



# SUGESTÕES PARA RESOLUÇÕES ELEITORAIS



Instituto  
**DEMOCRACIA**  
**EM XEQUE**

# SUGESTÕES DO INSTITUTO DEMOCRACIA EM XEQUE PARA RESOLUÇÕES ELEITORAIS

► [MINUTA DA RESOLUÇÃO DE PROPAGANDA ELEITORAL \(LINK\)](#)

!Observação! Escrito em azul estão as modificações propostas.

## DISPOSITIVO

Art. 3º-B. (Artigo)      **Pedido de Alteração**      **Inclusão**

### • Texto

Art. 3º-B. O impulsionamento de conteúdo político-eleitoral será permitido durante a pré-campanha, **considerado o período entre 6 de abril e 15 de agosto do ano da eleição**, nos mesmos termos da campanha, vedado pedido explícito de votos e observada a moderação e a transparência dos gastos.

**O impulsionamento na pré-campanha em páginas dos candidatos só poderá ser feito via partido político, devendo constar na prestação de contas do partido.**

### • Justificativa

Não há definição clara tampouco indicador preciso de qual seria a extensão do período de pré-campanha, que, via de regra, é entendido como período indefinido em que não é permitido propaganda antecipada. De modo a evitar campanha permanente ou a favorecer candidaturas que já operam em ritmo de campanha permanente, e tendo em vista que, desde 2022, as resoluções estendem a possibilidade de o serviço de impulsionamento de propaganda eleitoral ser contratado em plataformas digitais antes das eleições, surge a necessidade premente de organizar e estipular um marco temporal inicial para o momento de pré-campanha no que diz respeito ao ato de comunicação de finalidade eleitoral, principalmente, sem pedido explícito de voto. Entende-se, portanto, existir a necessidade de responsabilizar o partido por estruturar, encorajar e financiar



campanhas de natureza eleitoral em plataformas digitais antes do início oficial de campanha. Sugere-se, neste sentido, que o dia 6 de abril, quando se dão registro de estatuto e filiação partidária, passe a ser interpretado como período de pré-campanha no Brasil para fins de impulsionamento de publicações e regras sobre uso de tecnologias digitais, sem prejuízo que ilegalidades tradicionais como propaganda antecipada, propaganda proibida, etc., sejam responsabilizadas se praticadas antes deste prazo. **A despeito desta consideração e desta sugestão, o Democracia em Xequê, entretanto, não coaduna com a permissão de contratação de impulsionamento de publicação em plataformas digitais no período da pré-campanha. Ressalta-se que o impulsionamento configurou-se o segundo principal gasto das campanhas eleitorais em 2022, o que é direcionado às Big Techs, que passam a ter as eleições do Brasil como grande oportunidade de lucro.**

## DISPOSITIVO

### Art. 3º-B (Parágrafo Único) Alteração

#### • Texto

“Parágrafo único. O provedor de aplicação que preste serviço de impulsionamento fica obrigado a *tornar disponíveis e manter repositórios de anúncios para acompanhamento, em tempo real, do conteúdo, dos valores, dos responsáveis pelo pagamento e da audiência perfilada da publicidade contratada, o que deve estar acessível por meio de ferramenta digital que permita busca avançada dos dados*”

*O provedor de aplicação de internet que venda serviço de direcionamento de conteúdo mediante pagamento deve inserir rótulo que identifique, aos usuários, a coligação responsável e o período da veiculação.*

#### • Justificativa

Torna-se imprescindível definir, detalhar e qualificar o que se entende por “mecanismos de transparência” sob risco de inviabilizar qualquer tentativa de fiscalização de regras referentes à contratação de serviço de impulsionamento de propaganda eleitoral em plataformas digitais durante o processo eleitoral. Mecanismo de transparência, portanto, pode significar desde publicação de relatório de transparência até as chamadas bibliotecas de anúncios. Neste sentido,



para evitar dubiedade na interpretação, ineficácia da regra e retrocesso no modo como os anúncios (políticos) digitais podem ser escrutinados hoje, entende-se a necessidade imperativa de explicitar a obrigatoriedade de os provedores que pretendam oferecer serviços de contratação de anúncios políticos nas eleições brasileiras, como hoje permitido, tornarem públicas e atualizadas, em tempo real, as bibliotecas de anúncios, devendo esta ferramenta digital ser buscável e tornar disponíveis dados como teor do conteúdo, valores, responsáveis pelo pagamento, mas também outros como, principalmente, as características de perfilamento do público-alvo da propaganda eleitoral. **Plataformas que não possuem mecanismos de auditoria e controle não podem, portanto, vender anúncios.**

