

**O USO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NAS ELEIÇÕES DO BRASIL: A
PERSPECTIVA OTIMISTA, PESSIMISTA E REALISTA**

**THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN BRAZIL'S ELECTIONS: THE
OPTIMISTIC, PESSIMIST AND REALIST PERSPECTIVE**

Adriana Rossini¹

Newton de Lucca²

Renata Capriolli Zocatelli Queiróz³

RESUMO

O artigo investiga o uso de inteligência artificial (IA) nas eleições brasileiras e sua conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados, bem como com a Resolução nº 23.732/2024 do Tribunal Superior Eleitoral. Busca entender o potencial impacto da IA em eleitores indecisos, sugerindo que sua aplicação pode melhorar as campanhas políticas ao combater a desinformação. Abordando perspectivas otimistas, pessimistas e realistas, explora as implicações e os desafios éticos envolvidos. O objetivo geral é verificar se a Resolução TSE nº 23.732/2024 está alinhada à LGPD e se protege adequadamente as eleições brasileiras, por meio da regulamentação do uso de IA na propaganda eleitoral. Os objetivos específicos são: investigar o uso de tecnologia e big data na política; apontar o escândalo Facebook-Cambridge Analytica como um marco anterior; examinar a influência das mídias sociais e das fake news nas eleições; avaliar a intersecção entre a LGPD, as plataformas digitais e a regulamentação eleitoral; e analisar os principais pontos da Resolução TSE n.º 23.732/2024. A hipótese sugere que a Resolução TSE n.º 23.732/2024, em conformidade com a LGPD, desempenha papel crucial na proteção de dados pessoais e na adaptação do processo eleitoral aos avanços digitais, embora ainda precise enfrentar desafios para garantir sua efetividade e conformidade ética. A metodologia adotada é hipotético-dedutiva, por meio de revisão bibliográfica e análise da legislação eleitoral.

¹ Pós-graduada e Mestre no Programa de Mestrado Profissional em Direito, Sociedade e Tecnologias pela Faculdades Londrina. Aluna especial no Programa de Doutorado em Direito Negocial pela Universidade Estadual de Londrina – UEL. Participante do projeto de Pesquisa em Direitos Fundamentais e Jurisdição Constitucional pelo IDCC – Instituto de Direito Constitucional e Cidadania de Londrina. E-mail: adrianarossini.adv@gmail.com

² Mestre, Doutor, Livre-Docente, Adjunto e Titular Sênior pela Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo. Professor Permanente do Programa de pós-graduação stricto sensu da UNINOVE. Desembargador Federal aposentado do TRF da 3ª Região. Membro da Academia Paulista dos Magistrados. Membro da Academia Paulista de Direito. Membro da Academia Paulista de Letras Jurídicas. Vice-Presidente do Instituto Avançado de Proteção de Dados (IAPD). E-mail: newton@newtondelucca.com.br

³ Sócia no Baptista Luz Advogados. Pós-Doutora e Doutora pela Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo (FDUSP). Professora do Programa de Mestrado Profissional em Direito, Sociedade e Tecnologias da Faculdades Londrina, Professora convidada da Universidade Estadual de Londrina (UEL), Londrina (PR/Brasil). E-mail: renataczqueiroz@gmail.com

Palavras-chave: Inteligência artificial; Eleições no Brasil; Regulamentação; Diretrizes éticas; Resolução n.º 23.732/2024.

ABSTRACT

The article investigates the use of artificial intelligence (AI) in Brazilian elections and its compliance with the General Data Protection Law, as well as with Resolution No. 23.732/2024 of the Superior Electoral Court. It seeks to understand the potential impact of AI on undecided voters, suggesting that its application can improve political campaigns by combating misinformation. Addressing optimistic, pessimistic and realistic perspectives, it explores the implications and ethical challenges involved. The general objective is to verify whether TSE Resolution No. 23.732/2024 is aligned with the LGPD and whether it adequately protects Brazilian elections, through regulating the use of AI in electoral propaganda. The specific objectives are: to investigate the use of technology and big data in politics; point to the Facebook-Cambridge Analytica scandal as an earlier milestone; examine the influence of social media and fake news on elections; evaluate the intersection between the LGPD, digital platforms and electoral regulation; and analyze the main points of TSE Resolution No. 23.732/2024. The hypothesis suggests that TSE Resolution No. 23.732/2024, in accordance with the LGPD, plays a crucial role in protecting personal data and adapting the electoral process to digital advances, although it still needs to face challenges to ensure its effectiveness and ethical compliance. The methodology adopted is hypothetical-deductive, through bibliographical review and analysis of electoral legislation.

Keywords: Artificial intelligence; Elections in Brazil; Regulation; Ethical Guidelines; Resolution N° 23.732/2024.

INTRODUÇÃO

No contexto brasileiro, a propaganda eleitoral sempre desempenhou um papel fundamental na busca pelo voto dos eleitores. Contudo, à medida que avanços tecnológicos transformaram a maneira como nos conectamos e compartilhamos informações, as estratégias de campanha também evoluíram. Hoje, as plataformas digitais e a inteligência artificial desempenham um papel cada vez mais proeminente, permitindo aos candidatos acessar e utilizar dados dos eleitores de maneiras sem precedentes. Essa crescente interseção entre política e tecnologia levanta questões cruciais sobre ética, manipulação e os fundamentos da democracia.

À medida que exploramos a influência potencial das novas tecnologias baseadas em dados na formação da opinião pública, surge o questionamento: elas fornecerão uma visão mais informada e esclarecida aos eleitores ou, ao contrário, contribuirão para uma manipulação cada vez mais sofisticada?

O artigo investiga o uso da inteligência artificial (IA) nas eleições brasileiras e sua conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, bem como com a Resolução nº

23.732/2024 do Tribunal Superior Eleitoral. Além disso, busca compreender o potencial impacto da IA nos eleitores indecisos, sugerindo que sua aplicação pode aprimorar as campanhas políticas ao combater a desinformação. Ao abordar as perspectivas otimista, pessimista e realista, o estudo explora não apenas os aspectos jurídicos e políticos, mas também as dimensões sociológicas e psicológicas envolvidas nesse cenário complexo e em constante evolução.

O uso da inteligência artificial (IA) e técnicas de *machine learning* nas eleições brasileiras é um tema de crescente relevância, especialmente em um cenário político marcado pela volatilidade e a desconfiança pública. Este artigo explora como essas tecnologias podem traçar perfis de eleitores indecisos e prever seu comportamento, utilizando dados de redes sociais como *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*. Com a implementação da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), que regulamenta o uso de dados pessoais, surge a necessidade de adaptar essas técnicas para garantir a privacidade dos usuários.

