assimetria informacional entre os atores envolvidos neste processo.

As campanhas políticas têm utilizado estratégias de comunicação baseadas em ferramentas e novas tecnologias de tratamento de dados, que passaram a ser um insumo estratégico na busca de uma comunicação mais relevante e eficaz com o eleitorado e até mesmo no uso mais eficiente dos recursos financeiros.

Regular o uso desses dados pela tecnologia é fundamental para a proteção dos dados pessoais dos titulares e da lisura do processo democrático.

O escândalo da Cambridge Analytica, ocorrido em 2018, demonstrou ao mundo como um uso abusivo de dados pessoais pode comprometer a higidez dos processos eleitorais, colocando em risco o processo democrático.

Impulsionados pelo evento acima mencionado, o Comitê Europeu de Proteção de Dados, em 13 de março de 2019, declarou que:

Os partidos políticos, as coligações políticas e os candidatos baseiam-se cada vez mais em dados pessoais e em técnicas sofisticadas de definição de perfis para acompanhar e visar os eleitores e líderes de opinião. Na prática, as pessoas recebem mensagens e informação altamente personalizadas, especialmente nas plataformas de redes sociais, com base em interesses pessoais, hábitos e valores relacionados com o estilo de vida.

As ferramentas de previsão são utilizadas para classificar ou realçar, em grande medida, as características, o humor e outros pontos de efeito de alavanca da pessoa, permitindo a realização de pressupostos sobre as características da personalidade, incluindo os pontos de vista políticos e outras categorias especiais de dados. A extensão dessas técnicas de tratamento de dados para fins políticos constitui um sério risco, não apenas para o direito à privacidade e à proteção dos dados, mas também para a confiança na integridade do processo democrático. As revelações da Cambridge Analytica ilustram a forma como uma potencial violação do direito à proteção dos dados pessoais pode afetar outros direitos fundamentais, como a liberdade de expressão e a liberdade de opinião e a possibilidade de pensar livremente sem manipulação.



O INPD, através da sua Comissão de Inteligência Artificial, ciente da importância do tema e dos desafios práticos que a norma legal apresenta aos seus diversos protagonistas, sejam os provedores de aplicações, partidos políticos, candidatos e eleitores dedicou-se a apresentar o presente Guia contendo instruções acerca do correto uso da inteligência artificial na propaganda eleitoral.

Esperamos que gostem e que, principalmente, seja útil, independentemente da figura que ocupem neste jogo!

2.Princípios norteadores para o uso lícito de IA no contexto eleitoral

2.1.Transparência

As campanhas devem ser transparentes sobre o uso de IA na criação de conteúdos, garantindo que o eleitorado esteja ciente quando uma tecnologia tiver sido utilizada para modificá-los.

2.2. Ética na comunicação

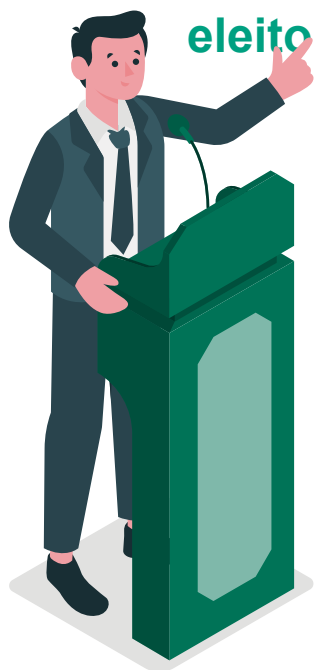
Manter a veracidade das informações divulgadas é crucial. As campanhas devem evitar a utilização de táticas que possam induzir o eleitor a erro, mesmo que essas táticas sejam permitidas tecnicamente.



2.3. Imparcialidade e igualdade

As ferramentas de IA devem ser utilizadas de forma imparcial, garantindo que todos os candidatos e partidos tenham oportunidades justas e equilibradas, sem favorecimentos ou prejuízos.

3. O uso de sistemas de IA na propaganda eleitoral pelos Candidatos e Partidos Políticos



É permitido o uso de conteúdo sintético multimídia gerado por IA, desde que o responsável pela propaganda informe, de modo explícito, destacado e acessível, que o conteúdo foi fabricado ou manipulado e indique a tecnologia utilizada. As candidaturas devem informar explicitamente no início de vídeos ou áudios, por meio de rótulo em imagens estáticas e em cada página de materiais impressos que o conteúdo foi fabricado ou manipulado, mencionando a tecnologia utilizada.

3.1. Conteúdo gerado por IA

É permitido o uso de conteúdo sintético multimídia gerado por IA, desde que o responsável pela propaganda informe, de modo explícito, destacado e acessível, que o conteúdo foi fabricado ou manipulado, indicando a tecnologia utilizada. As candidaturas devem informar explicitamente no início de vídeos ou áudios, por meio de rótulo em imagens estáticas e em cada página de materiais impressos que o conteúdo foi fabricado ou manipulado, mencionando a tecnologia utilizada.

Essa disposição encontra-se no artigo 9º-B da Resolução do TSE:

Art. 9º-B. 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.

§ 1º As informações mencionadas no caput deste artigo devem ser feitas em formato compatível com o tipo de veiculação e serem apresentadas:

- I – no início das peças ou da comunicação feitas por áudio;
- II – por rótulo (marca d'água) e na audiodescrição, nas peças que consistam em imagens estáticas;
- III – na forma dos incisos I e II desse parágrafo, nas peças ou comunicações feitas por vídeo ou áudio e vídeo;
- IV – em cada página ou face de material impresso em que utilizado o conteúdo produzido por inteligência artificial.

3.2. Conteúdos enganosos

É vedado o uso de conteúdo fabricado ou manipulado para disseminar informações falsas ou gravemente descontextualizadas que possam afetar o equilíbrio do pleito. Desta feita, é veementemente proibido o uso de deepfakes para criar, substituir ou alterar imagens ou vozes.



Art. 9º-C. É vedada a utilização, na propaganda eleitoral, 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.

