

Ao Excelentíssimo Senhor Ministro Relator
do Tribunal Superior Eleitoral

Nós, organizações reunidas na **Sala de Articulação contra Desinformação (SAD)**¹, rede especializada no combate à desinformação e a outras ameaças à integridade da informação nos ambientes digitais, respeitosa e submissamente, submetemos à apreciação do Excelentíssimo Senhor Ministro Relator o presente conjunto de sugestões relativas à **Resolução TSE nº 23.610/2019**, atualmente em discussão, com o objetivo de contribuir para o aperfeiçoamento da referida norma.

Cumpramos registrar que parte das organizações que compõem este coletivo também submeteram suas sugestões individualmente, por meio do formulário disponibilizado pelo Tribunal Superior Eleitoral. Assim, a presente carta não se propõe a consolidar uma posição única e definitiva, mas a explicitar pontos de convergência quanto às preocupações compartilhadas e à necessidade de avanços no enfrentamento da manipulação da informação, de campanhas de desinformação e de seus impactos sobre a integridade eleitoral e a democracia brasileira, preservada a diversidade de entendimentos quanto às estratégias e instrumentos mais adequados para a promoção desses avanços.

1. Proposta ao Art. 3º-B

Sugere-se suprimir parcialmente o parágrafo único:

Art. 3º-B, parágrafo único. Não caracteriza propaganda eleitoral antecipada negativa a crítica ao desempenho da administração pública realizada por pessoa natural, desde que ausentes elementos relacionados à disputa eleitoral.

Justificativa: Suprima-se parcialmente o parágrafo único, precisamente o trecho "ainda que haja contratação de impulsionamento", o que cria uma zona cinzenta admitindo - e normatizando - impulsionamento pago de crítica política ou à administração pública fora do período eleitoral. Faz isso sem caracterizar propaganda eleitoral antecipada negativa e não concretiza o que são os "elementos relacionados à disputa eleitoral". Tal redação favorece a proliferação de campanhas negativas permanentes, financiadas por impulsionamento pago, sob o rótulo de crítica administrativa, distorcendo o debate público e antecipando de forma velada a disputa eleitoral. O caput exige, ainda, análise semântica. Além disso, a livre expressão e a crítica são asseguradas pela Constituição.

¹ Disponível em: <https://salacontradesinformacao.com/>.

2. Proposta ao Art. 9º-B

a. Sugere-se alteração do caput:

*Art. 9º-B. A utilização na propaganda eleitoral, em qualquer modalidade, de conteúdo sintético multimídia gerado **ou alterado** por meio de inteligência artificial para criar, substituir, omitir, mesclar ou alterar a velocidade ou sobrepor imagens ou sons **impõe ao produtor do conteúdo, ou ao responsável direto por sua publicação**, o dever de informar, de modo explícito, destacado e acessível que o conteúdo foi fabricado ou manipulado e a tecnologia utilizada.*

Justificativa: Deve-se estabelecer de forma mais evidente quem seria o responsável por implementar a inserção da informação quando da veiculação da propaganda: seria o produtor do conteúdo ou os provedores que o hospedam e veiculam? Tendo em vista que as tecnologias de identificação de conteúdo sintético ainda não são plenamente eficazes, defende-se que a responsabilidade de indicar, de forma explícita, a utilização desse mecanismo, deve recair sobre os produtores da propaganda, ou seja, pessoas físicas e jurídicas que produzem e publicam o material. O papel dos provedores, neste caso, seria o de disponibilizar a ferramenta que contenha o rótulo, dever que poderá ser previsto através da inclusão de novo parágrafo no dispositivo legal.

b. Sugere-se alteração do inciso III do §2º do art. 9º-B, melhorando a sua redação:

III - a recursos de marketing, tradicionalmente empregados em campanhas eleitorais, como montagens gráficas simples, desde que não sejam baseadas em geração, reconstrução ou simulação de situações, interações, eventos ou apoios inexistentes, capazes de alterar atributos individuais e induzir os eleitores a erro, ainda que utilizados na confecção de material impresso e digital de propaganda.

Justificativa: O emprego de termos abrangentes acaba por gerar o mesmo risco de ambiguidade identificado na redação do caput do artigo, sobretudo diante da constante sofisticação da inteligência artificial, a qual atinge níveis cada vez mais realistas. Entre os termos delicados destacamos os seguintes: “marketing de uso costumeiro” e “montagens de imagens”. O problema vinculado à expressão “uso costumeiro” é a de que ele não se relaciona a um marco temporal específico. Assim, sem maiores delimitações, práticas recentes, nas quais pode, inclusive, se utilizar de forma indiscriminada a IA generativa, passam a ser naturalizadas. Neste mesmo sentido, a expressão “montagens de imagens” pode ser aplicada desde montagens gráficas simples até simulações hiper-realistas. Assim, se por um lado se busca preservar o marketing tradicional, por outro, se permite brecha para defender que qualquer conteúdo com “cara de material de campanha” estaria dispensado de rotulagem, ainda que contenham manipulações sofisticadas, alterando identidades, criando interações, eventos, apoios e demais possibilidades.

c. Sugere-se inserir o § 5º no art. 9º-B:

§ 5º: Os provedores de aplicação que ofertem impulsionamento de conteúdo político-eleitoral deverão disponibilizar, no fluxo de contratação de anúncios, campo específico e destacado para declaração de uso de conteúdo sintético por inteligência artificial e para inserção do aviso exigido no caput, de modo a facilitar o cumprimento do dever de informação.

Justificativa: A disciplina vigente já estabeleceu um regime de rotulagem para conteúdo sintético por IA e previu consequências para usos abusivos, incluindo hipóteses de manipulação e “deepfake”. Assim, entende-se que estabelecer a obrigação de oferecer um campo destacado no fluxo de anúncio reduz o descumprimento por falhas de usabilidade e cria um padrão operacional verificável para as plataformas que comercializam impulsionamento. Ademais, para que a obrigação não se torne meramente formal, é relevante considerar que a identificação do uso de inteligência artificial depende, em grande medida, da autodeclaração do anunciante, o que pode gerar dificuldades práticas de verificação. Nesse sentido, a previsão de um campo específico no fluxo de contratação deve ser acompanhada de critérios minimamente objetivos, em conformidade com o caput do Art. 9º-B, sobre o que se compreende como conteúdo sintético, contribuindo para maior uniformidade interpretativa e para a efetividade do dever de informação, sem impor ônus desproporcionais às plataformas.

d. Sugere-se inserir os seguintes §§ no art. 9B (IA agêntica):

§ 6º É vedada a utilização de sistemas de inteligência artificial agêntica destinados à criação, gestão ou operação coordenada de perfis, à realização de interações simuladas, ao engajamento artificial, à geração ou disseminação de publicações falsas ou enganosas, ou a quaisquer práticas similares, com a finalidade de:

I – ampliar artificialmente a visibilidade, o alcance ou a percepção pública de candidatura, partido, federação ou coligação;

II – influenciar de forma não autêntica o debate público eleitoral;

III – produzir, impulsionar ou difundir propaganda eleitoral negativa contra candidaturas concorrentes.

