

Deepfake e Inteligência Artificial generativa – desafios regulatórios para as eleições de 2026

Autores: Alexandre Basílio Coura - Especialista em Direito Digital Eleitoral, Membro da ABRADep
Karine Borges de Liz - especialista em Direito Eleitoral, Membro da ABRADep
Kelvin Emmanoel Gomes - especialista em Direito Eleitoral e Ciência Política, Membro da ABRADep

A Resolução TSE n. 23.610/2019, que disciplina a propaganda eleitoral, ao tratar de *deepfake* e de inteligência artificial traz, nos atuais termos, uma séria controvérsia pois acaba por dar tratamento incongruente a situações similares. Isso porque, a IA generativa passou a realizar, sem vídeo base, o que antes era típico das *deepfakes* tornando insuficiente a dicotomia atual.

Este artigo propõe, de maneira sucinta, esclarecer essa complexa temática bem como sugerir um regramento mais alinhado com os avanços tecnológicos contemporâneos. O artigo é também resultado de estudo mais aprofundado apresentado no 14º Ciclo de Debates da Academia Brasileira de Direito Eleitoral (ABRADEP), que ocorreu em outubro de 2025, em Belo Horizonte/MG.

As sugestões normativas resultantes do referido trabalho foram aprovadas em janeiro de 2026 por corpo técnico da ABRADep, e posteriormente encaminhadas ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE) como contribuição por ocasião da realização das Audiências Públicas sobre regras das Eleições 2026, que ocorreram de 03 a 05 de fevereiro do corrente.

1. Introdução - exposição da controvérsia

A tecnologia está tão incorporada ao cotidiano das pessoas que, na atualidade, o senso comum considera “mais fácil imaginar um mundo sem democracia do que um sem *internet*” (ZIELONKA, 2023).

Tão espantosa quanto essa afirmação é a verificação da alta velocidade com que as transformações tecnológicas ocorrem, de modo que, frequentemente, uma realidade anteriormente posta deixa de ter sustentação de existência em pouco espaço de tempo. Essa situação é especialmente observada em relação à Inteligência Artificial (IA) que vivencia um momento de ápice - ou *hype*, na gíria de quem trabalha e estuda tecnologia.

No âmbito eleitoral verificou-se o fenômeno da digitalização das campanhas, de tal forma que é possível se falar que a nova arena política são as redes sociais (NUNES; PAULA, 2025). E nesse agressivo terreno de disputas a secular prática de hostilização de adversários políticos ganhou uma ferramenta

tecnológica de peso: a utilização de mídias sintéticas que se popularizaram com o nome de *deepfake*.

O termo *deepfake* surgiu em 2017 envolto em controvérsia, pois associado a comunidades de pornografia no Reddit - rotulando vídeos em que rostos eram trocados por meio de redes neurais para simular cenas explícitas com pessoas famosas (COURA, 2025). Esse rótulo, por carregar esse contexto de exploração nefasta, é desaconselhável como categoria jurídica ampla, haja vista que “além da carga semântica problemática, ele passou a ser usado, de forma atécnica, como [conceito] guarda-chuva para qualquer mídia sintética, confundindo manipulações sobre material pré-existente com criações inéditas de IA generativa” (COURA, 2025). Por conseguinte, “essa imprecisão gera insegurança na aplicação de regras eleitorais [levando a um estado de confusão sobre] o que deve ser proibido de maneira absoluta e o que pode ser permitido com transparência”. (COURA, 2025).

Na realidade, *deepfake* é uma ferramenta de IA. Ou seja, é uma espécie de um gênero maior que pode ser chamado de ferramentas tecnológicas de produção de mídias sintéticas. Nesse ponto, duas observações são importantes.

Primeiro, enquanto ferramenta tecnológica, as *deepfakes*, assim como todas as demais IAs, são ambivalentes. Em outras palavras, a ferramenta em si não é boa ou má - o direcionamento de seu uso é que pode trazer consequências benéficas ou maléficas. Nesse sentido, e embora sem o mesmo destaque, enquadram-se as denominadas “*deepfakes* do bem”, por exemplo, que possibilitam uma série de benefícios dentre os quais, na seara eleitoral, os de maior e melhor acessibilidade a informações pelo eleitorado, o barateamento de custos de campanhas políticas etc. (ALMEIDA, 2025).