§ 1º É 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 (deep fake).

Importa destacar que a candidatura que descumprir as normas acima elencadas poderá ter o seu registro ou mandato cassado:

§ 2º O descumprimento do previsto no caput e no § 1º deste artigo 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 nos termos do § 1º do art. 323 do Código Eleitoral, sem prejuízo de aplicação de outras medidas cabíveis quanto à irregularidade da propaganda e à ilicitude do conteúdo.



3.3. Uso de chatbots e avatares

O uso de chatbots e avatares para intermediar a comunicação de campanha deve ser informado e não pode simular a interlocução com uma pessoa real.

Art. 9º-B.

§ 3º O uso de chatbots, avatares e conteúdos sintéticos como artifício para intermediar a comunicação de campanha com pessoas naturais submete-se ao disposto no caput deste artigo, vedada qualquer simulação de interlocução com a pessoa candidata ou outra pessoa real.







Assim, por exemplo, quando um eleitor acessa um site e inicia uma conversa com o chatbot, uma mensagem inicial deve informar claramente que ele está interagindo com um assistente virtual, e não com o próprio candidato ou qualquer outra pessoa real. A mensagem, como sugestão, pode ser: "Olá! Eu sou o assistente virtual da campanha do [Nome do Candidato]. Como posso ajudá-lo?"






Se o chatbot for programado para responder aos eleitores de forma personalizada, expressões como "Eu, [Nome do Candidato], prometo fazer...", podem ser consideradas simulação de interlocução com o candidato, o que é proibido pela regra do TSE.

As candidaturas que descumprirem essa regra deverão sofrer a imediata remoção do conteúdo ou indisponibilidade do serviço, pelo provedor de aplicação:

§ 4º O descumprimento das regras previstas no caput e no § 3º deste artigo impõe a imediata remoção do conteúdo ou indisponibilidade do serviço de comunicação, por iniciativa do provedor de aplicação ou determinação judicial, sem prejuízo de apuração nos termos do § 2º do art. 9º-C desta Resolução.

4. Condutas permitidas e vedadas pelos candidatos e partidos políticos

Melhorias de qualidade	Ajustes destinados a melhorar a qualidade de imagem ou som são permitidos e não se enquadram nas exigências de rotulagem para conteúdos gerados por IA. Exemplo: utilizar acelerador de áudio para comprimir o tempo do vídeo ou técnicas de edição para retirar ruídos e deixar o áudio mais claro. Utilizar técnicas ou softwares para deixar o candidato com os dentes mais brancos, melhorar a luz ambiente, o brilho, a saturação de cor das imagens.	
Deepfakes e manipulação de imagens e sons	É proibido o uso de IA para criar, substituir ou alterar a imagem ou voz de pessoas vivas, falecidas ou fictícias (deepfake), com a intenção de prejudicar ou favorecer candidaturas. A exemplo: candidato que utilizar voz comparando a população a cachorros em um vídeo do chefe do Executivo da cidade e divulgar em um grupo de WhatsApp. Utilizar rostos ou áudios manipulados para inventar declarações ou situações falsas.	
Elementos gráficos de identidade visual	A produção de elementos gráficos de identidade visual, vinhetas e logomarcas é permitida, mesmo quando utiliza IA, desde que não se configure como manipulação indevida. A criação de símbolos de campanha é permitida com uso de softwares ou aplicativos de design ou uso de IA generativa (a partir de comandos que gerem imagens -símbolo). Neste caso, deve-se informar que os elementos foram criados a partir do uso de IA.	
Montagem de imagens em que pessoas aparentam figurar em registro fotográfico único	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. Exemplo: a utilização da montagem fotográfica dos chamados “santinhos” que coloca a imagem de um candidato ao lado de um prefeito ou de outro candidato ou de outras pessoas para demonstrar apoio, mesmo que aquele momento real não tenha existido.	

Uso de conteúdo sintético com transparência	É permitido o uso de conteúdo sintético multimídia gerado por IA, desde que o responsável pela propaganda informe, de modo explícito, destacado e acessível, que o conteúdo foi fabricado ou manipulado e indique a tecnologia utilizada. Exemplo: utilizar influenciadores “artificiais” ou seja, criados por inteligência artificial sem um selo que esclareça tratar-se de IA, pois esse tipo de conteúdo pode confundir os eleitores.	
Difusão de informações falsas ou descontextualizadas	É proibida a veiculação de conteúdo fabricado ou manipulado que difunda fatos notoriamente inverídicos ou descontextualizados, com potencial para causar danos ao equilíbrio do pleito ou à integridade do processo eleitoral. Exemplo: utilizar vídeo demonstrando que uma urna eletrônica foi violada ou que anuncie apuração final ou resultado de eleição antes da confirmação para disseminar desinformação.	
Propaganda negativa	É vedada a priorização paga de conteúdos em aplicações de busca que promovam propaganda negativa ou que utilizem palavras-chave de adversários com a intenção de promover a própria candidatura. Exemplo: promover anúncio pago ofendendo algum candidato ou utilizar palavras ou frases pesquisadas por eleitores na busca por um determinado candidato para direcionar o eleitor para o link do candidato concorrente.	
Manipulação tecnológica de fatos eleitorais	É proibido o uso de IA para manipular tecnicamente fatos relacionados ao sistema eletrônico de votação, ao processo eleitoral ou à Justiça Eleitoral. Exemplo: utilizar, criar vídeos ou imagens que sugiram listagens falsas de locais de votação, usar inteligência artificial para trocar os números dos candidatos em redes sociais.	
Simulação de interlocução com pessoas reais	O uso de chatbots, avatares ou conteúdos sintéticos para simular comunicação com uma pessoa candidata ou outra pessoa real é vedado. Exemplo: utilizar um corpo e rosto virtuais (representação de imagem ou tridimensional) ou de voz ou de animação de candidato opositor, ou de outra pessoa para se dirigir aos eleitores com eles interagindo no ambiente virtual por texto, voz, imagem.	