§ 7º Para os fins deste artigo, considera-se inteligência artificial agêntica o sistema capaz de executar, de forma autônoma ou coordenada, múltiplas ações em ambientes digitais, incluindo publicação de conteúdos, interação com usuários, gerenciamento de perfis ou adaptação dinâmica de estratégias comunicacionais, sem controle humano direto e individualizado.

§ 8º O descumprimento do disposto nos §§ 6º e 7º caracteriza propaganda eleitoral irregular e, conforme o caso, abuso do poder econômico ou uso indevido dos meios de comunicação social, sujeitando os responsáveis às sanções previstas nesta Resolução e na legislação eleitoral.

Justificativa: A inclusão proposta enfrenta práticas emergentes associadas ao uso de inteligência artificial agêntica, caracterizadas pela automação coordenada de perfis, interações e conteúdos, capazes de simular apoio social, manipular métricas de engajamento e distorcer o debate público eleitoral em larga escala. Tais práticas diferenciam-se do mero uso de ferramentas de geração de conteúdo, já reguladas nos dispositivos vigentes, por introduzirem dinâmicas de atuação autônoma e contínua, incompatíveis com os princípios da isonomia entre candidaturas, da autenticidade do debate político e da livre formação da vontade do eleitor.

3. Proposta ao Art. 9º-C

Sugere-se inserir o § 3º no Art. 9º-C:

§ 3º A criação, a simulação, a manipulação ou a divulgação de conteúdo gerado ou manipulado por inteligência artificial que represente imagens íntimas, nus ou cenas de cunho sexual atribuídas à pessoa candidata identificável equipara-se, para todos os fins, à violência política contra a mulher, tratada nos termos do art. 93-B e 93-C desta Resolução.

Justificativa: A criação e a difusão de *deepnudes* no contexto eleitoral configuram uma das formas mais graves e eficazes de violência política digital, afetando de maneira desproporcional mulheres candidatas, detentoras de mandato e mulheres que participam do debate público, especialmente aquelas que já se encontram em situações de maior vulnerabilidade estrutural, como mulheres negras, indígenas, trans e defensoras de direitos humanos. Ainda que se trate de imagens sintéticas ou inexistentes, o dano produzido é real, imediato e direcionado à deslegitimação, ao constrangimento público e à exclusão simbólica e prática da participação política. A equiparação expressa dessa prática à violência política de gênero é necessária para afastar interpretações que minimizem a gravidade do ato sob o argumento da ficcionalidade do conteúdo ou da inexistência de registro real. No caso de *deepnudes*, a violência não decorre da veracidade da imagem, mas de sua capacidade de restringir o exercício de direitos políticos, em consonância com a definição prevista nos arts. 93-B e 93-C desta Resolução.

4. Proposta ao Art. 9º-D

a. Sugere-se alteração no Inciso II:

II – a implementação de instrumentos eficazes de notificação e de canais de denúncia, acessíveis às pessoas usuárias, instituições e entidades públicas e privadas, devendo tais instrumentos de notificação e denúncia ser imediatamente visíveis e disponibilizados na própria interface das publicações, independentemente de terem sido veiculadas mediante impulsionamento, vedada a exigência de utilização de canais externos para a realização da notificação ou da denúncia.

Justificativa: Por meio de mecanismos de denúncia, os usuários dos provedores podem sinalizar conteúdos considerados indesejados ou problemáticos, com base nas diretrizes das plataformas, na legislação aplicável ou, de forma mais ampla, na

percepção de riscos. Em contextos de intensa mobilização política e eleitoral, é essencial que esse papel possa ser exercido sem obstáculos. A experiência com outras regulações, em especial com o NetzDG alemão, demonstra, contudo, que mecanismos de denúncia frequentemente são implementados de forma pouco visível ou de difícil acesso, reduzindo sua efetividade prática e limitando-se, em muitos casos, a uma conformidade meramente formal. As alterações propostas ao inciso II do art. 9º-D visa justamente evitar esse cenário, assegurando que os instrumentos de denúncia e notificação estejam claramente visíveis e acessíveis.

b. Sugere-se alteração no caput, no inciso III e, no § 2º, inclusão do § 6º:

*Art. 9º-D. É dever do provedor de aplicação de internet que permita a veiculação **ou a geração** de conteúdo político-eleitoral, **incluídos os modelos de inteligência artificial generativa**, a adoção e a publicização de medidas para impedir ou diminuir a circulação **ou a geração** de fatos notoriamente inverídicos ou gravemente descontextualizados que possam atingir a integridade do processo eleitoral, incluindo: (Incluído pela Resolução nº 23.732/2024)*

(...)

*III – o planejamento e a execução de ações corretivas e preventivas, incluindo o aprimoramento de seus sistemas de recomendação de conteúdo e **demais funcionalidades de sistemas inteligência artificial generativa**; (Incluído pela Resolução nº 23.732/2024).*

*§ 2º O provedor **de aplicação** que detectar conteúdo ilícito de que trata o caput deste artigo ou for notificado de sua circulação pelas pessoas usuárias, deverá adotar providências imediatas e eficazes para fazer cessar o impulsionamento, a monetização, **a geração** e o acesso ao conteúdo e promoverá a apuração interna do fato e de perfis e contas envolvidos para impedir nova circulação do conteúdo e inibir comportamentos ilícitos, inclusive pela **indisponibilização de serviço de impulsionamento ou monetização**. (Incluído pela Resolução nº 23.732/2024).*

§ 6º Nos casos de provedores de aplicação de internet que forneçam respostas, orientações ou informações por meio de modelos de inteligência artificial generativa, a adoção e a publicização das medidas dispostas neste artigo também devem impedir ou diminuir a geração e a circulação de fatos notoriamente inverídicos ou gravemente descontextualizados que versem sobre candidaturas, partidos, federações ou coligações, ou que possam atingir a lisura do pleito, incluindo:

I - a remissão às fontes usadas pelo modelo na geração do conteúdo, de modo a permitir a verificação de sua confiabilidade e atualidade;

II - a remissão aos respectivos sítios oficiais de comunicação da candidatura, partido, federação ou coligação.