A utilização de inteligência artificial (IA) nas eleições está se tornando cada vez mais prevalente e avançada, oferecendo uma gama diversificada de aplicações, desde a previsão de resultados eleitorais até a personalização de campanhas. Este desenvolvimento não apenas aprimora a eficácia das estratégias eleitorais, mas também levanta uma série de desafios e questões éticas.

O combate à desinformação e ao uso abusivo de inteligência artificial (IA) nas eleições é um dos maiores desafios enfrentados por especialistas, tanto no Brasil quanto internacionalmente. Com a aproximação das eleições municipais de 2024 e apesar de tentativas de regulamentação, como o Projeto de Lei 2.630/2020 e outros projetos relacionados à IA no Congresso, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) emergiu como um ator central na regulação desse tema desde 2019, buscando preencher lacunas normativas.

Para as eleições de 2024, o TSE aprovou 12 resoluções, destacando-se a Resolução nº 23.732, de 27 de fevereiro de 2024, que altera a Resolução nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019, sobre propaganda eleitoral em plataformas digitais. Essa nova resolução atualiza normas sobre impulsionamento pago de conteúdo político, uso de conteúdo gerado por IA, e remoção de informações notoriamente falsas ou descontextualizadas.

A Resolução nº 23.732/2024 visa tornar mais eficiente e rápido o processo de remoção de conteúdos prejudiciais ao processo eleitoral e à democracia. Além disso, impõe novas obrigações aos provedores de aplicações, que devem agir proativamente contra a desinformação, discurso de ódio e conteúdos considerados crimes contra o Estado democrático

de Direito, conforme o Código Penal. Ela também estabelece condições e restrições para o uso de conteúdo gerado por IA.

O Supremo Tribunal Federal (STF) reiterou a competência do TSE para definir regras sobre propaganda eleitoral e combater a desinformação nas eleições no julgamento da Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) 7.261 em dezembro de 2023. A constitucionalidade da Resolução nº 23.714/2022, questionada pela Procuradoria Geral da República (PGR) por alegada violação de várias normas constitucionais, foi confirmada pelo STF, que reconheceu o papel do TSE na criação de normas e no controle da propaganda eleitoral sem usurpar a competência legislativa da União.

A atualização das regras é vital para a integridade das eleições, considerando a crescente popularização das ferramentas de IA e a necessidade de ações mais eficazes contra a desinformação e discursos de ódio que afetam o sistema democrático. No entanto, a Resolução nº 23.732/2024 tem sido criticada por supostamente violar o regime de responsabilidade estabelecido pelo Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014), especificamente em relação à responsabilidade dos provedores de aplicação na remoção de conteúdos durante o período eleitoral.

Neste contexto, exploraremos as principais maneiras pelas quais a IA está sendo integrada no processo eleitoral, bem como os dilemas éticos e os obstáculos que surgem com seu uso e sua regulação.

1 O USO DE TECNOLOGIA E *BIG DATA* NA POLÍTICA

O escândalo nas eleições presidenciais dos Estados Unidos de 2016, envolvendo a campanha de *Donald Trump* e a empresa de marketing *Cambridge Analytica*, destacou a preocupação com a manipulação de dados de usuários na internet e até que ponto empresas podem invadir a privacidade individual e violar direitos fundamentais. A *Cambridge Analytica*, através da coleta de dados pessoais do *Facebook*, conseguiu “transformar cliques em votos” (Lapowsky, 2018).

A colaboração entre o *Facebook* e a *Cambridge Analytica* gerou grande perplexidade entre os usuários globais da rede social, suscitando diversos questionamentos sobre a legalidade das ações de ambas as empresas. Este escândalo foi um dos maiores marcos de vazamento de dados, devido ao alcance e à conscientização dos usuários sobre sua fragilidade digital.

A era digital também introduziu um conceito de anonimato que permite que muitas empresas escapem da responsabilização pelo uso indevido de dados pessoais. As redes sociais desempenharam um papel crucial na estratégia de alinhar as mensagens das eleições dos EUA a favor de *Trump*, utilizando otimizações de algoritmos, dados e técnicas de comunicação (De llano, 2018).

As políticas de uso das redes sociais frequentemente permitem o compartilhamento de dados pessoais de seus usuários, facilitando a análise comportamental de cada indivíduo. Transformados em *big data*, essas informações podem ser avaliadas e utilizadas para fins comerciais ou, como no caso, para manipulação da opinião pública.

O indivíduo moderno é um espectador e consumista de produtos e notícias, vivendo em uma submissão alienante ao império da mídia. Ao longo do século XX e início do século XXI, a mídia migrou do impresso para o digital, tornando o homem muito mais suscetível a publicidade e propaganda. O grande questionamento, entretanto, não é se a polarização da opinião pública é algo bom ou ruim, mas se o uso indiscriminado e o compartilhamento de dados podem afetar e transformar a sociedade de um país ou grupo mundial.

Esse escândalo pode ter sido o catalisador para discussões sobre segurança digital e manipulação de dados pelo uso de *big data* em eleições, com o objetivo de favorecer determinadas figuras políticas. O amplo acesso à informação nos coloca em uma posição de vulnerabilidade diante de importantes decisões.

Destaca-se que o uso pernicioso de ferramentas de *big data*, com a análise de dados pessoais, tecnologia e estratégia política, transformou, o que eram apenas dados, em informações valiosíssimas. Algoritmos traçaram os perfis de votos indecisos de milhares de pessoas e, com uma estratégia política avassaladora, as mídias sociais bombardearam os eleitores com propagandas direcionadas e até mesmo com *fake news*, afetando diretamente a política dos Estados Unidos e também a política internacional.

Esse monitoramento constante sofrido pelo homem na era digital, rastreado no ciberespaço, o coloca em uma situação de verdadeira fragilidade. O mau uso de dados pessoais e a própria submissão consumista que a sociedade lhe impõe são pontos extremamente favoráveis para uma estratégia política e devem ser investigados de forma mais assertiva para que a essência da democracia não se perca.

2 O ESCÂNDALO FACEBOOK-CAMBRIDGE ANALYTICA E ALIENAÇÃO DO USUÁRIO

A afirmação é impressionante: *Big Data* implica que todas as nossas ações, sejam *online* ou *offline*, deixam rastros digitais. Cada movimento realizado com cartões de crédito, cada acesso ao banco, cada *e-commerce* visitado, cada compra online, cada pesquisa no *Google*, cada movimento com nossos celulares no bolso, cada “like” ou curtida, cada filme escolhido, ou mesmo cada vez que bloqueamos ou deixamos de seguir uma página ou pessoa, todas essas informações são coletadas para traçar nosso perfil psicológico.

