



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 Vascoto, Marcio Ricardo Staffen

Direito - Teoria do Direito

Diante do constante desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação, é expressiva a migração das campanhas eleitorais para o espaço virtual. Indispensável para a concretização dos ideais democráticos, a propaganda eleitoral foi o tema da pesquisa que teve por objetivo geral investigar de que forma o sistema normativo que rege este tipo de propaganda na Internet pode ser aplicado de modo a controlar situações de abuso de poder econômico e abuso de poder político, notoriamente refletidas na propagação de fake news no ambiente online, considerando Inteligência Artificial (IA). Quanto aos objetivos específicos, priorizou-se pela análise das medidas adotadas para o combate ostensivo às fake news e aos fake eleitores (eleitor sem título), que circulam nas redes sociais manipulando a opinião dos verdadeiros eleitores; considerando ainda, meios de combate às fake news geradas de forma totalmente automatizada, situação que caracteriza o mau uso da Inteligência Artificial (IA). Neste ponto foi realizado o estudo pormenorizado da resolução vigente para as eleições de 2022: Resolução nº 23.671 de 14 de dezembro de 2021, a qual dispõe sobre propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha 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. Com relação ao impulsionamento de conteúdo, é necessário frisar que, de acordo com a resolução, a prática foi permitida a partir da pré-campanha, desde que não houvesse o disparo em massa - ou seja, envio, compartilhamento ou encaminhamento de um mesmo conteúdo para um grande volume de usuários(as) por meio de aplicativos de mensagem instantânea. Além disso, não poderia haver pedido explícito de votos, e o limite de gastos deveria ser respeitado. Reitera-se, que apenas as empresas cadastradas na Justiça Eleitoral é que poderiam realizar o impulsionamento de propaganda eleitoral, devido à necessidade de identificar quem contratou os serviços. Por meio dos estudos realizados foi possível constatar que o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) realizou uma série de ações, programas e campanhas voltadas ao combate à desinformação que buscaram ressaltar a credibilidade da Justiça Eleitoral, a segurança, auditabilidade e a transparência do sistema de votação, bem como das urnas eletrônicas. No intuito de combater de forma mais efetiva a desinformação nas Eleições 2022, o Tribunal endureceu as regras sobre compartilhamento de informações inverídicas, com responsabilização mais severa. Outro objetivo específico da pesquisa relacionava-se à regulação de marcos para fins de padrões de IA e a possibilidade de conciliar regras de estímulo e proteção quanto ao uso indevido de Inteligência Artificial. Nesse sentido, destaca-se o Projeto de Lei 21/20 aprovado em setembro de 2021 na Câmara dos Deputados e posteriormente encaminhado ao Senado Federal. Em fevereiro



de 2022, foi criada uma comissão de juristas no Senado para elaborar um substitutivo aos PLs 5051/19, 872/21 e 21/20. O Relatório finalizado em dezembro de 2022 apresentou-se como um ponto de partida “superior” em relação ao PL 21/20. 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

Apoio: Programa de Bolsas de Pesquisa do UNIEDU/Governo de Santa Catarina e UNIVALI