Justificativa: A atual redação contempla de forma satisfatória o fenômeno das chamadas *deepfakes*, na medida em que faz vedações e determina obrigações de rotulagem. Mas o mesmo não pode ser dito acerca das informações geradas por esses modelos quando utilizados pelo eleitor como fonte de informação de conteúdo político-eleitoral. Têm-se tornado relativamente frequentes os relatos de informações distorcidas, incorretas, fictícias ou imprecisas acerca de candidaturas e partidos,

com potencial para atingir a lisura do pleito e a paridade de armas. Por isso, sugere-se que essa situação seja disciplinada pelo artigo 9º-D, de acordo com a redação acima proposta.

c. Sugere-se alteração no inciso IV do artigo 9-D:

V- a transparência dos resultados alcançados pelas ações mencionadas no inciso III do caput deste artigo, a ser efetivada mediante sua publicização no prazo máximo de até 1 (um) ano do fim das eleições

Justificativa: A inclusão de prazo para a publicização dos resultados das ações corretivas e preventivas previstas no inciso III do art. 9º-D visa conferir efetividade e concretude ao dever de transparência imposto aos provedores de aplicação. A ausência de marco temporal definido tende a esvaziar a obrigação, dificultando o controle institucional e social sobre as medidas adotadas. A fixação do prazo de até 1 (um) ano contado do encerramento do período eleitoral permite a consolidação dos dados e a avaliação adequada das ações implementadas, sem interferir no curso do processo eleitoral nem comprometer estratégias operacionais legítimas.

d. Sugere-se inclusão do § 7º ao artigo 9-D:

§ 7º É vedada às ferramentas de inteligência artificial generativa permitir, disponibilizar ou viabilizar a criação, geração, edição ou simulação de imagens de cunho sexual, nudez ou conteúdo sexualmente explícito envolvendo pessoas candidatas ainda que por meio de solicitações realizadas por usuários.

Justificativa: A geração de imagens de cunho sexual ou nudez atribuídas a pessoas candidatas produz dano imediato, de difícil reparação e potencialmente irreversível, sendo utilizada como instrumento de deslegitimação política, constrangimento público e exclusão do debate eleitoral. Ao estabelecer vedação dirigida ao próprio provedor de aplicação que oferta modelos de IA generativa, o dispositivo reforça o dever de cuidado e a função social desses serviços, prevenindo usos ilícitos antes de sua materialização e reduzindo a circulação de conteúdo gravemente ofensivo e incompatível com o processo democrático.

e. Sugere-se inclusão dos §§ 8º, 9º, 10º ao artigo 9-D:

§ 8º O cumprimento das obrigações de provedores de aplicação de internet atribuídos no âmbito deste artigo será aferido por meio da celebração de códigos de conduta entre estes e o Tribunal Superior Eleitoral.

§ 9º A avaliação de impacto prevista no inciso V deverá ser elaborada e encaminhada ao Tribunal Superior Eleitoral no prazo de até 5 (cinco) meses antes do início da propaganda eleitoral, podendo o Tribunal, durante o período eleitoral, requerer atualizações periódicas dessa avaliação, bem como informações sobre as medidas adotadas e os respectivos impactos, nos termos dos códigos de conduta mencionados no § 7º

§ 10º Os documentos referidos no § 8º poderão ser publicizados após o término do período eleitoral, assegurada a transparência ativa, admitida a aposição de tarjas ou a restrição de acesso a informações sensíveis, sigilosas ou protegidas por dever legal de confidencialidade, nos termos da legislação aplicável.

Justificativa: As inclusões sugeridas visam conferir maior concretude e efetividade às obrigações previstas pelo art. 9-D, mediante a previsão de celebração de códigos de conduta, a fixação de prazo para a apresentação da avaliação de impacto, e a explicitação do dever de atualização durante o período eleitoral, de modo a viabilizar a fiscalização contínua pelo Tribunal Superior Eleitoral e evitar disposições de caráter genérico ou meramente programático.

5. Proposta ao Art. 9º-E

Sugere-se inclusão dos §§ 1º e 2º ao artigo 9-E:

§ 1º Não se configura a responsabilização solidária prevista no caput quando, após notificação, houver dúvida razoável quanto à configuração das condutas de risco previstas nos incisos de I a V, desde que o provedor de aplicação:

I – demonstre ter adotado medidas adequadas e proporcionais para prevenir a circulação desse tipo de conteúdo, em linha com as obrigações previstas no art. 9-D ; e

II – promova a indisponibilização do conteúdo tão logo cessada a dúvida ou sobrevenha decisão judicial.

§ 2º Para os fins deste artigo, as notificações sobre as hipóteses previstas nos incisos I a V devem indicar expressamente o dispositivo invocado e apresentarem elementos que permitam a análise objetiva do risco alegado, cabendo ao provedor de aplicação tomar medidas adequadas e proporcionais, inclusive de mitigação de alcance ou rotulagem informativa, e devendo, em qualquer hipótese, manter registro dos pedidos recebidos e das decisões adotadas.

Justificativa: As propostas visam estabelecer limites para a atuação de provedores de aplicação sobre o debate público, prevenindo a interferência indevida ou excessiva, motivada por razões econômicas. Primeiro, ao reconhecer a possibilidade de não responsabilização diante da dúvida razoável quanto à ilicitude do conteúdo, o dispositivo preserva a coerência do sistema ao reservar à Justiça Eleitoral a apuração e definição de casos nebulosos ou limítrofes, evitando que plataformas privadas sejam compelidas a exercer função materialmente jurisdicional. Segundo, ao estabelecer critérios para notificações, o dispositivo visa evitar pedidos genéricos ou imprecisos. Além disso, a previsão da possibilidade de adoção de medidas alternativas à remoção é importante especialmente para conteúdos limítrofes, permitindo a implementação de medidas que podem se mostrar mais adequadas para mitigar o risco identificado, sem interferir excessivamente no debate público.

6. Proposta ao Art. 9º-G

Sugere-se alteração no artigo:

Art. 9º-G. As decisões do Tribunal Superior Eleitoral que determinem ou indefiram a remoção de conteúdos que veiculem fatos notoriamente inverídicos ou gravemente descontextualizados que atinjam a integridade do processo eleitoral serão incluídas em repositório eletrônico disponibilizado para consulta pública.

§ 1º O repositório tem por finalidade assegurar a transparência, a publicidade e o controle social das decisões mencionadas no caput.

§ 2º O repositório conterà, no mínimo, a íntegra do ato decisório, o número do processo, a autoridade prolatora e a data da decisão.

§ 3º As ordens de remoção serão dirigidas aos provedores de aplicação, que deverão informar o cumprimento da ordem por meio de acesso identificado no sistema e, quando determinado, alimentar o repositório com:

I - o conteúdo removido;

II- respectivos comentários de usuários;

III - Metadados técnicos;

IV - Metadados de engajamento.

§ 4º Os dados mencionados nos incisos I a III do § 3º deste artigo serão mantidos sob sigilo, sendo seu acesso restrito às juízas e aos juízes eleitorais e às servidoras e aos servidores autorizadas(os), mediante registro de atividades.

§ 5º Os dados mencionados no § 4º podem ser franqueados, mediante autorização do Tribunal Superior Eleitoral, a pesquisadoras e pesquisadores, observado o dever de confidencialidade.

§ 6º O repositório será alimentado tão logo as decisões sejam proferidas.

§ 7º O repositório será disponibilizado em formato eletrônico de acesso público, com mecanismos de busca e filtragem, em interface que assegure usabilidade, clareza e fácil compreensão, permitindo a pesquisa por data, tipo de decisão, fundamento jurídico, plataforma e objeto do conteúdo analisado, bem como a disponibilização de dados agregados.