Segundo, em vista do grande avanço tecnológico ocorrido, notadamente pela disponibilização da IA generativa ao público em geral, os pleitos eleitorais passaram a ter um contorno mais controverso quanto à aplicação de dispositivos normativos que anteriormente se mostravam ajustados à realidade. Com a evolução da tecnologia novas formas de produzir conteúdo sintético tornaram-se disponíveis gerando, como acima dito, uma confusão terminológica entre Inteligência Artificial generativa e *deepfakes*. Esse entrelaçamento quanto ao resultado no uso dessas tecnologias faz surgir a necessidade de se aprimorar a resolução do Tribunal Superior Eleitoral que dispõe sobre propaganda eleitoral (Resolução TSE 23.610/2019, alterada pela Resolução 23.732/2024), de forma a tornar mais taxativos os comportamentos a serem sindicados.

O quadro situacional acima descrito motivou integrantes da Academia Brasileira de Direito Eleitoral e Político (ABRADEP) a participar de um grupo trabalho que, após estudos, fez a propositura da revisão dos artigos 9º-B, 9º-C e 10, §1º-A, da Resolução TSE 23.610/2019, de modo a sanar uma séria incongruência que se verifica, que é resultante da evolução e popularização das tecnologias acima mencionadas. Explicitando: o referido regramento foi adequado para determinado período de realidade no qual, em suma, as *deepfakes* eram o recurso tecnológico mais acessível e que lamentavelmente foi utilizado para potencializar ataques de toda ordem nas disputas eleitorais. Não obstante, o passar do tempo e a evolução progressiva da tecnologia fez com que, na atualidade, a utilização de recursos de IA generativa seja muito mais

frequente e consideravelmente mais vantajosa para os mesmos fins deletérios. Isto é, estamos diante de mesmas ferramentas tecnológicas, com potencial danoso idêntico, mas que possuem regras diversas.

Isso restou claro ao referido grupo de trabalho quando da discussão de decisões judiciais significativas nesta matéria, a saber: do Tribunal Regional Eleitoral de São Paulo (TRE-SP), do Juízo da 002ª Zona Eleitoral, (1) a Representação por propaganda eleitoral negativa n. 0600053-54.2024.6.26.0002 (Caso Tábata Amaral); ainda na mesma jurisdição, do Juízo da 278ª Zona Eleitoral de Guarulhos, (2) a Representação eleitoral com pedido de liminar n. 0600012-35.2024.6.26.0278 (Caso Guarulhos); e do Tribunal Regional Eleitoral do Rio de Janeiro (TRE-RJ), do Juízo da 172ª Zona Eleitoral de Armação dos Búzios, (3) a Representação por propaganda eleitoral n. 0600082-74.2024.6.19.01222 (Caso Região dos Lagos).

Este artigo, portanto, mesmo que de modo mais conciso, buscará alargar a compreensão de uma problemática juridicamente bastante interessante.

2. Análise da problemática

Do exame dos julgados acima citados e de referenciais técnicos acerca dessa temática, constatou-se que os termos do regramento promovido pela Resolução TSE n. 23.610/2019 foram apropriados para um estado da arte que não mais encontra referencial no cotidiano atual de quem faz uso dessas tecnologias avançadas. Consequentemente, uma revisão sistêmica e apurada com a realidade contemporânea se mostra necessária, especialmente quando se verifica o teor dos arts. 9º-B e 9º-C e 10, §1º-A, com a redação dada pela Resolução TSE n. 23.732/2024.

Os argumentos centrais que apontam para a necessidade de uma revisão sistêmica dos dispositivos acima mencionados podem ser condensados em cinco itens de ponderação, que a seguir são explicitados.