Antigamente, quando alguém estava desconectado, seus dados não estavam sendo compartilhados. No entanto, com a proliferação de dispositivos interconectados, como *smartphones*, *tablets* e outros dispositivos inteligentes, até mesmo a simples localização das pessoas pode revelar informações sobre seus gostos, hábitos e comportamentos. As ferramentas de coleta *Big Data* referem-se a grandes volumes de dados, tanto estruturados quanto não estruturados, que inundam as empresas e plataformas digitais diariamente.

O conceito abrange não apenas o volume de dados, mas também a velocidade com que esses dados são gerados e processados, a variedade de tipos de dados e a veracidade (ou incerteza) dos dados. De acordo com a definição encontrada no *Gartner IT Glossary* (Glossário de Tecnologia da Informação)⁴, “Big Data é um ativo de informação de alto volume, alta velocidade e/ou alta variedade que exige formas inovadoras e econômicas de processamento de informações que permitem aprimorar as tomadas de decisão e a automação de processos” (Gutierrez, 2017, pág. 30).

Assim, quando um usuário, de maneira aparentemente inocente, clica no botão de “curtir” em um filme, vídeo, música ou aprecia uma imagem ou foto de um amigo nas redes sociais, ele gera automaticamente dados. Esses dados são coletados por algoritmos avançados, que armazenam e analisam o perfil psicológico do consumidor. Essas informações são transformadas em respostas imediatas, oferecendo produtos e serviços que correspondem às suas necessidades e perfil individual.

Por muitos anos, a finalidade dessas informações armazenadas e analisadas não era clara. O potencial uso desses dados, a quem poderiam beneficiar ou atingir, e o valor econômico dos mesmos eram amplamente desconhecidos.

No entanto, quando o escândalo envolvendo o *Facebook* e a *Cambridge Analytica* emergiu nas manchetes dos principais jornais do mundo, a população estadunidense ficou estupefata ao ver como as informações de milhões de cidadãos foram usadas para manipulá-los nas eleições presidenciais de 2016.

⁴ *In casu*: <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/big-data>;

O método empregado para analisar os dados de milhões de usuários obtidos pelo *Facebook* foi o modelo *Ocean* de psicometria. Esta área da psicologia visa quantificar os traços psicológicos que compõem a personalidade humana. Desenvolvida na década de 1980, a psicometria identificou cinco grandes traços de personalidade: abertura, conscienciosidade, extroversão, amabilidade e neuroticismo, conhecidos pelo acrônimo OCEAN. Essa abordagem permite uma avaliação eficaz das personalidades, proporcionando um perfil psicológico detalhado de cada indivíduo e antecipando seu comportamento (Kelson, 2020).

Os “Cinco Grandes” (*Big Five*), como são conhecidos, se tornaram o padrão na psicometria, uma disciplina que se concentra na medição de traços psicológicos, como a personalidade. No entanto, a coleta de dados era desafiadora devido à necessidade de preencher questionários complexos e altamente pessoais. O surgimento das redes sociais alterou essa dinâmica.

Michal Kosinski, então estudante em Varsóvia, ingressou na Universidade de *Cambridge* para realizar seu PhD no centro de Psicometria. Ele se uniu a *David Stillwell*, criador de um aplicativo para o *Facebook* chamado *MyPersonality*. Os usuários respondiam a questionários psicométricos com base no modelo *Ocean*, fornecendo dados de perfil do *Facebook* aos pesquisadores. O objetivo inicial era coletar respostas de amigos próximos, mas o aplicativo rapidamente obteve uma grande quantidade de dados, permitindo aos pesquisadores compará-los com outras informações online dos usuários.

A análise dessas informações revelou correlações significativas. A partir de simples interações *online*, como curtir determinadas páginas, era possível prever características pessoais, como orientação sexual e afiliação política. *Kosinski* e *Stillwell* demonstraram que, com base em “curtidas” no *Facebook*, poderiam inferir características íntimas dos usuários, com precisão surpreendente (Kelson, 2020).

Essas descobertas revelaram o potencial do modelo psicométrico, que poderia ser aplicado em diversos contextos, desde estratégias comerciais até manipulação política. No entanto, *Kosinski* alertou sobre os riscos dessa tecnologia, reconhecendo seu potencial para ser abusada.

A aplicação do modelo *Ocean* pela *Cambridge Analytica* no processo eleitoral de 2016 evidenciou o poder das tecnologias digitais na influência política. Ao direcionar campanhas políticas com base nas características psicológicas dos eleitores, a empresa demonstrou como a psicometria e o *microtargeting* podem ser utilizados para moldar a opinião pública e influenciar resultados eleitorais. Essa capacidade de manipulação levanta questões sobre os limites éticos do uso de dados pessoais e algoritmos para fins políticos. No entanto,

como argumentado por Diamond (2010) e Sunstein (2018), as tecnologias também têm o potencial de fortalecer a democracia, permitindo que os cidadãos participem mais ativamente, monitorem o governo e ampliem suas liberdades de expressão.

O desafio está, então, em encontrar um equilíbrio entre a utilização responsável dessas ferramentas e a proteção dos direitos individuais e da integridade do processo democrático.

3 A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS E O IMPACTO DAS FAKE NEWS NO BRASIL

Nos últimos anos, o cenário político brasileiro passou por transformações significativas, impulsionadas por uma série de eventos e movimentos que redefiniram a percepção pública e a dinâmica do poder no país. Um desses marcos foi a Operação Lava Jato, iniciada pela Polícia Federal em 2014, que expôs uma extensa rede de corrupção e envolveu figuras proeminentes dos principais partidos políticos, líderes de empresas estatais e empresários de grandes corporações (Kerche e Feres Júnior, 2018).

A Lava Jato revelou a profundidade da corrupção sistêmica no Brasil, resultando na prisão de diversos políticos de alto escalão e empresários influentes. Essa operação não apenas impactou diretamente os envolvidos, mas também gerou um clima de desconfiança e ceticismo entre a população em relação à classe política. A cada nova fase da operação, mais revelações chocantes surgiam, ampliando o desgaste da política tradicional e fomentando um sentimento de indignação e cansaço entre os cidadãos.