§ 8º É dever das juízas e dos juízes eleitorais acompanhar a atualização do repositório de decisões, para assegurar o devido cumprimento do disposto no art. 9º-E desta Resolução.

Justificativa: Propõem-se alterações no art. 9º-G, visando ao aperfeiçoamento do regime de transparência das decisões do Tribunal Superior Eleitoral que determinem ou indefiram a remoção de conteúdos, de modo a assegurar que o repositório previsto na Resolução cumpra efetivamente sua finalidade de publicidade e controle social. Embora o repositório já exista formalmente, a experiência prática demonstra

limitações quanto a sua completude, inteligibilidade e utilidade para o acompanhamento público das decisões, especialmente em contexto eleitoral, no qual a tempestividade e a clareza das informações são elementos centrais. A nova redação explicita a finalidade do repositório, define um núcleo mínimo de informações obrigatórias e reforça a necessidade de alimentação imediata com as decisões proferidas. As alterações também buscam equilibrar transparência e proteção de dados, preservando o sigilo de informações sensíveis, mas prevendo o acesso controlado a pesquisadoras e pesquisadores autorizados, o que favorece auditorias independentes, estudos empíricos e avaliações externas qualificadas, sem prejuízo da segurança da informação. Essa solução está em consonância com práticas consolidadas em outras bases públicas de dados sob acesso controlado. Além disso, a exigência de mecanismos de busca, filtragem e de uma interface com critérios de usabilidade, clareza e fácil compreensão reforça a dimensão material do direito de acesso à informação, nos termos do art. 37 da Constituição Federal e da Lei de Acesso à Informação, assegurando que a publicidade não seja meramente formal, mas efetivamente compreensível e utilizável pela sociedade. Por fim, a disponibilização de dados agregados e o dever de acompanhamento pelos magistrados contribuem para maior coerência institucional, previsibilidade decisória e fortalecimento da confiança pública na atuação da Justiça Eleitoral, especialmente no exercício de seu poder de polícia.

7. Proposta ao Art. 9º-I

Sugere-se acréscimo de artigo:

Art. 9º-I. O provedor de aplicação que permita a veiculação de conteúdo político-eleitoral, impulsionado ou não, deverá publicar, durante todo o período de campanha eleitoral, relatórios semanais ou documentos equivalentes, de acesso imediato ao público em geral e às autoridades competentes, contendo informações sobre as medidas de moderação e remoção adotadas em relação a conteúdo fabricado ou manipulado destinado à difusão de fatos notoriamente inverídicos ou gravemente descontextualizados com potencial de causar danos ao equilíbrio do pleito ou à integridade do processo eleitoral, devendo tais relatórios indicar, no mínimo:

I – a identificação clara do provedor de aplicação responsável;

II – o período de referência abrangido pelo relatório;

III – o número de denúncias e notificações recebidas de pessoas usuárias, nos termos do art. 9º-D, inciso II, discriminado por tipo de conteúdo, conforme veiculado mediante impulsionamento pago ou de forma orgânica;

IV – o número de denúncias e notificações recebidas de autoridades públicas, discriminado por tipo de conteúdo, conforme veiculado mediante impulsionamento pago ou de forma orgânica;

V – o número de publicações analisadas, discriminado por tipo de conteúdo e por método de detecção, incluindo, entre outros, notificações de usuários, detecção proativa e notificações de autoridades públicas;

VI – o número de publicações submetidas a medidas de moderação, discriminado por tipo de conteúdo, por método de detecção e pela decisão final adotada, tais como remoção, etiquetagem ou outras medidas cabíveis;

VII – o número de usuários analisados, discriminado por método de detecção, incluindo notificações de usuários, detecção proativa, notificações de autoridades públicas ou outros meios cabíveis;

VIII – o número de usuários submetidos a medidas de moderação, discriminado por método de detecção e pela decisão final adotada, incluindo remoção de perfil, etiquetagem ou outras medidas cabíveis;

IX – o prazo médio de análise das denúncias e notificações recebidas, tanto de pessoas usuárias quanto de autoridades públicas, bem como o percentual de casos analisados dentro dos prazos estabelecidos pelo próprio provedor;

X – o número de decisões de moderação revistas ou revertidas, com indicação sintética do respectivo fundamento;

XI – estimativa do alcance ou da exposição dos conteúdos submetidos a medidas de moderação, com especial atenção àqueles veiculados mediante impulsionamento; e

XII – quaisquer outras informações consideradas relevantes pelo provedor para fins de transparência, prestação de contas e proteção da integridade do processo eleitoral.

§ 1º Os relatórios ou documentos equivalentes previstos no caput deverão ser disponibilizados:

I – em formato digital aberto, estruturado e legível por máquina, que permita o tratamento, a análise e a reutilização dos dados;

II – acompanhados de versão em formato de fácil leitura ao público em geral; e

III – em seção de acesso público, direto e gratuito, sem necessidade de cadastro, autenticação ou solicitação prévia.

Parágrafo único. As informações previstas neste artigo deverão ser apresentadas de forma agregada e não individualizada, sendo vedada a divulgação de dados pessoais, nos termos da legislação aplicável.

Justificativa: Toda plataforma digital exerce algum grau de moderação sobre o conteúdo publicado por seus usuários. Esse processo, contudo, tende a ocorrer sem níveis adequados de transparência, o que dificulta o escrutínio público das decisões adotadas pelos provedores de aplicação. Diante desse cenário e em complemento à revisão proposta para o art. 9º-D, inciso II, sugere-se a introdução de um novo dispositivo voltado especificamente ao reforço da transparência das ações de moderação durante o período de campanha eleitoral. A proposta estabelece que os provedores adotem postura mais diligente nesse contexto, por meio da publicação periódica de relatórios de transparência, em formato já conhecido e amplamente utilizado por grandes plataformas, tanto de forma voluntária quanto por exigência regulatória, com periodicidade semanal. Cumpre destacar que as medidas

propostas dialogam com o entendimento firmado pelo Supremo Tribunal Federal no julgamento do Tema 987, em especial com o item 8 da decisão. Não há, contudo, sobreposição normativa, uma vez que o referido julgamento delimita a responsabilização civil dos provedores de aplicação nos termos do art. 21 da Lei nº 12.965/2014 (Marco Civil da Internet), ressalvadas expressamente as disposições específicas da legislação eleitoral e os atos normativos expedidos pelo Tribunal Superior Eleitoral.

8. Proposta ao Art. 27-A

a. Sugere-se modificação do caput e do § 1º:

III – disponibilizar, no repositório de que trata o inciso I, os dados e as informações relativos a anúncios político-eleitorais que tenham sido objeto de suspensão, restrição de alcance ou remoção, independentemente da motivação da medida, incluindo a indicação expressa do fundamento da decisão.

§ 1º Para os fins desse artigo, caracteriza conteúdo político-eleitoral, independentemente da classificação feita pelo provedor de aplicação, aquele que versar sobre eleições, partidos políticos, federações e coligações, cargos eletivos, pessoas detentoras de cargos eletivos, pessoas candidatas, propostas de governo, projetos de lei, o exercício do direito ao voto e de outros direitos políticos, autoridades públicas em cargos não eletivos e órgãos, instituições de Estado com funções político-institucionais, ou quaisquer outras matérias conexas ao processo eleitoral. (Incluído pela Resolução nº 23.732/2024.)