5. Propaganda eleitoral através de disparos em massa de mensagens e requisitos para sua licitude

5.1. Disparos em massa de mensagens

Requisitos e limitações acerca do disparo em massa de mensagens por serviços de mensageria, como o WhatsApp, para fins de propaganda política de acordo com as normas estabelecidas pela Resolução 23.732/2024 do TSE.

1. Consentimento prévio: os eleitores devem ter dado consentimento prévio e explícito para receber essas mensagens. É ilegal enviar mensagens em massa para destinatários que não tenham autorizado o recebimento de propaganda eleitoral. Art. 33, § 3º. Resolução TSE, nº. 23.610/2019.

2. Proibição de compra de bases de dados: a aquisição de bases de dados de terceiros para realizar disparos em massa é proibida. Os contatos utilizados devem ter sido obtidos de maneira lícita e com o consentimento dos titulares. Art. 36, § 6º., Resolução TSE, nº. 23.610/2019.

3. Identificação do responsável: as mensagens devem conter a clara identificação do remetente, seja o partido, coligação, candidato ou o responsável pelo envio. O eleitor precisa saber de quem está recebendo a mensagem. Art. 36, § 4º., Resolução TSE, nº. 23.610/2019.

4. Conteúdo verídico e ético: as mensagens devem conter informações verídicas e respeitar as normas éticas, sem promover desinformação, ataques pessoais ou discurso de ódio. A disseminação de fake news por meio desses disparos é expressamente proibida. Art. 27 e Art. 58 da Resolução TSE nº. 23.610/2019.

5. Recursos técnicos adequados: o uso de robôs ou sistemas automatizados para enviar mensagens em massa é regulado. Esses sistemas não podem ser usados para criar perfis falsos, multiplicar artificialmente o alcance das mensagens ou enganar o eleitor sobre a origem e a veracidade da informação.

6. Direito de cancelamento: os eleitores devem ter a opção clara e acessível de cancelar o recebimento de mensagens a qualquer momento. Esse direito deve ser respeitado imediatamente após a solicitação de cancelamento.

7. Transparência na operação: As campanhas que utilizarem esse tipo de propaganda devem ser transparentes quanto aos métodos e tecnologia empregada, e essas informações podem ser solicitadas pelo TSE para verificar a legalidade das operações.

Essas regras visam evitar abusos e assegurar que o processo eleitoral seja conduzido de maneira justa, equilibrada e respeitosa, protegendo tanto a integridade do pleito quanto os direitos dos eleitores.

5.2. Postagens em redes sociais patrocinadas

Os Candidatos e Partidos Políticos podem promover postagens patrocinadas em redes sociais de forma lícita, seguindo algumas regras específicas:

1. Impulsioneamento de conteúdo: o impulsioneamento de publicações é permitido, desde que seja contratado diretamente

por candidatos, partidos, coligações ou federações, ou por representantes legais desses. Esse conteúdo deve ser identificado de forma clara como publicidade eleitoral. Art. 29, I e Art. 31 da Resolução TSE nº. 23.610/2019.

2. Proibições: não é permitido o uso de impulsionamento para promover propaganda negativa, como difamação de adversários, nem a utilização de palavras-chave relacionadas a outros candidatos ou partidos adversários para priorizar conteúdos pagos. Art. 28, § 7º-A da Resolução TSE no. 23.610/2019.

3. Períodos críticos: Durante as 48 horas que antecedem e até 24 horas após as eleições, é proibida a veiculação de propaganda paga ou impulsionada, independentemente de quando essa contratação foi realizada. As plataformas são obrigadas a suspender a veiculação nesses períodos.

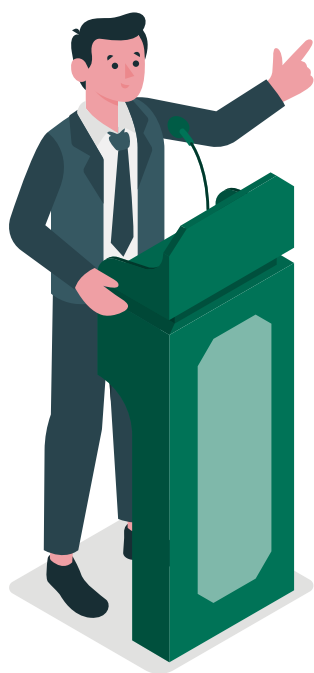
6. Sobre o tratamento de dados pessoais no contexto eleitoral

Tendo em vista que o escopo desta cartilha é restrito ao uso da IA na propaganda eleitoral, não serão detalhadas todas as obrigações inerentes ao tratamento de dados pessoais impostas aos agentes de tratamento no contexto eleitoral.

Contudo, importa destacar que o tratamento de dados pessoais por candidaturas e partidos políticos para fins de propaganda eleitoral deverá respeitar a finalidade para a qual o dado foi coletado, observados os demais princípios e normas previstas na Lei 13.709, de 14 de agosto de 2018, e nas

Destaca-se que algumas das obrigações consistem no dever de informação ao titular de dados acerca do tratamento de seus dados, nos termos do artigo 9º da LGPD; no estabelecimento de um canal de comunicação que permita ao titular de dados obter a confirmação da existência de tratamento de seus dados e formular pedidos de eliminação de dados ou descadastramento, além de exercer os demais direitos que lhe são assegurados na LGPD; na elaboração de um registro das operações de tratamento de dados pessoais, incluindo a origem, categoria, finalidade, e medidas de segurança adotadas para a proteção dos dados, dentre outras.

Para uma melhor compreensão do tema recomenda-se a leitura do Guia Orientativo Aplicação da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) por agentes de tratamento no contexto eleitoral, elaborado pela ANPD, disponível em seu sítio eletrônico, bem como a Resolução nº. 23.610 do TSE, com destaque para o disposto no Capítulo II e Capítulo IV.