Esse cenário de descontentamento atingiu seu ápice nas eleições presidenciais de 2018. Um grande contingente de eleitores estava indeciso ou pretendia anular seus votos, refletindo a crise de confiança na política brasileira e a busca por uma mudança significativa na liderança do país.

No período seguinte, entre 2018 e 2020, o ambiente político continuou turbulento e impulsionou a inovação no uso de tecnologias avançadas, como inteligência artificial e técnicas de *machine learning*, para entender e influenciar o comportamento dos eleitores. Modelos preditivos baseados em análises de mídias sociais emergiram como ferramentas valiosas para campanhas políticas, permitindo traçar perfis de eleitores indecisos e determinar suas proximidades com os candidatos, utilizando dados demográficos e informações de redes sociais como *Facebook*, *Instagram* e *Twitter* (Kerche e Feres Júnior, 2018).

Durante esse período, as redes digitais desempenharam um papel cada vez mais crucial no cenário político brasileiro, influenciando não apenas os resultados eleitorais, mas também ajudando a prever o comportamento dos eleitores com precisão. No entanto, o uso desses dados levantou preocupações sobre privacidade e ética, especialmente à luz da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), que entrou em vigor em 2020 e trouxe uma regulamentação mais rigorosa sobre o tratamento de dados pessoais durante campanhas eleitorais.

4 UM NOVO PARADIGMA POLÍTICO

O recente legado político no Brasil é marcado por um desejo crescente de mudança e por uma vigilância constante da sociedade civil. A operação Lava Jato e outras iniciativas similares demonstraram que a justiça pode alcançar os poderosos, incentivando uma maior participação cívica e uma demanda por transparência e responsabilidade. Esse contexto tem moldado um novo paradigma político, onde as campanhas precisam ser mais estratégicas e baseadas em dados, focando em alcançar e convencer os eleitores de maneira mais personalizada e eficiente.

À medida que o Brasil avança para novas eleições, o cenário político continua a evoluir. O uso de tecnologias digitais, a regulamentação de dados pessoais e a luta contra a desinformação são temas centrais. O legado dos últimos anos molda as estratégias futuras, com lições aprendidas sobre a importância da ética, transparência e engajamento público na construção de uma democracia mais robusta e resiliente.

O uso de inteligência artificial, especificamente técnicas de *machine learning*, para traçar o perfil de eleitores indecisos e determinar sua proximidade com os candidatos, tem se mostrado uma ferramenta poderosa e inovadora. Utilizando dados demográficos e informações de redes sociais como *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*, esses modelos demonstram como as redes digitais podem influenciar os resultados eleitorais e ajudar a prever o comportamento dos eleitores.

A implementação da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), Lei nº 13.709/2018 (Brasil, 2018), que entrou em vigor em agosto de 2020, trouxe uma regulamentação rigorosa sobre o uso de dados pessoais, garantindo maior segurança e transparência no tratamento dessas informações durante campanhas eleitorais. Esta legislação tem um papel crucial na proteção da privacidade dos eleitores, ao mesmo tempo que permite o uso ético e responsável de dados para estratégias de campanha.

O modelo de IA apresentado não apenas previu resultados eleitorais com precisão, mas também ofereceu uma nova perspectiva para as campanhas políticas, permitindo estratégias mais assertivas para alcançar eleitores indecisos e reduzir o impacto negativo das *fake news*. Essa abordagem possibilitou aos candidatos direcionarem seus esforços para regiões com maior aceitação ou trabalharem para reduzir índices de rejeição, atendendo aos anseios da população e consolidando seus votos.

As eleições de 2018 destacaram a importância das tecnologias digitais e das redes sociais no cenário político, evidenciando que a interação nas redes vai além do período eleitoral. Estabeleceu-se uma relação contínua entre eleitores e políticos, onde a comunicação e o engajamento são constantes. A evolução tecnológica trouxe desafios, como a necessidade de combater a disseminação de *fake news*, mas também apresentou oportunidades para uma participação cívica mais informada e ativa.

Em resumo, o uso de tecnologias avançadas e a regulamentação de dados pessoais estão transformando a paisagem política brasileira. O futuro das campanhas políticas depende de um equilíbrio entre inovação e ética, garantindo que as ferramentas digitais sejam utilizadas para fortalecer a democracia, promovendo transparência, responsabilidade e engajamento cívico. As lições aprendidas nos últimos anos são fundamentais para construir uma democracia mais resiliente, onde o poder está verdadeiramente nas mãos dos cidadãos.

O combate à desinformação e ao uso abusivo de inteligência artificial (IA) é um dos maiores desafios para as eleições de acordo com especialistas nacionais e internacionais.

5 LGPD, PLATAFORMAS DIGITAIS E REGULAMENTAÇÃO ELEITORAL: Um Olhar sobre a Resolução n° 23.732/2024 do Tribunal Superior Eleitoral

A internet reduziu as distâncias, possibilitando a comunicação praticamente instantânea entre diferentes partes do mundo, com som e imagens de alta definição. O século XXI é caracterizado pelo auge da internet e pela capacidade de interconectar diversas fontes de dados. Nesse contexto, a proteção da privacidade e dos dados pessoais se torna cada vez mais importante, uma vez que a economia da sociedade atual é movida por dados (Parentoni, 2015).

Em relação à regulamentação desse tema, destaca-se a influência significativa do Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD) da Europa, aprovado pelo Parlamento Europeu e pelo Conselho da União Europeia em abril de 2016. Esta norma europeia de regulação do tratamento de dados pessoais tem impacto nos países membros e além. Segundo

Leonardo Parentoni e Henrique Cunha Souza Lima (2019), “no Brasil, essa influência é evidente, pois a LGPD foi baseada no RGPD, consagrando praticamente os mesmos direitos”.

No Brasil, a proteção de dados pessoais era contemplada por várias leis esparsas, mas foi somente em 2018 que o país adotou uma legislação abrangente sobre o tema: a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, conhecida como Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). De acordo com o artigo 1º da LGPD, esta lei regula o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, tanto por indivíduos quanto por organizações públicas e privadas. Seu principal objetivo é proteger os direitos fundamentais de liberdade, privacidade e o desenvolvimento pessoal (Brasil, 2018).

A LGPD trouxe avanços significativos, estabelecendo fundamentos importantes, conforme seu artigo 2º, como o respeito à privacidade, a autodeterminação informativa, a liberdade de expressão, a liberdade de informação, a comunicação e opinião, a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem, além do incentivo ao desenvolvimento econômico e tecnológico, à inovação, à livre iniciativa, à livre concorrência e à defesa do consumidor. A lei também sublinha a importância dos direitos humanos, do desenvolvimento pessoal, da dignidade e do exercício da cidadania (Brasil, 2018).