Justificativa: A Resolução nº 23.732/2024 representou avanço relevante ao estabelecer definição unificada de anúncios de natureza político-eleitoral no art. 27-A, superando a fragmentação conceitual adotada por provedores de aplicação, que durante anos comprometeu a uniformidade de mecanismos de governança, transparência e prestação de contas. Após a publicação da Resolução, diversos provedores anunciaram a descontinuidade do impulsionamento de propaganda político-eleitoral para afastar as novas obrigações de transparência. Na prática, contudo, a veiculação desse tipo de conteúdo persistiu à margem da legislação eleitoral. Diante desse cenário, defende-se a ampliação moderada da definição do art. 27-A, a fim de suprir lacunas empíricas sem comprometer a coerência do regime jurídico. Propõe-se, ainda, a inclusão de parágrafo único para abranger a publicidade de natureza comercial instrumentalizada para favorecer, ainda que indiretamente, candidatas, candidatos ou detentores de cargos eletivos, prática destinada a contornar regras de transparência e financiamento eleitoral.

b. Sugere-se adição de parágrafo único e § 5º:

§ 5º Os dados e as informações relativos aos anúncios político-eleitorais, inclusive aqueles objeto de moderação, nos termos do inciso III, deverão permanecer disponíveis para consulta no repositório pelo prazo mínimo de 7 (sete) anos, contado a partir do término da veiculação de cada anúncio, independentemente da suspensão, descontinuidade ou encerramento, pelo provedor de aplicação, do serviço de impulsionamento de conteúdos político-eleitorais.

Parágrafo único. A propaganda de natureza comercial que tenha por objeto a oferta, promoção ou comercialização de produtos ou serviços — inclusive o financiamento, estímulo ou organização de concursos, campeonatos, torneios, desafios, rankings ou premiações que ofereçam recompensas econômicas ou promocionais pela criação, edição, recorte, mixagem, republicação, distribuição ou amplificação de conteúdo político-eleitoral — e que utilize referências a candidatas, candidatos, partidos políticos, slogans, eleições ou ao processo eleitoral, deverá ser enquadrada e tratada pelo provedor de aplicação como propaganda político-eleitoral, sujeitando-se integralmente às disposições desta Resolução.

Justificativa: O art. 27-A vigente representa avanço ao exigir que provedores mantenham repositórios públicos de publicidade político-eleitoral, mas apresenta lacuna relevante ao não estabelecer prazo mínimo para a disponibilidade dessas ferramentas e de seus dados. A ausência de previsão temporal fragiliza os objetivos de transparência, auditabilidade e controle público que fundamentam a própria exigência dos repositórios. A experiência recente da União Europeia ilustra esse risco. Após a entrada em vigor do Regulamento sobre Transparência e Direcionamento da Publicidade Política (TTPA), diversos provedores descontinuaram ou restringiram significativamente seus repositórios, inclusive com a exclusão de dados relativos a pleitos anteriores, produzindo um cenário de apagão informacional. Esse movimento evidencia o risco de remoções unilaterais de informações essenciais à fiscalização eleitoral, à pesquisa retrospectiva e à memória institucional do debate público. Nesse contexto, a fixação de prazo mínimo de manutenção dos repositórios, no § 5º do art. 27-A, visa resguardar as iniciativas existentes e prevenir recuos estratégicos por parte de provedores que não priorizem a transparência e a prestação de contas. Ademais, propõe-se a inclusão do inciso III para assegurar que anúncios político-eleitorais submetidos à moderação sejam preservados e permaneçam disponíveis para escrutínio público, evitando prejuízos à fiscalização pela Justiça Eleitoral, às auditorias independentes e à reconstrução posterior das estratégias de comunicação política adotadas no período eleitoral.

9. Proposta ao Art. 27-B

Sugere-se a inclusão do Art. 27-B:

Art. 27-B. O cumprimento das obrigações previstas no art. 27-A desta Resolução será assegurado por meio de mecanismos de transparência, fiscalização e cooperação institucional, observados os limites de atuação da Justiça Eleitoral.

§1º O provedor de aplicação, quando requisitado pela Justiça Eleitoral, deverá comprovar o efetivo funcionamento, atual e completo, do repositório de anúncios estabelecido no art. 27-A.

§2º Verificado o descumprimento da obrigação de implementar e manter o repositório público de anúncios, concomitantemente à continuidade da veiculação de conteúdo político-eleitoral, o provedor de aplicação poderá ser demandado por qualquer dos legitimados previstos no art. 96 da Lei nº 9.504/97, bem como pelo Corregedor-Geral Eleitoral, sem prejuízo da atuação do Ministério Público Eleitoral.

§3º Reconhecida judicialmente a desconformidade da conduta do provedor com as obrigações previstas nos §§ 1º e 2º, incumbirá ao juízo eleitoral competente a fixação de astreintes, na forma dos arts. 536 e 537 do Código de Processo Civil, em valor suficiente para compelir o imediato cumprimento da decisão judicial.

Justificativa: Gigantes da tecnologia, como Google e Tiktok, ao terem conhecimento do dever de transparência incorporado às resoluções em 2024, optaram por supostamente banir publicidade eleitoral de seus domínios no Brasil, alegando dificuldades operacionais na implementação do repositório de anúncios. Ocorre que o suposto banimento não se converteu em realidade. Após realizarem buscas exploratórias entre 27 de maio e 5 de junho de 2024, pesquisadores do Netlab identificaram sete anunciantes veiculando conteúdo político-eleitoral após o prazo estabelecido pelo TSE para adequação das plataformas para anúncios político-eleitorais e da declaração do próprio Google de que a empresa não disponibilizaria mais esse serviço. O mesmo padrão se repete em relação ao TikTok que também veiculou uma série de anúncios eleitorais no Brasil (inclusive com impulsionamento realizado a partir do exterior, de 11 diferentes países) sem disponibilizar o necessário repositório de transparência, conforme identificou o Netlab. Portanto, a suposta vedação ao impulsionamento de conteúdo eleitoral autoimposto pelos provedores de aplicações é mecanismo que tem servido à evasão dessas empresas de seus deveres de transparência estabelecidos por este Tribunal, eis que os dados comprovam que Big Techs, ainda que tenham optado por banir os anúncios político-eleitorais, ainda monetizam indiretamente com sua veiculação, bem como exercem influência estrutural relevante sobre o debate. Assim, sugerimos a criação do art. 27-B, voltado para a fiscalização e *enforcement*.

10. Proposta ao Art. 28

a. Sugere-se acréscimo no inciso IV:

Art. 28., IV,

b) pessoa natural, vedada: (Redação dada pela Resolução nº 23.732/2024)

1. (...)

2. (...)