Art 10º

§ 4º O tratamento de dados pessoais por qualquer controlador ou operador para fins de propaganda eleitoral deverá respeitar a finalidade para a qual o dado foi coletado, observados os demais princípios e normas previstas na Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e as disposições desta Resolução.

§ 5º As candidatas, os candidatos, os partidos, as federações ou as coligações deverão disponibilizar à(ao) titular informações sobre o tratamento de seus dados nos termos do art. 9º da Lei nº. 13.709/2018 , bem como um canal de comunicação que permita à(ao) titular obter a confirmação da

existência de tratamento de seus dados e formular pedidos de eliminação de dados ou descadastramento, além de exercer seus demais direitos, nos termos do art. 18 da Lei nº. 13.709/2018

7. O uso de sistemas de inteligência artificial na propaganda eleitoral por provedores de aplicações de internet

Neste tópico será abordado o que os provedores de aplicações de internet, tais como redes sociais e aplicativos, podem e o que não podem fazer em relação ao uso de Inteligência Artificial (IA) em propagandas eleitorais por eles veiculadas, com base na Resolução TSE nº. 23.610/2019, com as alterações realizadas pela Resolução TSE nº. 23.732/2024.

7.1. Regras a serem observadas aos provedores de aplicação

7.1.1. Obrigação de transparência

De acordo com o art. 27-A, I, da Resolução nº. 23.610/19 do TSE, provedores de aplicações devem manter um repositório de anúncios para acompanhamento, em tempo real, contendo informações sobre o conteúdo veiculado, valores, responsáveis pelo pagamento e características dos grupos populacionais atingidos.

Também deverão disponibilizar ferramenta de consulta, acessível e de fácil manejo, para que usuários acessem informações sobre os anúncios veiculados, contendo os seguintes

requisitos mínimos, conforme previsto no art. 27-A, II, da Resolução nº. 23.610/19 do TSE:

a)

a ferramenta deverá permitir buscas de anúncios a partir de palavras-chave, termos de interesse e nomes de anunciantes;

b)

deverá proporcionar o acesso a informações precisas sobre os valores despendidos, o período do impulsionamento, a quantidade de pessoas atingidas e os critérios de segmentação definidos pelo anunciante no momento da veiculação do anúncio;

c)

deverão ocorrer coletas sistemáticas, por meio de interface dedicada (application programming interface – API), de dados de anúncios, incluindo seu conteúdo, gasto, alcance, público atingido e responsáveis pelo pagamento.

A inteligência artificial poderá ser utilizada para garantir que provedores de aplicações cumpram o dever de transparência; pode auxiliar no monitoramento, em tempo real, garantindo que dados sobre conteúdos, valores e público-alvo sejam precisos; pode processar rapidamente os dados sobre valores despendidos, períodos de impulsionamento e critérios de segmentação, garantindo que as informações sejam atualizadas.



7.1.2. Dever de informar sobre o uso de IA

É permitido o uso de IA para criar conteúdo multimídia, mas é obrigatório informar claramente que o conteúdo foi fabricado ou manipulado, especificando a tecnologia utilizada (art. 9º-B, Res. nº. 23.610/19 do TSE).

As informações sobre o uso de IA devem ser apresentadas de forma compatível com o tipo de veiculação, como marca d'água em imagens ou com aviso no início de áudios e vídeos (art. 9º-B, §1º, Res. nº. 23.610/19 do TSE).

Se tais regras forem descumpridas, os conteúdos deverão ser removidos por iniciativa dos provedores de aplicação ou por ordem judicial (art. 9º-B, §4º, Res. nº. 23.610/19 do TSE).

Ou seja, valem as mesmas regras já explicitadas acima para partidos políticos e candidatos.

7.1.3. Dever de adotar medidas para impedir a circulação de fatos notoriamente inverídicos ou gravemente descontextualizados

Provedores de aplicações de internet, quando divulgarem propaganda eleitoral em suas plataformas, têm o dever de adotar e publicar medidas para impedir ou minimizar a circulação de fatos notoriamente inverídicos capazes de comprometer a integridade do processo eleitoral, tais como aqueles previstos no art. 9-D da Resolução nº. 23.610/19 do TSE:



I - a elaboração e a aplicação de termos de uso e de políticas de conteúdo compatíveis com esse objetivo;

II - a implementação de instrumentos eficazes de notificação e de canais de denúncia, acessíveis às pessoas usuárias e a instituições e entidades públicas e privadas;

III – o planejamento e a execução de ações corretivas e preventivas, incluindo o aprimoramento de seus sistemas de recomendação de conteúdo;

IV - a transparência dos resultados alcançados pelas ações mencionadas no inciso III do caput deste artigo;

V – a 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, e a implementação das medidas previstas neste artigo.

VI – o aprimoramento de suas capacidades tecnológicas e operacionais, com priorização de ferramentas e funcionalidades que contribuam para o alcance do objetivo previsto no caput deste artigo.

7.1.3.1. Exemplos

A seguir alguns exemplos de como os provedores de aplicações de internet podem utilizar inteligência artificial para cumprir o dever de impedir a circulação de fatos notoriamente inverídicos ou descontextualizados:

1. Uso de sistemas de inteligência artificial para analisar conteúdo postado em plataformas, identificando termos e frases que possam indicar desinformação ou violação das políticas de uso.

2. Implementar sistemas de inteligência artificial que aprendem continuamente a partir de novos dados, com isso atualizando e refinando termos de uso e políticas de conteúdo, adaptando-as a novas formas de desinformação.

3. Implementação de instrumentos de notificação e canais de denúncia

4. Empregar chatbots com inteligência artificial para auxiliar usuários na submissão de denúncias sobre conteúdos inverídicos, fornecendo respostas rápidas e orientações sobre como proceder.

5. Utilização de inteligência artificial para analisar denúncias recebidas e categorizar a gravidade e a urgência, priorizando ações corretivas rápidas para os casos mais críticos.

6. Ajustar algoritmos de recomendação para diminuir a visibilidade de conteúdo que foi identificado como potencialmente enganoso ou descontextualizado.