## DISPOSITIVO

### Art. 3º-B (Parágrafo) Inclusão

#### • Texto

I. O provedor de aplicação de internet que preste serviço de impulsionamento deve realizar a guarda de dados pelo período de sete anos após o término das eleições, devendo incluir todos os pedidos recebidos, tanto os aprovados quanto os rejeitados.

II. No caso de conteúdos removidos por atividade de moderação ou por ordem judicial, esses dados devem ser guardados pelo prazo mínimo de três anos a partir do momento do pedido realizado.

#### • Justificativa

Os dados das bibliotecas de anúncios precisam ser guardados e estarem acessíveis por prazo determinado com o objetivo de propiciar fiscalização e eventual responsabilização desde a pré-campanha até sete anos após o término das eleições. A mesma lógica vale para a remoção de conteúdo por atividade de moderação desempenhada pela plataforma ou por decisão judicial obedecida pela plataforma.



.....

## DISPOSITIVO

### Art. 3º-C. (Artigo) Alteração

#### • Texto

Art. 3º-C. O conteúdo político-eleitoral veiculado **durante a pré-campanha, conforme disposto no Art. 3º-B.**, deve seguir regramento a respeito da transparência e aviso ao cidadão sobre o uso de tecnologias digitais para criar, substituir, omitir, mesclar, alterar a velocidade ou sobrepor imagens e sons, nos termos do art. 9º-B desta Resolução.

#### • Justificativa

Sugere-se a necessidade de substituir “período anterior à campanha” por “durante a pré-campanha”, com o objetivo de a redação ser mais objetiva, clara e direta, e de remeter ao Art.3B, que, idealmente, estipulará o período de pré-campanha para o caso de impulsionamento e uso de tecnologias digitais, como a adoção de inteligências artificiais.

.....

## DISPOSITIVO

### Art. 8º - § 1º (Parágrafo) Alteração

#### • Texto

Art. 8º

§ 1º No caso de a propaganda eleitoral na internet veicular ~~desinformação~~ **que fatos sabidamente inverídicos ou gravemente descontextualizados que comprometam a integridade do processo eleitoral e que atentem contra o Estado Democrático de Direito**, as juízas e os juízes mencionados neste artigo ficarão vinculados às decisões do Tribunal Superior Eleitoral sobre mesmo tema e objeto quanto à remoção ou à manutenção de conteúdos idênticos.

#### • Justificativa

Considera-se que não há razão para uso do termo “desinformação” quando a conhecida e consensual expressão “fatos sabidamente inverídicos e gravemente descontextualizados”, que, desde 2022, passou a enquadrar os casos que afrontam a integridade do processo eleitoral, dá conta de abarcar toda sorte de conteúdo prejudicial e nocivo e discursos violentos, seja por informar equivocadamente seja por buscar influenciar artificialmente o voto do eleitor.



.....

## DISPOSITIVO

### Art. 9º (Parágrafo) Supressão

#### • Texto

Parágrafo único. A classificação de conteúdo por agências de verificação de fatos que tenham firmado termo de cooperação com o Tribunal Superior Eleitoral será feita de forma independente e sob responsabilidade daquelas, podendo ser utilizada como parâmetro para aferição de violação ao dever de cuidado de que trata o caput deste artigo." (NR).