As campanhas políticas têm adotado cada vez mais novas ferramentas e técnicas de *marketing* comercial baseadas no uso de dados pessoais. Essas práticas comuns incluem: (i) microdirecionamento (*microtargeting*) e impulsionamento de notícias, propagandas e anúncios pagos; (ii) segmentação de audiências com base em perfis específicos e amostras selecionadas; e (iii) envio automatizado de mensagens em massa (Brito Cruz, 2020). Nesse contexto, os dados pessoais tornaram-se um recurso valioso para a personalização e customização da comunicação política entre candidatos e eleitores, utilizando as preferências, hábitos e opiniões dos eleitores.

Por um lado, esse cenário pode ser benéfico para a democracia, aumentando o engajamento e a proximidade entre eleitores e candidatos, além de oferecer maiores oportunidades para candidatos com menos recursos. Por outro lado, apresenta riscos aos direitos de privacidade e proteção de dados pessoais dos eleitores e pode ameaçar a integridade do processo eleitoral (Brito Cruz & Massaro, 2020). Para garantir que o tratamento de dados pessoais por campanhas político-eleitorais não viole direitos fundamentais e ocorra dentro dos limites dos valores democráticos, é essencial um regime de proteção de dados que considere as especificidades do processo eleitoral. No entanto, ainda existem lacunas na proteção da privacidade e dos dados pessoais dos eleitores brasileiros, pois a regulação eleitoral apresenta “limitações estruturais, conceituais e operacionais para lidar com um novo cenário de

ferramentas de marketing político digital baseado na coleta, tratamento, análise e uso de dados pessoais” (Brito Cruz & Massaro, 2020, p. 554).

Apesar dos avanços representados pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709/2018) e pela criação da Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD)⁵, ainda não estão completamente claras as implicações da LGPD no processo eleitoral e o papel da ANPD na fiscalização das campanhas políticas.

Assim, torna-se essencial identificar essas lacunas para propor soluções que promovam uma “maior sinergia entre a legislação eleitoral e o marco regulatório de proteção de dados pessoais”, assegurando interpretações que maximizem a efetividade dos direitos fundamentais envolvidos (Mendes *et al.*, 2020, p. 151).

O combate à desinformação e ao uso abusivo de inteligência artificial (IA) é um dos principais desafios das eleições, conforme apontam especialistas tanto nacionais quanto internacionais.

No cenário brasileiro, com a proximidade das eleições municipais de 2024 e eleições gerais em 2026, existiram vários projetos relacionados à IA no Congresso, incluindo o polêmico Projeto de Lei 2.630/2020, apelidado de PL das *Fake News*. Neste diapasão, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) tem desempenhado um papel central na regulação dessas questões desde 2019, buscando preencher as lacunas normativas existentes.

Para o pleito de 2024, o TSE aprovou 12 resoluções, entre elas a Resolução nº 23.732, de 27 de fevereiro de 2024, que trata da propaganda eleitoral em plataformas digitais, alterando a Resolução nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019. Essa nova resolução atualiza os dispositivos da norma de 2019, abordando temas como disparo em massa, o impulsionamento pago de conteúdo político-eleitoral, o uso de conteúdo gerado por IA e a remoção de “fatos notoriamente inverídicos ou descontextualizados”.

6 O MODELO PROPOSTO NO BRASIL: Principais pontos

⁵ A Autoridade Nacional de Proteção de Dados foi criada pela Medida Provisória nº 869, de 2018, convertida na Lei nº 13.853, de 08 de julho de 2019, que alterou a Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD (Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018), e passou a funcionar efetivamente com a nomeação de seu primeiro Diretor-Presidente, em 05 de novembro de 2020. No ano de 2022, um novo marco se evidenciou: a Medida Provisória nº 1.124, de 13 de junho de 2022, convertida na Lei nº 14.460, de 25 de outubro de 2022, alterando a Lei nº 13.709/2018, e transformando a Autoridade Nacional de Proteção de Dados em autarquia de natureza especial. Já em 23 de janeiro de 2023, foi publicado o Decreto nº 11.401, passando a vincular a ANPD ao Ministério da Justiça e Segurança Pública. A estrutura regimental e o quadro de cargos da Autoridade foram definidos e aprovados pelo Decreto nº 10.474, de 26 de agosto de 2020, alterada pelo Decreto nº 10.975, de 22 de fevereiro de 2022, e, posteriormente, pelo Decreto nº 11.202, de 21 de setembro de 2022. *In casu*: <https://www.gov.br/anpd/pt-br/acesso-a-informacao/institucional/base-juridica>; Acesso em 02 de junho de 2024.

Muitos esforços têm sido feitos na área de regulamentação da Internet no Brasil. No entanto, enquanto a maioria dos projetos de lei busca regular a Rede estabelecendo sanções criminais, frequentemente transformando em infrações práticas comuns dos usuários, o Marco Civil da Internet tomou uma direção completamente oposta.

A Lei 12.965/14 (Brasil, 2014), conhecida popularmente como Marco Civil da Internet, é responsável por regulamentar o seu uso no Brasil. Seu objetivo é estabelecer direitos, deveres e garantias no meio digital. Essa legislação procurou desenvolver soluções envolvendo todos os interessados na criação de uma governança justa para os usuários da rede. Esse enfoque promove muitos dos princípios da democracia participativa, buscando sua implementação através do uso da Internet (Brito *et al.*, 2024).

As eleições de 2018 nos trouxeram um aprendizado valioso, destacando a importância das tecnologias digitais e das redes sociais no contexto político. Dados provenientes de plataformas como *Instagram*, *Facebook* e *Twitter* foram fundamentais para o modelo preditivo analisado, enquanto a atividade dos candidatos nessas redes aumentou sua visibilidade e a interação com o público (Goldzweig, 2018). Atualmente, aplicativos de interação criam um vínculo entre parlamentares e eleitores que ultrapassa o simples ato de “seguir”. Os eleitores, como participantes ativos das redes sociais, esperam que os políticos compartilhem atualizações sobre seu trabalho e “ouçam” suas queixas e opiniões, promovendo uma interação contínua além do período eleitoral.

No Brasil, há uma crescente atenção à relação entre inteligência artificial e o processo eleitoral. Atualmente, cerca de 46 projetos legislativos que visam regulamentar o uso da inteligência artificial estão em tramitação na Câmara dos Deputados e no Senado Federal (Senado Federal, 2024). Entretanto, ainda que se apressasse os julgamentos destes projetos, possivelmente teriam aplicabilidade somente nas eleições gerais de 2026, o que despertou o grande interesse do TSE em priorizar a regulação da propaganda eleitoral, culminando com a Resolução nº 23.732/2024.