5. Criar relatórios detalhados mediante uso de inteligência artificial para mostrar o impacto das ações corretivas, como o número de conteúdos removidos, contas suspensas e denúncias resolvidas.

6. Empregar modelos preditivos baseados em IA para avaliar o potencial impacto negativo dos serviços sobre o processo eleitoral, ajudando a implementar medidas proativas de mitigação.

7. O aprimoramento de capacidades tecnológicas e operacionais pode ocorrer a partir do desenvolvimento e uso de ferramentas sistemas de inteligência artificial que monitoram em tempo real o conteúdo postado nas plataformas, destacando automaticamente informações que demandem rápida intervenção.

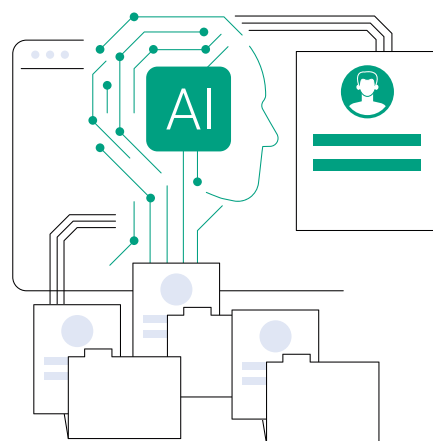
8. Implementar tecnologia de IA que detecta e sinaliza deepfakes, protegendo a integridade do conteúdo eleitoral e garantindo que informações manipuladas sejam tratadas adequadamente.



Esses exemplos mostram como a inteligência artificial pode ser aplicada de forma eficaz para garantir que a propaganda eleitoral permaneça ética e transparente, protegendo a integridade do processo eleitoral e minimizando o impacto da desinformação.

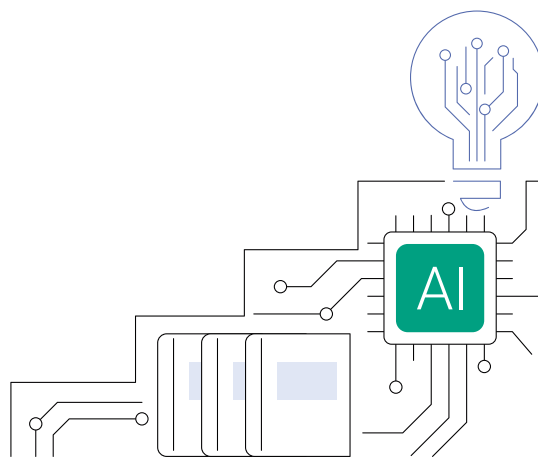
Se o provedor de aplicações detectar conteúdo ilícito (fatos notoriamente inverídicos ou gravemente descontextualizados que possam atingir a integridade do processo eleitoral), deverá adotar providências imediatas e eficazes para cessar o impulsionamento, a monetização e o acesso ao conteúdo postado, além de apurar o fato internamente para identificação de perfis e contas envolvidos, que poderão sofrer restrições, conforme dispõe o art. 9º-D, caput e §2º da Resolução nº. 23.610/19 do TSE.

A Justiça Eleitoral poderá determinar que o provedor de aplicações veicule, por impulsionamento e sem custos, conteúdo informativo que elucide fato notoriamente inverídico ou gravemente descontextualizado antes impulsionado de forma irregular, nos mesmos moldes e alcance da contratação (art. 9º-D, caput e §3º, Res. nº. 23.610/19 do TSE).



Assim, por exemplo, se durante a campanha eleitoral acontecer o impulsionamento de anúncio nas redes sociais afirmando, falsamente, que um candidato está envolvido em escândalo de corrupção ou drogas, a Justiça Eleitoral poderá, para corrigir o fato, determinar que o provedor de aplicações veicule conteúdo informativo corretivo para esclarecer ao público sobre a inverdade do anúncio original. Tal conteúdo corretivo deve ser impulsionado nos mesmos moldes e alcance do anúncio original, sem custos para o prejudicado. Também deverá ocorrer o monitoramento e prestação de contas, à Justiça Eleitoral, sobre o seu alcance, impacto e efetividade.

De acordo com o entendimento do TSE, os provedores de aplicações de internet têm a responsabilidade de agir proativamente devido à sua função social e ao dever de cuidado. Significa que devem implementar medidas de prevenção, inclusive tecnológicas, para evitar ou minimizar a possibilidade de uso de seus serviços em práticas eleitorais ilícitas. Essa obrigação independe de qualquer notificação judicial, conforme estabelecido no art. 9º-D, caput e §4º da Resolução nº. 23.610/19 do TSE.



7.1.4. Obrigação de regulação de algoritmos

Provedores de aplicações de internet devem implementar políticas para impedir a promoção de conteúdos negativos ou que utilizem termos relacionados a adversários como palavras-chave (art. 28, §7º-B, Res. nº. 23.610/19 do TSE).

Assim, por exemplo, podem utilizar, por meio de sistemas de inteligência artificial, um filtro para analisar conteúdos de postagens ou anúncios, detectando termos ou palavras-chave de conotação negativa. Da mesma forma, podem configurar os algoritmos para automaticamente excluir termos pejorativos ou negativos que venham a ser associados aos nomes de adversários.