#### • Justificativa

Entendendo que as agências de verificação de fatos não classificam somente conteúdo suspeito que circula em plataformas digitais, mas também discurso político de candidatos e candidatas, ambos os casos com diferente etiquetagem, o texto não é suficientemente claro sobre qual tipo de conteúdo, portanto, será usado como parâmetro. Além disso, no caso específico do conteúdo digital suspeito, agências de verificação de fatos têm acesso diferenciado aos dados que são fornecidos por pequena fatia de plataformas digitais. A Meta, particularmente, concede acesso a painel próprio para uso exclusivo de agências parceiras, que mostra quando publicações suspeitas começam a viralizar. Outras plataformas, embora relevantes em campanhas eleitorais, não possuem parcerias com agências de verificação de fatos e tecnologia semelhante a esta. Além disso, estes painéis não incluem verificação de publicação realizada nas páginas dos representantes políticos. Com base nestes dois pontos, nomeadamente a natureza da verificação e o acesso a dados provenientes de poucas plataformas, considera-se insuficiente que as agências, sozinhas, sejam usadas como único parâmetro de aferição de violação ao dever de cuidado das campanhas.

.....

## DISPOSITIVO

### Art. 9º-B (Artigo) Alteração

#### • Texto

Art. 9º-B. A utilização na propaganda eleitoral, em qualquer de suas modalidades, de conteúdo fabricado ou manipulado, em parte ou integralmente, por meio do uso de tecnologias digitais para criar, substituir, omitir, mesclar, alterar a velocidade, ou sobrepor imagens ou sons, incluindo tecnologias



de inteligência artificial, deve ser acompanhada, de informação explícita **e legível, no início da peça e em conformidade com o formato de mídia**, e destacada de que o conteúdo foi fabricado ou manipulado e qual tecnologia foi utilizada, submetendo-se o seu descumprimento ao previsto no §1º do artigo 323 do Código Eleitoral, sem prejuízo de aplicação de outras medidas cabíveis quanto a ilicitude do conteúdo.

§ 2º É vedada a utilização na propaganda eleitoral, qualquer que seja sua forma ou modalidade, de conteúdo fabricado ou manipulado **que veicule ou direcione** fatos sabidamente inverídicos ou gravemente descontextualizados com potencial de causar danos ao equilíbrio do pleito ou à integridade do processo eleitoral, inclusive na forma de impulsionamento.

**É vedado o uso de inteligência artificial para propaganda negativa e micro direcionamento contra oponentes e contra a integridade do processo eleitoral.**

Após notificação sobre ilicitude de conteúdo impulsionado **e de uso de tecnologias digitais como inteligência artificial**, o provedor de aplicação de internet adotará as providências para a apuração e indisponibilização **no prazo máximo de 2 horas**.

#### • **Justificativa**

Considera-se o dispositivo interessante e, para torná-lo mais eficaz, entende-se necessário inserir, como dever, que a comunicação ao eleitor seja inserida no início da peça e de forma legível. Além disso, considera-se importante frisar que o comunicado deve ser adequado ao formato de mídia que utilize tecnologia de inteligência artificial, incluindo áudio, vídeos, textos, roteiro, etc, com base no dever de transparência. Entende-se, de todo modo, que, pela complexidade e abrangência do tópico, normas referentes ao uso de IA em eleições poderia ser objeto de resolução própria.

O parágrafo 2 deve exigir que o conteúdo fabricado ou manipulado não veicule e não direcione fatos sabidamente falsos ou gravemente descontextualizados aos eleitores.

Entende-se ser importante vedar uso de tecnologias digitais para propaganda negativa entre candidaturas e para ataques ao processo eleitoral e ao Estado Democrático de Direito.

Entende-se importante que conteúdo baseado em IA que infrinja as regras e forem alvo de pedido de remoção seja removido do ar em tempo rápido, aqui sugerido máximo de 2 horas.



.....

## DISPOSITIVO

### Art. 9º-C (Artigo) Alteração

#### • Texto

Art. 9-C. É responsabilidade **dever** do provedor de aplicação de internet que permita a veiculação de conteúdo eleitoral **propaganda eleitoral** a adoção e publicização de medidas para impedir ou diminuir a circulação de **conteúdos que veiculam** conteúdo ilícito **fatos sabidamente inverídicos ou gravemente descontextualizados** que **atentem contra o Estado Democrático de Direito, contra a integridade do processo eleitoral, a exemplo do método de votação e resultados eleitorais, e contra a honra e a dignidade dos servidores e voluntários do sistema de Justiça Eleitoral**, incluindo a garantia de mecanismos eficazes de notificação, acesso a canal de denúncias e ações corretivas e preventivas.”