2.1. Mesma tecnologia, regras diversas

Do lado da IA generativa, as ferramentas atuais (texto-para-imagem, texto-para-vídeo e clonagem de voz) conseguem produzir conteúdo totalmente novos sem depender de um vídeo base. Tecnicamente diferem dos “deepfakes” clássicos de *face swap* treinados sobre acervos da pessoa-alvo, ou seja, dependentes de vídeo base. Porém, como o vocabulário regulatório deu nomes diversos a conteúdos que podem ser gerados a partir da mesma tecnologia, bem como misturou “fabricado” e “manipulado” para designar tanto desinformação quanto usos lícitos com transparência, o Direito ficou com categorias confusas: o mesmo termo ora descreve fraude, ora descreve criação legítima assistida por IA, mas no fundo, atualmente tudo isso pode ser feito a partir da mesma tecnologia, o que exige atualização da legislação e das resoluções eleitorais.

2.2. Questões pontuais que devem ser aprimoradas

O art. 9º-B da Resolução TSE 23.610/2019 permite o uso de IA para criar, substituir, mesclar, omitir ou sobrepor imagens e sons na propaganda, exigindo aviso “explícito, destacado e acessível que o conteúdo foi fabricado ou manipulado e a tecnologia utilizada.”

Os principais problemas neste ponto são: (i) terminologia confusa — ao exigir que se informe que o conteúdo foi “fabricado ou manipulado”, a redação associa usos legítimos às mesmas palavras consagradas internacionalmente para desinformação; (ii) delimitação técnica imprecisa — o dispositivo se aplica apenas quando há IA generativa, deixando fora intervenções tradicionais, como edição 3D e pós-produção sem IA, que podem produzir efeitos persuasivos semelhantes; (iii) ônus probatório prático — disputas processuais tenderão a girar sobre “houve IA ou não?”, deslocando o foco do impacto e da veracidade para a ferramenta; (iv) incidência temporal nebulosa - como a Resolução estende deveres de transparência também à pré-campanha, art. 3º-C, falta um marco objetivo para definir quando começam as obrigações, o que amplifica o risco de decisões casuísticas.

2.3. Mesmos verbos, mesma tecnologia, consequências e usos distintos

O art. 9º-C, da mesma Resolução, por sua vez, veda conteúdos “fabricados ou manipulados” com potencial de dano ao equilíbrio do pleito ou à integridade do processo e, no §1º, proíbe de modo absoluto o uso de “*deepfakes*” para criar, substituir ou alterar imagem/voz — inclusive com autorização e até quando a pessoa for fictícia.

Os principais pontos críticos nesse tocante são: (i) critério de gravidade subjetivo — “potencial para causar danos” carece de indicadores objetivos (alcance, métricas de difusão, contexto) e convida a decisões divergentes; (ii) redundância conceitual — a redação mistura “conteúdo sintético”, “gerado ou manipulado digitalmente” e “*deepfake*”, sem critérios técnicos para separar manipulação desinformativa de criação transparente; (iii) choque com o art. 9º-B — os mesmos verbos (criar, substituir, alterar) aparecem como permitidos com transparência (9º-B) e proibidos (9º-C §1º) quando classificados como “*deepfake*”, mas a norma não oferece um teste operacional para distingui-los; (iv) abrangência excessiva — a proibição vale “ainda que mediante autorização”, o que alcança avatares, dublagens e clones de candidatos usados para reduzir custos e ampliar acessibilidade, mesmo sem intuito enganoso.

2.4. Regulação confusa - duplipensar

O resultado prático dessa dupla engrenagem é um trilema regulatório: a) o 9º-B autoriza IA com transparência; b) o 9º-C *caput* proíbe desinformação “fabricada ou manipulada” pela gravidade do efeito; c) o 9º-C, §1º proíbe, por si só, “deepfake”, sem um critério técnico verificável — por exemplo, “partiu de material pré-existente identificável para simular identidade alheia” (*deepfake* clássico) versus “sintetizou conteúdo inédito sem copiar identidade específica” (IA generativa) —, a aplicação oscila e desencoraja usos lícitos que poderiam democratizar a comunicação política, ao mesmo tempo em que nem sempre atinge com precisão as falsificações nocivas.

Em suma, de um lado pode-se tudo, desde que haja transparência e esteja ausente qualquer desinformação. De outro, tudo é proibido, ainda que para o bem, ainda que com autorização dos envolvidos. Contudo, trata-se da mesma tecnologia, conforme dito enfaticamente, o que abre espaço para que em qualquer caso, a depender dos interesses de cada lado, seja feito como que um *self-service* de dispositivos na defesa de sua tese.