3. Uso de IA para automação massiva, artificial ou orquestrada da criação e distribuição de estruturas e conteúdos de campanha, com potencial de falsear apoio, escalar alcance ou manipular o debate eleitoral.

Justificativa: À vedação dirigida à pessoa natural, acrescenta-se o item 3, voltado ao modo de produção e distribuição dos conteúdos, e não ao pagamento. O dispositivo alcança práticas como automação massiva, redes de bots e trolls, redes de contas e distribuição em escala de conteúdo sintético, ainda que sem remuneração, impulsionamento pago ou monetização aparente. Embora não identifique sujeito específico, refere-se à propagação automatizada de peças de campanha, oficiais ou não, com potencial de falsear apoio, escalar artificialmente alcance ou manipular o debate eleitoral.

b. Sugere-se inclusão de § 1º-B:

§ 1º-B. As medidas adotadas pelos provedores de aplicação para o cumprimento do disposto no § 1º-A integram os deveres previstos no art. 9º-D desta Resolução, devendo ser publicizadas de forma clara e acessível, bem como informadas à Justiça Eleitoral quando requisitado, observado o sigilo de dados pessoais e de informações protegidas por segredo comercial.

Justificativa: Sugere-se o acréscimo de um subparágrafo relacionado à norma sobre sistemas de recomendação, a qual institui um dever material de natureza algorítmica que precisa ser operacionalizável, ter eficácia e estar sujeito à fiscalização. Com vista ao *enforcement* da norma, portanto, a adição proposta conecta o dever imposto no § 1º-A ao dever de publicização previsto no art. 9º-D e ao regime de responsabilização do art. 9º-E, suprimindo a lacuna identificada.

c. Sugere-se inclusão §1º-C:

§ 1º-C É vedado às ferramentas de inteligência artificial generativa apresentar ou listar seletivamente, recomendar, sugerir, priorizar, organizar, ou classificar, nomes, candidaturas, programas de governo, perfis, canais, rankings, enquetes, ou quaisquer conteúdos similares relacionados a candidatas, candidatos, partidos políticos, federações ou coligações, devendo tais ferramentas limitar-se à remissão a listas de candidaturas oficiais completas e demais fontes oficiais da Justiça Eleitoral.

Justificativa: O § 1º-A do art. 28 já estabelece limitações específicas aos sistemas de recomendação operados por provedores de aplicação de internet, com o objetivo de evitar interferências indevidas na propaganda eleitoral. A inclusão do § 1º-C busca estender lógica equivalente aos provedores de aplicação de inteligência artificial, considerando sua crescente utilização como intermediários diretos do acesso à informação política. Sistemas de inteligência artificial capazes de interagir com usuárias(os), gerar respostas ou recomendar conteúdos podem exercer influência relevante sobre a formação da vontade política, sobretudo quando apresentam rankings, sugestões ou opiniões sobre candidaturas específicas. A vedação proposta tem por finalidade evitar assimetrias indevidas no debate público e impedir formas indiretas de propaganda eleitoral não previstas em lei.

d. Sugere-se inclusão dos §§ 9º e 9º-A:

§ 9º. É vedada a monetização de perfis, páginas ou canais mantidos por candidatas, candidatos, partidos políticos, federações ou coligações em provedores de aplicação de internet, durante o período eleitoral.

§ 9º-A. Para os fins do § 9º, considera-se monetização o recebimento, direto ou indireto, de receitas publicitárias, comissões ou qualquer outra forma de remuneração decorrente da veiculação, exibição ou amplificação de conteúdo, quando pagas pelo provedor de aplicação.

Justificativa: A sugestão de inclusão dos §§ 9º e 9º-A ao art. 28 busca coibir a obtenção de vantagem econômica indevida decorrente da publicidade realizada na internet, com vistas à preservação da isonomia da disputa eleitoral. A monetização de perfis, páginas ou canais mantidos por candidatas, candidatos, partidos políticos, federações ou coligações distingue-se do impulsionamento de conteúdo, na medida em que não envolve a contratação ativa de serviços de publicidade, mas o recebimento de valores pagos pelo provedor de aplicação em razão do alcance, da visualização ou da amplificação dos conteúdos veiculados nesses espaços. Nessa dinâmica, passam a ser premiados economicamente aqueles que detêm maior capacidade de engajamento ou exposição nos ambientes digitais, o que pode gerar assimetrias relevantes na disputa.

11. Proposta ao Art. 29

a. Sugere-se adicionar a seguinte vedação ao art. 29:

*Art 29 § 1º É vedada, ainda que gratuitamente, (...)
III - pessoa natural que monetize sistematicamente propaganda eleitoral de terceiros.*

Justificativa: O § 1º do Art. 29 veda, ainda que gratuitamente, a propaganda eleitoral na internet em sítios de pessoas jurídicas, oficiais ou da administração pública.

Entretanto, há um conjunto de contas que, embora não sejam, atuam como pessoas jurídicas de fato, porque operam como estruturas profissionais, com mediação editorial sistêmica e monetizam conteúdo político-eleitoral. Por isso, propõe-se a criação de uma nova vedação por formato, isto é, para estender a lógica da pessoa jurídica para situações de exploração econômica da propaganda eleitoral por terceiros. Se uma pessoa natural explora economicamente a propaganda eleitoral, não deveria, portanto, ser tratada como manifestação orgânica. As plataformas digitais já distinguem criador de conteúdo de usuário comum, o que facilita a identificação da monetização, bem como controlam a participação na receita.

b. Sugere-se inserir os §§ 8º-A, 8º-B e 8º-C no art. 29:

§ 8º-A Configura contratação vedada para fins do § 8º:

I- a promoção, organização, financiamento ou estímulo, direto ou indireto, por candidatas e candidatos, partidos políticos, federações, coligações, apoiadores ou terceiros por eles contratados, de concursos, campeonatos, torneios, desafios, rankings, programas de recompensa, premiações, bonificações ou mecanismos assemelhados destinados a oferecer contrapartidas econômicas ou promocionais, destinadas a incentivar a criação, edição, recorte (“cortes”), remixagem, republicação, distribuição ou amplificação de conteúdo político-eleitoral, com o objetivo de aumentar alcance, engajamento ou circulação de mensagens eleitorais.

II- a promoção de publicações político-eleitorais em favor de candidata ou candidato, ainda que por meio de influenciadora ou influenciador digital, titular de perfil, página, canal ou similar, mediante pagamento direto ou indireto, permuta, bonificação, vantagem econômica, promessa de vantagem, repasses por interposta pessoa, ou qualquer outra forma de remuneração, ainda que dissimulada sob a forma de publicidade nativa, programa de afiliados, cupons, comissionamento, “embaixadoria”, ou ajuste equivalente.

III- a contratação, direta ou indireta, de pessoas físicas ou jurídicas, inclusive por intermédio de terceiros, para a realização de micro-trabalhos de engajamento artificial, tais como curtidas, compartilhamentos, comentários, visualizações, impulsionamento não declarado ou qualquer outra forma de interação simulada ou coordenada, com ou sem uso de automação, popularmente conhecida como fazendas de cliques ou práticas equivalentes.

