



REGULAÇÃO DA PROPAGANDA ELEITORAL PAGA IMPULSIONADA EM REDES SOCIAIS: LIMITES AO ABUSO DO PODER POLÍTICO E DO PODER ECONÔMICO FRENTE AO USO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Samuel Aduino Vasco, Giulia Amabile Staffen.

Linguística, Letras e Artes e Ciências Humanas e Sociais Aplicadas
Direito - Direito Público

A propaganda eleitoral é tema de suma importância para concretização dos ideais democráticos e diante do constante desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação, é expressiva a migração das campanhas para o espaço virtual. Desde as eleições de 2018 está permitida no Brasil a possibilidade de se pagar para impulsionar propagandas eleitorais nas redes sociais, e como proposta de pesquisa questionou-se a possibilidade de convergência entre direito eleitoral, tecnologia e marketing digital conservando o princípio da liberdade de expressão e o exercício da democracia. Como objetivo geral, investigou-se de que forma o sistema normativo que rege a propaganda eleitoral na internet pode ser aplicado de modo a controlar situações de abuso de poder econômico e abuso de poder político, com reflexos na propagação de fake news no ambiente on-line, considerando o uso de Inteligência Artificial (IA). A investigação orientou-se por estudos bibliográficos recentes, artigos e informações disponíveis nos canais de comunicação do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), em paralelo ao acompanhamento das alterações legislativas e os preceitos normativos que regulam a propaganda eleitoral na internet, assim como da atuação da Justiça Eleitoral brasileira no controle sobre o uso de mídia paga para impulsionar posts em redes sociais. Destaca-se a publicação das resoluções que regulamentarão as Eleições Gerais de 2022, aprovadas pelo Plenário da Corte Eleitoral em dezembro de 2021, onde constam as permissões e restrições previstas às propagandas, ficando a cargo da Justiça Eleitoral julgar os casos vindouros, na forma de processos originários ou recursos sobre o tema. Para o aprimoramento das resoluções do próximo pleito, realizaram-se audiências públicas com a contribuição de cidadãos, partidos políticos, entidades da sociedade civil e instituições. Como previsão de punição para desinformação e disparo em massa, a Resolução nº 23.671 deixa explícito ser proibida a divulgação e compartilhamento de fatos sabidamente inverídicos ou gravemente descontextualizados que atinjam a integridade do processo eleitoral. Segundo a norma, a livre manifestação de pensamento do eleitor na internet pode ser passível de limitação se ofender a honra ou a imagem de candidatas e candidatos, partidos, coligações ou federações, ou ainda se divulgar notícias falsas. Além disso, a propaganda eleitoral paga na internet deve ser identificada como tal onde for exibida e como está proibido o impulsionamento de conteúdo por apoiadores, esses anúncios deverão identificar como responsáveis o candidato, o partido, a coligação ou a federação. Em linhas gerais, após a análise da legislação vigente, pode-se concluir que o TSE endureceu as regras sobre compartilhamento de informações inverídicas, prevendo responsabilização mais severa aos que espalharem desinformação. Na pesquisa também foram investigadas possíveis



inovações legislativas incorporadas ao ordenamento jurídico brasileiro quanto ao desenvolvimento e uso da Inteligência Artificial, considerando que para obtenção de resultados na campanha de combate às fake news é preciso normatizar a IA (já que todo controle é feito a partir de robôs/algoritmos). Sobre a regulação de marcos para fins de padrões de IA, bem como a possibilidade de conciliar regras que a estimulem, porém protejam os cidadãos de seu uso indevido, sem descuidar das influências transnacionais, destaca-se o acompanhamento ao Projeto de Lei 21/2020, aprovado em setembro de 2021 na Câmara dos Deputados, e que agora segue para o Senado, contendo fundamentos e princípios para o desenvolvimento e a aplicação da IA no Brasil. Como método de abordagem, utilizou-se o método dedutivo, com técnicas do referente e pesquisa bibliográfica; na fase de tratamento dos dados o método cartesiano e como método de procedimento utilizou-se o método observacional.

Palavras-chave: Regulação; Propaganda eleitoral; Fake news; Inteligência Artificial.

Programa UNIEDU – Bolsa de Pesquisa Art. 170 e Art. 171 / Governo de Santa Catarina / UNIVALI