7.1.5. Obrigação de imediata remoção de conteúdos ilegais

Provedores de aplicações, sob pena de responsabilização solidária, civil e administrativa, são obrigados a remover conteúdos e contas sempre que forem detectadas publicações consideradas de risco, previstas no art. 9-E da Res. nº. 23.610/19 do TSE, tais como:

a) publicações de atos antidemocráticos,

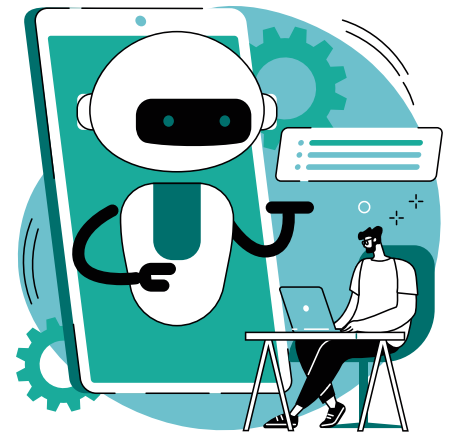
b) divulgação ou compartilhamento de fatos notoriamente inverídicos ou gravemente descontextualizados capazes de atingir a integridade do processo eleitoral,

c) de ameaça ou violência contra servidores da Justiça Eleitoral, Ministério Público e Poder Judiciário,

d) de exaltação ao racismo, homofobia, ideologias nazistas e discursos de ódio contra pessoas ou grupos por preconceitos relacionados à origem, raça, cor, idade, religião ou qualquer forma de discriminação, e, por fim,

e) de divulgação ou compartilhamento de conteúdos criados ou manipulados por inteligência artificial sem rótulos de identificação.

A ilicitude de postagens, se não detectada pelos provedores de aplicações, poderá acontecer por ordem judicial, podendo a situação ser ilustrada a partir do seguinte exemplo: um usuário de rede social posta um vídeo que contém mensagens subliminares. O vídeo aparenta ser uma simples peça publicitária para um produto, mas, após exame mais detalhado, são detectados trechos de áudio que transmitem mensagens políticas ilegais ou incitam comportamentos proibidos, como ódio ou violência contra um grupo específico.



Provedores de aplicações podem não detectar conteúdos considerados de risco, mesmo utilizando técnicas de identificação, por várias razões. Uma delas é que as mensagens podem ser incorporadas de forma sutil ou subliminar, tornando-as difíceis de serem capturadas por sistemas automatizados de verificação. Além disso, técnicas sofisticadas podem ser empregadas para ocultar tais conteúdos, evitando sua detecção. Um vídeo, por exemplo, pode apresentar um contexto ambíguo que, em uma análise inicial automatizada, parece inofensivo, dificultando que algoritmos identifiquem o material como sendo ilícito. Assim, provedores de aplicações, em situações como as antes comentadas, se não detectarem conteúdos ilícitos, podem ser instados judicialmente à remoção de publicações e contas.

7.1.6. Obrigação de promover a proteção de dados pessoais

Devem garantir a proteção dos dados pessoais dos usuários, assegurando que sejam utilizados apenas para finalidades explicitadas e consentidas, cumprindo as normas mencionadas nos incisos do art. 33-B da Res. nº. 23.610/19 do TSE:

I - garantir o acesso facilitado às informações sobre o tratamento de dados, previsto no art. 9º da Lei nº. 13.709/2018, em especial quanto aos dados utilizados para realizar perfilamento de usuárias e usuários com vistas ao micro direcionamento da propaganda eleitoral: para cumprimento da referida obrigação, provedores de

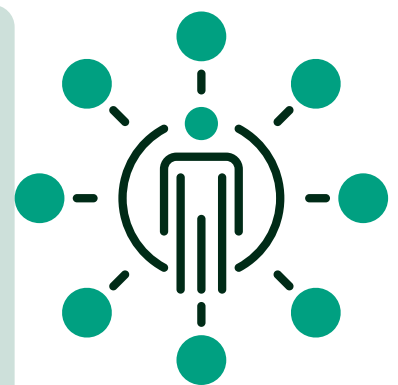


aplicações podem, a título de exemplo, criar um portal on-line acessível aos usuários, para que tomem conhecimento sobre detalhes relacionados ao perfilamento utilizado para o micro direcionamento da propaganda eleitoral.

II - garantir o cumprimento dos direitos previstos nos arts. 17 a 20 da Lei nº. 13.709/2018: para cumprir tal exigência, provedores de aplicações podem disponibilizar ferramentas para que o eleitor acesse, corrija ou até mesmo exclua dados pessoais, e para que registre solicitações para exercer seus direitos garantidos na LGPD.

III - adotar as medidas necessárias para a proteção contra a discriminação ilícita e abusiva, nos termos do inciso IX do art. 6º da Lei nº. 13.709/2018: para tanto, podem utilizar sistemas de inteligência artificial para evitar discriminação baseada, por exemplo, em raça, gênero e religião.

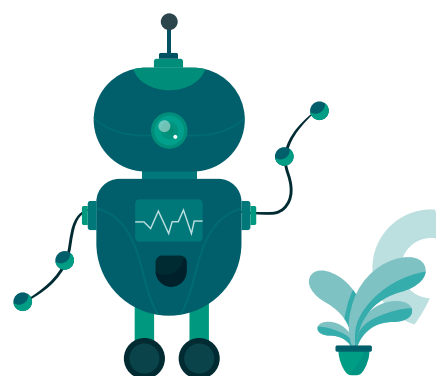
IV - usar os dados exclusivamente para as finalidades explicitadas e consentidas pela pessoa titular, respeitando os princípios da finalidade, da necessidade e da adequação: o cumprimento deste inciso depende da adoção de políticas claras de privacidade que expliquem aos eleitores quais dados são coletados e com qual finalidade, garantindo o consentimento livre de vícios;



V - implementar medidas de segurança técnicas e administrativas para proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas que possam levar à destruição, perda, alteração, comunicação ou difusão dos dados, nos termos do art. 46 da Lei nº. 13.709/2018: nesse tópico entram também os treinamentos de funcionários sobre as melhores práticas relacionadas à proteção de dados pessoais e procedimentos que devem ser adotados em caso de incidentes de segurança.

VI - notificar, em caso de incidentes de segurança que possam acarretar riscos ou danos relevantes às(aos) titulares dos dados, a autoridade nacional e às(aos) titulares afetadas(os), nos termos do art. 48 da Lei nº. 13.709/2018: provedores de aplicações devem ter um Plano de Resposta a Incidentes de Segurança da Informação que inclua notificação às autoridades competentes e aos usuários afetados, detalhando as medidas adotadas para mitigar o impacto.