2.5. A busca por uma saída interpretativa segura

A ponderação de todos os elementos acima expostos permite o alinhamento, de algumas conclusões preliminares, no sentido de uma saída interpretativa minimamente segura quanto aos dispositivos normativos mencionados, a saber:

(1) classificar como inteligência artificial proibida (9º-C §1º) a manipulação que reutiliza material pré-existente identificável para simular identidade/voz de pessoa real para o bem ou para o mal, ainda que sob outra denominação. Isso porque, o próprio autor que aparece em um vídeo produzido anteriormente não precisa se valer de qualquer tecnologia para alterar características de conteúdo anterior, bastando gravar novo vídeo. Terceiros não devem, para o bem ou para o mal, ter o direito de alterar vídeo existente do qual não fazem parte, modificando a realidade dos fatos, em nenhuma hipótese;

(2) tratar como IA generativa permitida com transparência (9º-B) a criação inédita que não se ancora em material pessoal prévio nem simula identidade específica. O sujeito detentor dos direitos sobre sua própria imagem, pode usar IA generativa para produzir os mais variados materiais de campanha, desde que respeitem a regra sobre “não desinformar com intuito de obter benefícios eleitorais”;

(3) enquadrar como desinformação vedada (9º-C *caput*) qualquer uso, com ou sem IA, que produza fato falso ou gravemente descontextualizado com relevância eleitoral mensurável. Isso aproximaria a norma de critérios objetivos (fonte de dados, processo de criação, finalidade e impacto), reduziria litígios sobre a “ferramenta” e recolocaria o foco em veracidade, contexto e gravidade.

Em suma, mostra-se indispensável atualizar a redação dos dispositivos supramencionados para refletir a evolução tecnológica: a IA generativa passou a realizar, sem vídeo base, o que antes era típico das *deepfakes* tornando insuficiente a dicotomia atual. Ajustes terminológicos (substituir

“fabricado/manipulado” por “criado/editado com IA” quando lícito), critérios técnicos de distinção e indicadores objetivos de dano podem preservar a integridade do pleito sem sufocar inovações legítimas, garantindo previsibilidade para candidatos, partidos, plataformas e Judiciário.

Como dito acima, essas conclusões preliminares, bem como o estudo que as embasou, foram levadas para apresentação e discussão plenária no mencionado 14º Ciclo de Debates da ABRADep. A condução final desse trabalho e suas contribuições são a seguir explicitadas

3. Construindo consensos possíveis

Ante todo o exposto, é possível fazer o alinhamento dos seguintes possíveis pontos de consenso:

(1) é necessário, na prática, a vivência ética humana da utilização cotidiana das múltiplas ferramentas tecnológicas atualmente disponíveis, de tal forma que elas venham ao encontro, de fato, do fortalecimento da democracia e dos valores democráticos. Como toda obra humana, as ferramentas tecnológicas são ambivalentes. Logo, é o emprego ético ou não dessas ferramentas que determina o resultado produzido na esfera de atuação humana, incluindo a eleitoral;

(2) não é mais possível falar de Direito Eleitoral sem que se fale também de tecnologia. Na atualidade, ela permeia todas as fases das campanhas políticas e especialmente as eleitorais. Não obstante, há uma acentuada deficiência de conhecimentos e prática por parte de considerável parcela dos operadores do Direito (integrantes da magistratura, do Ministério Público Eleitoral, serventuários, advocacia etc.) sobre o uso e consequências de ferramentas tecnológicas, especialmente a IA, o que gera problemas de ineficácia de medidas tanto no âmbito judicial como fora dele. A sofisticação tecnológica não apenas altera o volume de conteúdos, mas exige uma compreensão interdisciplinar: psicologia das emoções, ciência da computação e teoria política. O problema reside tanto na quantidade quanto na complexidade técnica, impondo ao Direito Eleitoral um desafio de adaptação conceptual e probatória (COURA, 2025).