§ 8º-B A vedação do § 8º-A aplica-se ainda quando a vantagem oferecida ou concedida consistir em pagamento por desempenho, remuneração por métricas (alcance, engajamento, retenção), permuta, fornecimento de bens ou serviços, divulgação cruzada ou qualquer outra forma de benefício econômico ou promocional, ainda que por interposta pessoa. Constatados a prática e o benefício direto ou indireto à candidatura, os valores ou vantagens envolvidos deverão ser considerados, conforme o caso, como gasto eleitoral sujeito à prestação de contas e ao teto, sem prejuízo da apuração de outros ilícitos e abusos.

§ 8º-C A vedação prevista no inciso I não se aplica à manifestação individual, espontânea e não incentivada de terceiros, inclusive mediante o

compartilhamento isolado de trechos de conteúdos eleitorais, desde que ausente incentivo econômico ou estratégia de amplificação artificial.

Justificativa: Ocorre que, no ecossistema digital contemporâneo, a terceirização remunerada assume formatos “gamificados” e difusos - como campeonatos de cortes, torneios, desafios e premiações por desempenho - em que a remuneração se apresenta como prêmio, bônus, visibilidade, colaboração ou outro benefício condicionado ao volume e ao desempenho de publicações. Embora funcionalmente equivalentes à contratação vedada, esses arranjos frequentemente se travestem de “dinâmica cultural” e dificultam o enquadramento, a fiscalização e a prova, abrindo espaço para contornar o regime de propaganda paga e seus mecanismos de transparência. A proposta busca fechar essa brecha, delimitando a vedação aos mecanismos organizados com propósito de amplificação coordenada de conteúdo político-eleitoral mediante incentivo/benefício. Não se pretende coibir manifestações espontâneas do eleitorado nem a circulação orgânica de conteúdos, mas sim evitar arquiteturas de incentivo desenhadas para produzir alcance artificial e vantagem competitiva, com potencial impacto na isonomia e na integridade informacional. Também se faz importante a vedação de contratação de influenciadores e páginas de internet para a realização de propaganda eleitoral, o que se busca com a inserção do inciso II, no § 8º-A sugerido, considerando que o § 8º do art. 29 já contém a vedação central: impedir que candidaturas e partidos contratem pessoas físicas ou jurídicas para publicar conteúdo político-eleitoral em seus perfis e canais, preservando a autenticidade do debate e evitando terceirização remunerada de propaganda. Ocorre que, no ambiente digital, sobretudo no que se refere à contratação de influenciadores, o negócio é frequentemente reconfigurado em modelos híbridos (permuta, “cupom”, afiliados, comissões, bonificações por desempenho, intermediações) que podem dificultar o enquadramento e gerar controvérsia probatória sobre o que seria “contratação” e o que seria “opinião espontânea”. A proposta não altera a lógica do art. 29: apenas explicita que remuneração indireta e mecanismos equivalentes também constituem contratação vedada. A inclusão do § 8º-C tem por objetivo fechar lacunas normativas relativas a práticas contemporâneas de manipulação do debate público em ambientes digitais, especialmente aquelas baseadas na contratação de estruturas organizadas de engajamento artificial, conhecidas como fazendas de cliques ou sistemas de microtarefas remuneradas. Embora o § 8º já vede a contratação de pessoas para a realização de publicações de cunho político-eleitoral, observa-se a proliferação de estratégias que não se baseiam na produção de conteúdo, mas na manipulação algorítmica da visibilidade, por meio de interações coordenadas e artificialmente incentivadas. Tais práticas comprometem a isonomia entre candidaturas, distorcem a formação da opinião pública e dificultam a fiscalização eleitoral.

c. Sugere-se acrescentar os §§ 12 e 13 ao art. 29:

§ 12 É vedado às candidatas, aos candidatos, aos partidos políticos, às federações, às coligações e a seus representantes, durante o período de campanha eleitoral, o impulsionamento de qualquer conteúdo que não seja de cunho político-eleitoral, com finalidade de exploração comercial ou profissional de página, perfil, canal ou similar.

§ 13 No caso de descumprimento do disposto no § 12, qualquer impulsionamento realizado pela candidatura ou agremiação, ainda que o conteúdo impulsionado não seja político-eleitoral, será considerado gasto com propaganda eleitoral para fins de prestação de contas, de apuração de extrapolação do teto e de aplicação das sanções cabíveis, sem prejuízo da apuração de outros ilícitos e abusos.

Justificativa: O regime atual concentra no art. 29 a disciplina sobre propaganda paga na internet, permitindo exceção apenas para impulsionamento de conteúdo político-eleitoral dentro de parâmetros. Nesse contexto, o impulsionamento de conteúdo “não eleitoral” por candidaturas durante a campanha, com finalidade de exploração comercial/profissional do perfil, cria uma zona cinzenta: o gasto pode ser apresentado como “atividade econômica do canal” e, simultaneamente, produz benefício político indireto por ampliar audiência e relevância algorítmica do emissor. A vedação proposta atua como regra de integridade para impedir esse tipo de estratégia de “growth” comercial durante o período eleitoral, preservando isonomia e transparência. O § 13, por sua vez, é crucial para a efetividade: ele cria consequência contábil objetiva, convertendo qualquer impulsionamento do infrator em gasto eleitoral para fins de prestação de contas e teto. Isso simplifica a fiscalização e evita incentivos perversos à burla (em que a candidatura assume o risco porque o custo probatório para demonstrar finalidade eleitoral seria alto). A medida também tem caráter pedagógico: sinaliza que o período de campanha não deve ser usado para alavancagem comercial do canal como forma indireta de propaganda, sem prejuízo de apuração de abuso de poder econômico ou outros ilícitos, quando presentes.

d. Sugere-se adicionar o § 14 ao art. 29:

§8º Incluem-se entre os tipos de propaganda eleitoral paga vedados pelo caput deste artigo a contratação de anúncios em ferramentas de inteligência artificial generativa.

Justificativa: Com a recente implementação por ferramentas de inteligência artificial generativa de anúncios, a sugestão visa deixar clara a vedação à veiculação de propaganda eleitoral paga nestes espaços, com o objetivo de prevenir a interferência indevida na formação da vontade do eleitor e resguardar a integridade do processo eleitoral. Considerando a vedação da legislação eleitoral a qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet que não o impulsionamento de conteúdo, a contratação de anúncios desses espaços estaria proibida. Para evitar quaisquer confusões, sugerimos que a legislação esclareça essa vedação. Além disso, esse modelo de publicidade dificulta a fiscalização pela Justiça Eleitoral e o

controle de gastos de campanha, fragilizando os mecanismos tradicionais de transparência e responsabilização previstos na legislação eleitoral.

12. Proposta ao Art. 33-B

a. Sugere-se alteração dos § 1º e § 2º:

§ 1º É vedado o uso de dados pessoais sensíveis ou de menores de idade para fins de microdirecionamento de propaganda político-eleitoral, independentemente de consentimento.