Em resumo, é dever dos provedores de aplicações de internet estarem adequados e cumprirem a LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais).





8. Conduas vetadas pelos provedores de aplicação

8.1. Disseminação de desinformação

É proibida a veiculação de conteúdo fabricado ou manipulado para disseminar informações notoriamente inverídicas ou descontextualizadas, que possam prejudicar o equilíbrio do pleito eleitoral (art. 9º-C, Res. nº. 23.610/19 do TSE).

Portanto, se durante o período de campanha eleitoral um vídeo for criado e compartilhado em uma plataforma de redes sociais, e se vier a ser constatado que foi editado digitalmente para manipular as palavras do candidato, apresentando uma mensagem diferente da original e criando uma falsa impressão sobre suas posições políticas, provedores de aplicação, se detectarem a manipulação, devem removê-lo rapidamente para evitar a disseminação de desinformação.

Esse tipo de conteúdo pode influenciar indevidamente a opinião pública e prejudicar o equilíbrio do pleito, afetando a decisão informada dos eleitores.

8.2. Manipulação de conteúdo

Não é permitido o uso de "deep fakes" ou conteúdo sintético que altere a imagem ou voz de pessoas, com o objetivo de prejudicar ou favorecer candidaturas (Art. 9º-C, §1º, Res. nº. 23.610/19 do TSE), inclusive existindo o dever de adotar medidas técnicas para detectá-las, conforme referido nos parágrafos anteriores.

8.3. Uso indevido do impulsionamento

A priorização paga de conteúdo e o impulsionamento pago referem-se, essencialmente, ao mesmo conceito. Ambos envolvem pagar para aumentar a visibilidade de um conteúdo em plataformas digitais, como redes sociais ou mecanismos de busca, para que esse conteúdo alcance um público mais amplo e específico do que alcançaria de forma orgânica.

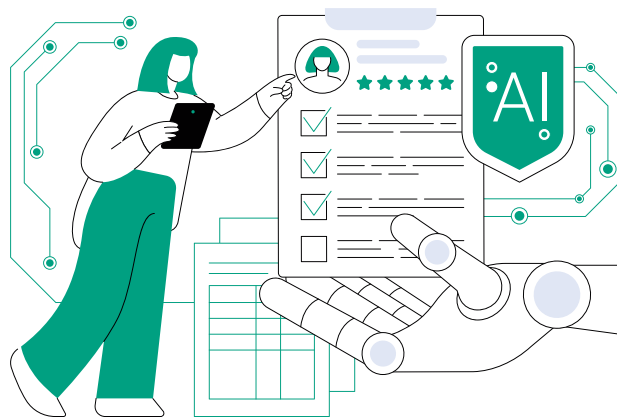
É vedada, conforme previsto no art. 28, §7º-B, III, da Res. nº. 23.610/19 do TSE, a priorização paga de conteúdos que:

I - promova propaganda negativa: se um partido paga para promover um anúncio que critica duramente um candidato adversário, destacando falhas ou escândalos sem fundamento comprovado, provedores não devem permitir que esse tipo de conteúdo seja impulsionado, pois promove negatividade em vez de debate construtivo.

II - utilize como palavra-chave nome, sigla, alcunha ou apelido de partido, federação, coligação, candidata ou candidato adversário, mesmo com a finalidade de promover propaganda positiva do responsável pelo impulsionamento: se um candidato utilizar o nome ou sigla de um adversário como palavra-chave para que o seu anúncio apareça em pesquisas relacionadas ao adversário, redirecionando a atenção para seu próprio conteúdo, isso é proibido, pois é forma de manipulação.

III – difunda dados falsos, notícias fraudulentas ou fatos notoriamente inverídicos ou gravemente descontextualizados, ainda que benéficas à usuária ou a usuário responsável pelo impulsionamento: um anúncio pago divulga estatísticas inventadas ou fatos falsos sobre a performance de um candidato em seu cargo atual, beneficiando o anunciante. Provedores devem bloquear tais conteúdos para proteger a integridade do processo eleitoral.

Imagine uma situação em que um partido político decide utilizar o impulsionamento de conteúdo em uma plataforma digital para promover a sua campanha. No entanto, em vez de focar em suas próprias propostas e conquistas, o partido opta por priorizar anúncios que destacam aspectos negativos de um adversário, utilizando palavras-chave associadas a escândalos ou falhas atribuídas a esse adversário.



Além disso, no mesmo exemplo, os anúncios contêm informações distorcidas que podem ser interpretadas como desinformação. Embora esses conteúdos possam beneficiar a imagem do partido que está impulsionando os anúncios, eles violam as diretrizes da Resolução nº. 23.610/19 do TSE, especificamente o Art. 28, §7º-B, III, que proíbe a priorização paga de conteúdos que promovam propaganda negativa ou disseminem dados falsos.

8.3.1. Dicas para evitar o impulsionamento de propaganda negativa ou dados falsos

Revisar anúncios antes da publicação:

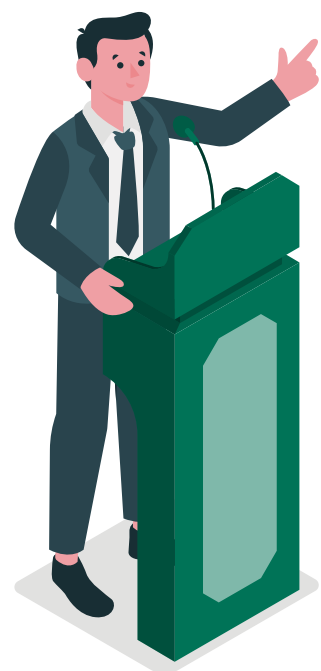
implementar sistemas de inteligência artificial que revisem automaticamente os anúncios antes de serem impulsionados, buscando identificar linguagem negativa ou desinformação.

Monitorar campanhas de impulsionamento:

manter um monitoramento constante das campanhas de impulsionamento para garantir que estejam em conformidade com as normas éticas e legais.