Não se pode negar a proatividade do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) do Brasil na regulamentação do uso da inteligência artificial (IA) nas eleições. Exercendo seu poder regulador, conforme previsto no artigo 1º, parágrafo único do Código Eleitoral Brasileiro, o TSE editou a Resolução nº 23.732/2024, que altera a Resolução nº 23.610/2019. Com essa nova resolução, o TSE estabeleceu parâmetros específicos para o uso da IA nas eleições de 2024, abordando aspectos como transparência, ética e segurança na utilização de algoritmos e sistemas automatizados no contexto eleitoral. Além disso, a resolução fornece uma definição clara do que constitui IA garantindo um entendimento comum para a sua aplicação (STF, 2023).

No entanto, a Resolução nº 23.732/2024 tem enfrentado críticas, especialmente por supostamente violar o regime geral de responsabilidade do Marco Civil da Internet (MCI) estabelecido na Lei nº 12.965/2014, para provedores de aplicações, conforme estabelecido no *caput* do artigo 19 (MCI).

Os críticos da resolução argumentam que, enquanto o Marco Civil da Internet (MCI) institui um regime de responsabilidade subsidiária por omissão para as plataformas digitais - responsabilizando-as apenas após o descumprimento de uma ordem judicial específica que exige a remoção de determinado conteúdo - o artigo 9º - E da nova Resolução do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) introduziria um novo regime: o de responsabilidade solidária dos provedores de aplicação. Isso ocorre quando estes não promovem a indisponibilização imediata de certos conteúdos e contas, em situações definidas nos incisos subsequentes, durante o período eleitoral.

A Resolução nº 23.732/2024 do TSE reflete significativamente os princípios estabelecidos na regulamentação europeia sobre inteligência artificial, especialmente no que se refere à transparência. Isso é evidente na exigência de que os eleitores sejam explicitamente informados sobre a fabricação, manipulação e tecnologia utilizada nas ferramentas de IA empregadas no processo eleitoral (Alves Filho, 2024).

Outro aspecto crucial da resolução é a regulamentação específica do uso de *chatbots* que simulam interações humanas. Estes *bots* têm a capacidade de exibir mensagens rapidamente e interagir com conteúdo de outros usuários, criando a ilusão de serem humanos. Eles são frequentemente empregados em contextos políticos e de mídia social, onde podem ser utilizados para manipulação política e amplificação de discursos de ódio, entre outros fins. De acordo com a resolução, é exigido que, em tais situações, haja um aviso explícito de que a interação está sendo conduzida por uma IA. Essa medida busca assegurar que os eleitores estejam plenamente conscientes da natureza da comunicação, prevenindo confusões ou equívocos quanto à origem das informações e interações (Alves Filho, 2024).

O artigo 9º - B desta resolução impõe a obrigação aos responsáveis pela propaganda de informar de forma explícita e destacada quando o conteúdo foi fabricado ou manipulado por IA. Essa obrigação deve ser cumprida no início das peças ou comunicações em áudio, por meio de rótulo e audiodescrição em imagens estáticas, e de acordo com o tipo de veiculação em peças de vídeo ou áudio e vídeo, além de ser aplicada em cada página ou face de material impresso. A resolução também define exceções, como ajustes para melhoria da qualidade de imagem ou som, produção de elementos gráficos de identidade visual e recursos de *marketing* comuns em campanhas. Além disso, o uso de *chatbots*, avatares e conteúdos sintéticos para intermediar a

comunicação de campanha está sujeito às mesmas regras, proibindo qualquer simulação de interlocução com pessoas reais. O descumprimento dessas regras pode acarretar na remoção imediata do conteúdo ou na indisponibilidade do serviço de comunicação, conforme determinação judicial ou iniciativa do provedor de aplicação, sem prejuízo de apuração nos termos previstos na própria resolução. Essas medidas visam garantir a transparência e a integridade do processo eleitoral, assegurando que os eleitores recebam informações corretas e não sejam manipulados por conteúdos falsos ou distorcidos.

Essas disposições demonstram um compromisso com o uso ético da Inteligência Artificial, alinhando-se aos padrões internacionais e contribuindo para a criação de um ambiente eleitoral mais seguro e confiável, onde a tecnologia é utilizada de maneira responsável e consciente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sob uma perspectiva otimista, a Resolução 23.732/2024 do TSE representa um avanço significativo na regulação do uso de tecnologias emergentes, como a inteligência artificial, no processo eleitoral. Esta resolução visa garantir um ambiente eleitoral mais transparente e justo, combatendo a disseminação de *fake news* e *deepfakes*, que podem distorcer a percepção pública e influenciar indevidamente as eleições. Ao exigir a rotulagem de conteúdos que utilizam IA, a resolução promove a transparência e permite que os eleitores saibam quando estão interagindo com conteúdo gerado por máquinas. A proibição de *deepfakes* e a restrição do uso de *chatbots* para simular conversas com candidatos são medidas que ajudam a proteger a integridade da informação e a confiança no processo eleitoral. A implementação de registros detalhados de tratamento de dados pessoais, conforme a LGPD, e a exigência de relatórios de impacto para tratamentos de alto risco, mostram um compromisso com a proteção da privacidade dos eleitores. Este modelo brasileiro pode servir de exemplo para outras nações, demonstrando como a regulamentação pode equilibrar inovação tecnológica e proteção democrática.

Por uma perspectiva pessimista, a Resolução 23.732/2024 do TSE pode ser vista como uma tentativa insuficiente e potencialmente ineficaz de regular o uso de inteligência artificial nas campanhas eleitorais. A exigência de rotulagem de conteúdos que utilizam IA pode ser facilmente contornada por campanhas mais sofisticadas, e a falta de clareza sobre o que constitui “conteúdo falso” pode levar a abusos e censura arbitrária. Além disso, a ausência de mecanismos robustos para a identificação e comprovação do uso de IA nas campanhas

levanta dúvidas sobre a aplicabilidade prática da resolução. As restrições sobre *deepfakes* e *chatbots*, embora bem-intencionadas, podem ser difíceis de implementar e fiscalizar, especialmente sem tecnologia avançada para detectar tais práticas. A insegurança jurídica gerada pela natureza administrativa da resolução, em contraste com a força de uma lei federal, pode levar a contestação e incerteza, prejudicando a confiança das plataformas *online* e dos eleitores. Em última análise, sem uma infraestrutura adequada para monitorar e aplicar essas regras, a resolução pode falhar em alcançar seus objetivos de preservar a integridade do processo eleitoral.