#### • Justificativa

De modo a evitar que plataformas precisem julgar o que viria ser conteúdo ilícito e abrandar, neste caso, a responsabilização, mas reguardar a ideia de dever de cuidado, promove-se a substituição de alguns termos.

.....

## DISPOSITIVO

### Art. 28 (Parágrafo) Inclusão

#### • Texto

§ 1º Os endereços eletrônicos das aplicações de que trata este artigo, incluídos os canais publicamente acessíveis em aplicativos de mensagens, **fóruns online e todos os gêneros de plataformas digitais**, salvo aqueles de iniciativa de pessoa natural, deverão ser comunicados à Justiça Eleitoral impreterivelmente no RRC ou no DRAP, podendo ser mantidos durante todo o pleito eleitoral os mesmos endereços eletrônicos em uso antes do início da propaganda eleitoral, conforme disposto no art. 57-B, § 1º, da Lei nº 9.504/1997

#### • Justificativa

Considera-se importante que este parágrafo sublinhe a necessidade de as contas mantidas em todo tipo de plataforma digital, incluindo aquelas mais alternativas ou com pouca ou nenhuma moderação de conteúdo (Rumble, Gettr, Parler, etc., entre outras), sejam informadas e conhecidas pela Justiça Eleitoral.



.....

## DISPOSITIVO

### Art. 28 (Parágrafo) Alteração Inclusão

#### • Texto

Art. 28.

§ 7º-B. É vedada a priorização paga de conteúdos em **ferramentas** de busca na internet, **ainda que em conformidade com o disposto no Art. 3.**, que:

**IV. infrinjam a Lei Nº 14.192, que estabelece normas para prevenir, reprimir e combater violência política contra a mulher.**

**V. difundam discursos violentos e discursos de ódio dirigidos a grupos historicamente minorizados.**

#### • Justificativa

Importante inserir adendo que leve ao Art. 3, sobre mecanismos de transparência (bibliotecas de anúncios), e que vede também todo tipo de conteúdo que incida em violência política contra a mulher, conforme a lei.

**aplicações por ferramentas, e discurso de ódio.**

.....

## DISPOSITIVO

### Inclusão

#### • Texto

**§ 10 º É vedado aos provedores de aplicação de internet que seus sistemas distribuam notificações, push e alertas que direcionem/privilegiem campanhas e seus candidatos.**

**§ 10 º É recomendado que os sistemas de recomendação algorítmica dos provedores de aplicação de internet não super-exponham e privilegiem campanhas e seus candidatos.**

#### • Justificativa

Os provedores de aplicação de internet, especificamente serviços de redes sociais e plataformas de vídeos, recomendam a seus utilizadores, como parte do modelo de negócios, conteúdos com os quais podem ter mais propensão a



interagir. A modulação do sistema algorítmico, cujo funcionamento difere caso a caso, não costuma ser recalibrado em períodos eleitorais, o que significa que mesmo plataformas podem oferecer conteúdos de campanhas eleitorais populares na internet para uma ampla audiência. Estas recomendações podem ser enviadas para o feed, aparecendo nas timelines individuais e personalizadas, mas também por meio de notificações enviadas para celulares, tablets, e e-mail. Recomenda-se, portanto, a inserção de novo parágrafo ao Art. 28.

## DISPOSITIVO

### Art. 29 (Parágrafo) Alteração

#### • Texto

§ 12 É vedado a comercialização aos provedores de aplicação de qualquer modalidade de impulsionamento de conteúdo **vender serviço de impulsionamento** de conteúdo que veicule **fato sabidamente inverídico ou gravemente descontextualizado** que atinja a integridade do processo eleitoral, **incluindo os processos de votação, apuração e totalização de votos, bem como conteúdo que contenha violência política (Constituição Federal, art. 3º, IV e art. 5º, XLI e XLII; Lei nº 13.146/2015; Lei nº 14.192/2021).**

**§13. A transparência de que se trata o parágrafo único do art. 3-B também deverá ser observada durante o período eleitoral.**