Treinar anunciantes:

oferecer treinamento e orientações aos anunciantes (partidos, candidatos etc.) sobre o que constitui propaganda negativa ou desinformação e como evitá-los.



Ao seguir tais práticas, provedores de aplicações podem assegurar que suas campanhas de impulsionamento sejam conduzidas de maneira justa e ética, respeitando tanto as leis eleitorais quanto a integridade do processo democrático.

9. Nota a respeito da responsabilidade civil dos provedores

Provedores de aplicação têm o dever de agir proativamente para impedir a disseminação e impulsionamento de conteúdos ilegais ou desinformativos.

Assim, se mesmo após a adoção de todas as medidas mencionadas no art. 9º-D da Res. nº. 23.610/19 do TSE, não conseguirem detectar conteúdos político-partidários ilícitos, devem removê-los ou bloqueá-los sempre que receberem ordem judicial para tanto.

Em resumo, eles não são automaticamente responsáveis por todos os conteúdos postados ou impulsionados, mas podem ser responsabilizados se não adotarem medidas adequadas após notificados judicialmente (art. 57-B, §4º da Lei das Eleições e art. 19 do Marco Civil da Internet).

10. Dos direitos dos eleitores/titulares de dados pessoais

Quanto aos direitos dos eleitores, as principais garantias envolvem:



Direito à informação verídica:

os eleitores têm o direito de receber informações verdadeiras e precisas sobre os candidatos e suas propostas. A resolução reforça o combate à desinformação, estabelecendo penalidades para quem propagar fake news.

Liberdade de expressão:

a Resolução reafirma o direito à liberdade de expressão dos eleitores, permitindo que manifestem suas opiniões políticas e partidárias, inclusive em redes sociais, desde que respeitem os limites legais, como a proibição de discurso de ódio, difamação e calúnia.

Proibição de propaganda irregular:

os eleitores têm o direito de não serem expostos a propagandas irregulares, como aquelas realizadas em locais proibidos, horários inadequados ou que utilizem meios ilícitos para influenciar o voto.

Privacidade e proteção de dados:

os eleitores têm direito à proteção de seus dados pessoais. A resolução prevê medidas para coibir o uso indevido de dados para fins de propaganda eleitoral, especialmente em meios digitais.

Acesso a informações em meios digitais:

os eleitores têm o direito de acessar informações sobre os candidatos em meios digitais, com a garantia de que as plataformas de redes sociais devem adotar medidas contra a disseminação de conteúdos falsos ou manipuladores.

Respeito à dignidade humana:

a propaganda eleitoral deve respeitar a dignidade da pessoa humana, o que assegura aos eleitores o direito de não serem alvo de propagandas que promovam preconceito, discriminação ou incitação à violência.

Esses direitos visam garantir um ambiente eleitoral mais transparente e justo, onde os eleitores possam tomar decisões informadas e exercer seu direito ao voto de maneira consciente.

11. Conclusão

Por fim, importante registrar que o avanço tecnológico nos traz benefícios, mas impõe desafios que precisam ser superados com a conscientização na busca da implementação de boas práticas no uso ético das informações.

Na esfera do processo eleitoral não é diferente. Há justificada preocupação com a má utilização dos dados pessoais através dos sistemas que dispõem de inteligência artificial pelo risco na assimetria informacional entre os atores desse cenário (partidos políticos/candidatos/provedores de aplicações/eleitores) e que podem, a depender do nível de descontrole, afetar o resultado democrático de um pleito eleitoral.

Conscientes da relevância do tema e tendo em vista as eleições que se avizinham, o INPD, procurou, através da sua Comissão de Inteligência Artificial, destrinchar a recente Resolução do TSE nº. 23.732/2024, no que tange ao uso da IA na

propaganda eleitoral, sob os aspectos de cada jogador deste tabuleiro.

O objetivo deste Guia Orientativo é de facilitar a absorção e compreensão das regras que estão valendo aos partidos, candidatos, serviços de mensageria e provedores de aplicação e dos direitos que os eleitores, na qualidade de titulares de dados pessoais, detém.

Esperamos que seja útil!

Presidente do INPD

Rafael Reis

Vice-presidente do INPD

Martha Leal



Links para consulta:

Agência Nacional de Proteção De Dados (ANPD); Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Guia orientativo: aplicação da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) por agentes de tratamento no contexto eleitoral. Disponível em:

https://www.gov.br/anpd/pt-br/assuntos/noticias/guia_lgpd_final.pdf. Acesso em: 12 ago. 2024.

BRASIL. Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. Disponível em:

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 12 ago. 2024.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Resolução TSE n. 23.610, de 18 de dezembro de 2019. Disponível em:

<https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019>. Acesso em: 12 ago. 2024.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Resolução TSE n. 23.732, de 27 de fevereiro de 2024. Disponível em:

<https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2024/resolucao-no-23-732-de-27-de-fevereiro-de-2024>. Acesso em: 12 ago. 2024.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Sistema de Alertas de Desinformação Eleitoral – SIADE. Disponível em:

<https://www.tse.jus.br/eleicoes/sistema-de-alertas>. Acesso em: 12 ago. 2024.

CIEDDE (Centro Integrado de Enfrentamento à Desinformação e Defesa da Democracia). Repositório de decisões do TSE sobre enfrentamento à desinformação eleitoral. Disponível em:

<https://www.tse.jus.br/eleicoes/sistema-de-alertas-links/repositorio-enfrentamento-a-desinformacao-eleitoral>. Acesso em: 12 ago. 2024.

Comitê Europeu de Proteção de Dados. Declaração n. 2, de 13 de março de 2019, relativa à utilização de dados pessoais no decurso das campanhas políticas. Disponível em:

https://www.edpb.europa.eu/sites/default/files/files/file1/edpb-2019-03-13-statement-on-elections_pt.pdf. Acesso em: 12 ago. 2024.

<https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2024/Agosto/saiba-o-que-e-permitido-e-o-que-e-proibido-na-propaganda-eleitoral-nas-ruas-e-na-internet>