§ 2º O provedor de aplicação responsável pela veiculação de propaganda político-eleitoral deverá informar, de modo claro, acessível e ostensivo à pessoa titular dos dados, no momento da entrega da peça publicitária, se houve utilização de técnicas de microdirecionamento e, em caso afirmativo, indicar os critérios empregados para sua segmentação e entrega.

Justificativa: A alteração proposta dos §§ 1º e 2º do art. 33-B promove mudança relevante no regime aplicável ao impulsionamento e ao microdirecionamento de publicidade político-eleitoral no Brasil. Evidências indicam que essas práticas recorrem a técnicas opacas e potencialmente discriminatórias, viabilizando comunicações assimétricas e de difícil verificação direcionadas a perfis comportamentais específicos, com impacto sobre a formação da opinião pública. Mesmo na ausência de intenção discriminatória, os sistemas de entrega das plataformas podem produzir resultados enviesados, distribuindo anúncios de forma desigual entre grupos socialmente vulneráveis. Diante desses riscos, torna-se necessário estabelecer limites claros à construção e ao uso de perfis comportamentais na publicidade político-eleitoral. Nesse sentido, propõe-se a vedação do uso de dados pessoais sensíveis para fins de microdirecionamento desse tipo de publicidade, inclusive quando amparado em consentimento, o qual, por si só, não assegura compreensão adequada dos impactos do tratamento de dados nem controle efetivo sobre sua exploração política. Propõe-se, ainda, a vedação absoluta do direcionamento de publicidade político-eleitoral a menores de idade em ambientes digitais, em razão de sua especial vulnerabilidade e da necessidade de proteção de seus direitos fundamentais e da integridade do processo democrático. Adicionalmente, toda publicidade político-eleitoral veiculada por meio de impulsionamento deverá informar, de forma clara e acessível, se foram empregadas técnicas de microdirecionamento e, em caso afirmativo, indicar os critérios gerais de segmentação utilizados, como medida de transparência e de fortalecimento do escrutínio público.

13. Proposta ao Art. 36

a. Sugere-se supressão integral do parágrafo único § 3º

Justificativa: A redação atual do § 3º do art. 36 cria brecha relevante, ao permitir que redes de influência “humanizadas” (não automatizadas) operem desinformação,

discurso de ódio e campanhas coordenadas sem risco de remoção de perfis, desde que não se enquadrem como bots nem tenham publicações estritamente voltadas ao cometimento de crime, o que reduz a eficácia da norma. Ao mesmo tempo, o dispositivo apresenta imprecisão conceitual e falta de clareza normativa, gerando risco concreto de aplicação arbitrária e de restrição indevida à liberdade de expressão, especialmente diante da indefinição do que seja “usuário comprovadamente falso” e da desconsideração da legitimidade de perfis anônimos ou pseudonimizados. A supressão do § 3º preserva a remoção de perfis como medida excepcional (ultima ratio), sujeita à proporcionalidade, a medidas graduais, à preservação de evidências e ao devido processo, evitando brechas regulatórias e assegurando modelo seguro e eficaz de intervenção sobre perfis utilizados para a manipulação do debate público-eleitoral.

b. Ou sugere-se a modificação do § 3º:

§ 3º A indisponibilização de perfis poderá ser determinada pela Justiça Eleitoral quando:

I - Tratar-se de perfil operado total ou predominantemente por meios automatizados, sem controle humano direto e contínuo, programado para gerar, replicar ou amplificar conteúdos ou interações de forma autônoma, segundo padrões repetitivos, massivos ou coordenados; ou

II - Tratar-se de perfil cujas publicações estejam direta e objetivamente voltadas ao cometimento de crime ou ilícito eleitoral, nos termos da legislação vigente.

Parágrafo único. O uso de ferramentas de automação, agendamento de publicações ou sistemas de inteligência artificial não caracteriza, por si só, perfil automatizado ou robô, quando houver atuação humana direta, identificável e predominante na condução da conta.

Justificativa: A redação do § 3º do art. 36 pode ser também aprimorada para evitar interpretações que restrinjam indevidamente a liberdade de expressão. O dispositivo condiciona a remoção de perfis a hipóteses taxativas, que demandam maior precisão. Quanto à primeira hipótese, é essencial explicitar que o “usuário comprovadamente falso, relacionado a pessoa inexistente fora do mundo virtual” refere-se a perfis operados total ou predominantemente por meios automatizados, sem controle humano direto e contínuo, programados para gerar ou amplificar conteúdos de forma autônoma. Tal delimitação permite distinguir claramente perfis automatizados de pseudônimos, personagens ou identidades protegidas, compatíveis com o exercício legítimo da liberdade de expressão no debate político-eleitoral, além de reduzir a margem de discricionariedade mediante critérios funcionais e observáveis. Em relação à segunda hipótese, a inclusão expressa da referência a ilícitos eleitorais busca abranger condutas vedadas ou sancionáveis pela legislação eleitoral que, embora não tipificadas como crime, possuem potencial concreto de comprometer a lisura, a igualdade de chances entre candidaturas ou a

integridade do pleito. Ao restringir a aplicação da medida a condutas expressamente previstas em lei ou em normas eleitorais, a redação preserva os princípios da legalidade, da tipicidade administrativa e da proporcionalidade, sem ampliar indevidamente a remoção de perfis para manifestações políticas lícitas, ainda que controversas. Por fim, sugerimos que o caput do § 3º seja alterado: em vez de “remoção”, entendemos que a melhor dicção é “indisponibilização”, em consonância com a terminologia empregada pelo artigo 9º-E. E que tal “indisponibilização”, conforme espírito do caput do próprio art. 36, seja determinada pela Justiça Eleitoral.

14. Proposta ao Art. 93-C

Sugere-se inclusão do § 4º:

§ 4º. Para dar cumprimento à priorização disposta no § 3º deste Artigo é facultado ao juiz eleitoral aplicar, de imediato, em conjunto ou separadamente, medidas protetivas de urgência quando constatar a prática definida no caput, podendo estas ser requeridas pelo Ministério Público ou diretamente pela pessoa ofendida em representação eleitoral autônoma.

Justificativa: De maneira a brindar eficácia e celeridade ao protocolo de combate à violência política (artigos 93-B da Resolução TSE 23.610/2019 e 336-B do Código Eleitoral), é necessário que sejam definidos mecanismos de atuação e medidas protetivas, salvaguardando a condição física e psíquica das mulheres que sofram esse tipo de agressão, sobretudo considerando os impactos que esse tipo de violência tem para os direitos destas de participação na vida política e o tempo curto e célere do processo eleitoral.

Assinaturas

Aláfia Lab
Instituto Democracia em Xequê
Casa Galileia
Conectas Direitos Humanos
FALA - estúdio de impacto
Fundación Multitudes
Grupo de pesquisa Comunicação Socioambiental dos Biomas Brasileiros desde a Amazônia
InternetLab
Instituto Marielle Franco
NetLab UFRJ
Sleeping Giants Brasil

5 de Fevereiro de 2026.