Este trabalho conclui que a adequação do processo eleitoral à LGPD, promovida pela Resolução nº 23.671/2021, é de suma importância, especialmente considerando o aumento do uso de meios digitais, a formação de bancos de dados e a necessidade de garantir o direito fundamental à proteção dos dados pessoais (Emenda Constitucional 155/2022).

Sob uma perspectiva realista, a Resolução 23.732/2024 do TSE representa um passo necessário, ainda que imperfeito, na regulação do uso de inteligência artificial nas campanhas eleitorais brasileiras. A exigência de rotulagem de conteúdos e a proibição de *deepfakes* e *chatbots* são medidas pragmáticas para enfrentar os desafios trazidos pela tecnologia. No entanto, a efetividade dessas medidas dependerá da capacidade do TSE de desenvolver e implementar mecanismos adequados para detectar e comprovar o uso de IA de maneira confiável. A resolução também destaca a importância de proteger os dados pessoais dos eleitores, alinhando-se com a LGPD e exigindo registros detalhados e relatórios de impacto para tratamentos de alto risco. Embora possa haver desafios na aplicação prática e possíveis contestações jurídicas, a resolução estabelece uma base importante para futuras melhorias e adaptações na regulação eleitoral. A conscientização pública e a colaboração com especialistas em tecnologia serão cruciais para refinar e fortalecer estas medidas, assegurando que o avanço tecnológico não comprometa a integridade democrática do processo eleitoral.

O uso de inteligência artificial em eleições oferece muitas oportunidades para melhorar a eficácia das campanhas e a compreensão do comportamento eleitoral, mas também apresenta desafios éticos significativos que devem ser cuidadosamente considerados. A transparência, a responsabilidade e a proteção da privacidade são essenciais para garantir que a IA seja usada de maneira justa e ética em contextos eleitorais. É crucial que regulamentações e diretrizes claras sejam estabelecidas para orientar o uso da IA nas eleições e proteger a integridade do processo democrático.

REFERÊNCIAS

ALVES FILHO, F. C. As diretrizes éticas e o desenho baseado em risco adotado pela União Europeia. **CONTRIBUCIONES A LAS CIENCIAS SOCIALES**, [S. l.], v. 17, n. 4, p. e6522, 2024. DOI: 10.55905/revconv.17n.4-238. Disponível em: <https://ojs.revistacontribuciones.com/ojs/index.php/clcs/article/view/6522>. Acesso em: 02 de junho de 2024.

BRASIL. **LEI Nº 12.965, DE 23 DE ABRIL DE 2014**. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm; Acesso em: 02 de junho de 2024.

BRASIL. **LEI Nº 13.709, DE 14 DE AGOSTO DE 2018**. Dispõe sobre a proteção de dados pessoais e altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet). Diário Oficial da União, Brasília, DF, número 157, 15 ago. 2018, Seção 1, p. 59-64. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm; Acesso em: 02 de junho de 2024.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução nº 23.671, de 14 de dezembro de 2021**. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2021/resolucao-no-23-671-de-14-de-dezembro-de-2021>. Acesso em: 02 de junho de 2024.

BRASIL. STF. **AÇÃO DIRETA DE INCONSTITUCIONALIDADE ADI 7.261. DISTRITO FEDERAL. 2023**. Disponível em: <https://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=TP&docID=774895965>. Acesso em: 02 de junho de 2024.

BRASIL. STF. NOTÍCIAS. **STF confirma validade de norma do TSE voltada ao combate à desinformação durante processo eleitoral. 2023**. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=522844&ori=1>. Acesso em: 02 de junho de 2024.

BRASIL. TSE. **RESOLUÇÃO Nº 23.732, DE 27 DE FEVEREIRO DE 2024**. Altera a Res.-TSE nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019, dispondo sobre a propaganda eleitoral. 2024. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2024/resolucao-no-23-732-de-27-de-fevereiro-de-2024>. Acesso em: 02 de junho de 2024.

BRITO CRUZ, Francisco. **Novo Jogo, Velhas Regras: Democracia e Direito na Era da Nova Propaganda Política**. Belo Horizonte: Letramento, 2020.

BRITO CRUZ, Francisco; MASSARO, Heloísa. **Dados pessoais em campanhas políticas: a construção de uma ponte entre proteção de dados pessoais e regulação eleitoral**. In: MENDES, Laura Schertel; DONEDA, Danilo; BIONI, Bruno; SARLET, Ingo Wolfgang; RODRIGUES JR., Octávio Luiz (Coord.). Tratado de Proteção de Dados Pessoais. Rio de Janeiro: Editora Forense (GEN), 2020, p. 554.

BRITO, Auriney. Longhi, João Victor Rozatti. Cardoso, Matthäus Marçal Pavanini. Falavinha, Samuel. **Propaganda Eleitoral na Internet - 2ª Ed** – São Paulo: Saraiva, 2024, p. 216.

DE LLANO, Pablo. **Consultoria que trabalhou para Trump fez maior roubo de dados da história do Facebook.** El País, 18 mar. 2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/03/17/internacional/1521308795_755101.html; Acesso em: 02 de junho de 2024.

DE LUCCA, Newton. MACIEL, Renata Mota. **A lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018: a disciplina normativa que faltava.** In: In: DE LUCCA, Newton; SIMÃO FILHO, Adalberto; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de; MACIEL, Renata Mota (Coord.). *Direito & internet IV: sistema de proteção de dados pessoais*. São Paulo: Quartier Latin, 2019. p. 21-50.

DE MATTOS CRUZ, Sylvio Augusto. **Big data e o fim do livre arbítrio: a democracia manipulada.** Pensar Acadêmico, v. 19, n. 3, p. 1083-1102, 2021. Disponível em: <https://www.pensaracademico.unifacig.edu.br/index.php/pensaracademico/article/view/2536/2091>; Acesso em: 02 de junho de 2024.

DIAS, Daniel Pires Novais; BELLI, Luca; ZINGALES, Nicolo; GASPAR, Walter; CURZI, Yasmin. **Plataformas no Marco Civil da Internet: a necessidade de uma responsabilidade progressiva baseada em riscos.** civilistica.com, [S. l.], v. 12, n. 3, p. 1–24, 2023. Disponível em: <https://civilistica.emnuvens.com.br/redc/article/view/931>. Acesso em: 02 de junho de 2024.

DIAMOND, L. Liberation technology. **Journal of Democracy**, v. 21, n. 3, p. 69-83, 2010. Disponível em: <https://www.journalofdemocracy.org/articles/liberation-technology/>. Acesso em: 02 de junho de 2024.

DONEDA, D.; ALMEIDA, V., A., F. **O que é a governança de algoritmos?** PoliTICS, n. 24, 2016. Disponível em: <https://politics.org.br/edicoes/o-que-%C3%A9-governan%C3%A7a-de-algoritmos> . Acesso em: 02 de junho de 2024.

ENEAS, Guilherme et al. **Predictive model for Brazilian presidential election based on analysis of social media.** In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON NATURAL COMPUTATION: FUZZY SYSTEMS AND KNOWLEDGE DISCOVERY (ICNC-FSKD). Kunming, 2019.

GARTNER IT Glossary. **Definition of BIG DATA.** 2012. Disponível em: <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/big-data>; Acesso. 02 de junho de 2024.

GOLDZWEIG, Rafael Schmuziger. **Por que devemos nos preocupar com a influência das redes sociais nas eleições de 2018?** EL PAÍS Brasil. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/21/opinion/1537557693_143615.html; Acesso. 02 de junho de 2024.

GUIA ORIENTATIVO APLICAÇÃO DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS (LGPD) por agentes de tratamento no contexto eleitoral [recurso eletrônico]. – Dados eletrônicos (65 páginas). Brasília: Tribunal Superior Eleitoral, 2021.

GUTIERRES, Luna Neide Macedo. **O conceito de big data: novos desafios, novas oportunidades.** 2017. 114 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design

Digital) - Programa de Estudos Pós-Graduados em Tecnologias da Inteligência e Design Digital, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2017.
Disponível em: <https://repositorio.pucsp.br/handle/handle/20455>; Acesso em: 02 de junho de 2024.

KELSON, Pedro. **O homem nu: tecnologias de vigilância e os perigos para a democracia**. Sociedade Viglada, organizado por Ladislau Dowbor. Anatomia Literária e outras palavras. p. 66, 2020. Disponível em: <https://dowbor.org/wp-content/uploads/2021/03/Sociedade-Viglada.pdf#page=66>; Acesso em: 02 de junho de 2024.

KERCHE, Fábio; FERES, João. JÚNIOR. (coords.). **Operação Lava Jato e a democracia brasileira**. São Paulo: Contracorrente, 2018. 256p. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbcpol/a/smT4BjgtVNYWJkZ77W5tQBw/>; Acesso em: 02 de junho de 2024.

LAPOWSKY, Isse. **How Cambridge Analytica sparked the great privacy awakening**. Wired. São Francisco: 17 mar 2018. Disponível em: <https://www.wired.com/story/cambridge-analytica-facebook-privacy-awakening/>; Acesso em: 02 de junho de 2024.

MENDES, Laura Schertel; DONEDA, Danilo; BACHUR, João Paulo. **Manipulação da informação, fake news e os novos desafios para a democracia**. In: Fake News e as Eleições 2018. Cadernos Adenauer, São Paulo, ano XIX, v. 4, 2018, p. 151.

MIELKE, Ana. **Big Techs: o humano perde mais espaço**. Outras Palavras. Jornalismo de profundidade e pós-capitalismo. Seção tecnologia em Disputa. Publicado em 26/02/2024. Atualizado em 26/02/2024. Disponível em: <https://outraspalavras.net/tecnologiaemdisputa/big-techs-o-humano-perde-mais-espaco/>; Acesso em: 02 de junho de 2024.

PARENTONI, Leonardo. **O Direito ao Esquecimento [Right to Oblivion]**. In: DE LUCCA, Newton; SIMÃO FILHO, Adalberto; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de; MACIEL, Renata Mota (coord.). Direito & Internet III: Marco Civil da Internet (Lei n. 12.965/2014). São Paulo: Quartier Latin, 2015, p. 540.

PARENTONI, Leonardo. LIMA, Henrique Cunha Souza. **Proteção de Dados Pessoais no Brasil: Antinomias Internas e Aspectos Internacionais**. In: DE LUCCA, Newton. SIMÃO FILHO, Adalberto. LIMA, Cíntia Rosa Pereira de. MACIEL, Renata Mota (coord.). Direito & Internet IV: sistema de proteção de dados pessoais. São Paulo: Quartier Latin, 2019. pp. 483-511.

PINTO, C. M.; SILVA, G. E. V. O USO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NAS ELEIÇÕES. **Revista Contemporânea**, [S. l.], v. 2, n. 4, p. 37–41, 2022. DOI: 10.56083/RCV2N4-003. Disponível em: <https://ojs.revistacontemporanea.com/ojs/index.php/home/article/view/231>. Acesso em: 02 de junho de 2024.

RAMOS, Julia Lonardonl; LATTANZIO, Daniel Zonzinl; GONÇALVES, Guilherme de Salles; QUEIROZ, Renata Capriolli Zocatelli (organizadores). **LGPD x Campanha Eleitoral: perspectivas e desafios**. Londrina, PR: Thoth, 2022. Disponível em: file:///C:/MEUS%20DADOS%20NAO%20APAGAR/Downloads/LGPD_X_CAMPANHA_ELEITORAL_PERSPECTIVAS_E.pdf. Acesso em: 02 de junho de 2024.

SANTOS, Bruna et al.: Proteção de Dados Pessoais e Eleições - **Relatório de Recomendações para o quadro brasileiro atual**, InternetLab - Law and Technology Research Center, São Paulo, 2021. Disponível em: <https://www.internetlab.org.br/pt/informacao-e-politica/e-lancado-relatorio-de-recomendacoesde-protecao-de-dados-pessoais-eleicoes/>; <https://www.econstor.eu/handle/10419/242251>; Acesso em: 02 de junho de 2024.

SUNSTEIN, Cass. As Mídias Sociais São Boas ou Ruins para Democracia. **Revista Internacional de Direitos Humanos**, v. 15, n. 27, p. 85-92, 2018. Disponível em: <https://sur.conectas.org/wp-content/uploads/2018/07/sur-27-portugues-cass-sunstein.pdf>. Acesso em: 02 de junho de 2024.

ZUBOFF, S. **Big Other: capitalismo de vigilância e perspectivas para uma civilização de informação**. In: BRUNO, F et al. (eds). *Tecnopolíticas da vigilância: perspectivas da margem*. São Paulo: Boitempo, 2018. p. 42-43.