(3) na esfera judicial, o número de casos controversos dessa natureza cresce consistentemente a cada eleição. No que se refere ao uso desvirtuado da IA, um dos primeiros casos notórios foi o que envolveu a então candidata à Prefeitura de São Paulo, Tábata Amaral. Neste caso, num primeiro momento houve o uso de *deepfake* pela campanha da candidata, que após substituiu a peça de propaganda por outra na qual era empregada uma técnica diversa de manipulação de imagem, porém, não vedada pela Justiça Eleitoral. Houve certa inabilidade por parte dos advogados na condução da exposição na inicial, bem como na análise judicial do caso, resultando em inexitosa a medida judicial então pleiteada. Em linha bastante semelhante foram também os denominados “Caso Guarulhos” e o “Caso Calabreso Búzios”;

(4) a tecnologia para produção de mídias sintéticas evoluiu tanto que na atualidade é possível gerar com facilidade imagens extremamente similares, contudo, produzidas por *deepfake* e por IA generativa, sem que se perceba alguma diferença significativa que possa identificá-las quanto à ferramenta que efetivamente as produziu. Isso demonstra não apenas o avanço tecnológico em si alcançado, mas a atual inadequação do regramento fixado pela Resolução TSE n. 23.610/2019. Isso porque, mantidas as regras vigentes, art. 9º-B e art. 9º-C, § 1º, da mencionada Resolução, ferramentas tecnológicas distintas, mas que produzem mesmo resultado danoso terão injustificadamente tratamentos e consequências jurídicas díspares. Por isso a imprescindibilidade da atualização da Resolução TSE n. 23.610/2019, para que se tenha ao menos uma cobertura mínima no aspecto regulatório. Porquanto, lamentavelmente, não se teve o estabelecimento de regras mais aprofundadas via novo Código Eleitoral;

4. Ponderações Finais

A saída interpretativa mais segura para o impasse regulatório exige a segregação das condutas baseada não na ferramenta, mas na proteção do objeto jurídico: a identidade e a voz de pessoas reais. Deve-se classificar como inteligência artificial proibida (sujeita às sanções do Art. 9º-C, §1º) qualquer manipulação que reutilize material pré-existente identificável para simular a imagem ou voz de pessoa viva ou falecida. Esta proibição deve ser absoluta porque a simulação de identidade alheia fere o cerne da autenticidade democrática. Terceiros não possuem o direito de alterar a realidade de um registro histórico ou pessoal para imputar falas ou atos a candidatos, mesmo que possuam autorização (para evitar fraudes por consentimento coagido ou estratégico).

Por outro lado, deve-se tratar como IA generativa permitida com transparência (conforme o Art. 9º-B) a criação inédita que não se ancora em material pessoal prévio nem simula uma identidade específica identificável. O candidato pode, de forma legítima, criar cenários, narradores fictícios (avatars que não mimetizem pessoas reais) ou efeitos especiais para ilustrar propostas de governo, desde que informe claramente a natureza sintética do material.

Nesse esquema, a desinformação vedada passaria a ser enquadrada pelo seu efeito e veracidade (Art. 9º-C, caput), independentemente de ter sido produzida por IA ou por métodos tradicionais. Ao recolocar o foco na veracidade, no contexto e na gravidade, o Direito Eleitoral reduz o volume de litígios sobre a "ferramenta" e passa a combater o que realmente importa: a distorção da vontade popular por meio da mentira.

A sofisticação tecnológica não apenas altera o volume de conteúdos, mas exige uma compreensão interdisciplinar que envolva a psicologia das emoções e a teoria política. O problema reside tanto na quantidade quanto na complexidade técnica, impondo ao Direito Eleitoral um desafio de adaptação conceptual e probatória sem precedentes na história republicana.

4.1. Clareza e segurança jurídica como vetores da técnica legislativa: a importância da estrutura bifurcada

A manutenção de uma estrutura dual — um artigo para a regra de licitude (liberdade com responsabilidade) e outro para as proibições específicas (limites inarredáveis) — é uma exigência de técnica legislativa para garantir que o destinatário da norma compreenda exatamente onde termina o seu direito e onde começa a sanção. O Princípio da Ordem Lógica determina que os parágrafos devem expressar aspectos complementares ou exceções à regra do *caput*. Unificar condutas tão distintas quanto a "edição lícita de imagem" e o "abuso de poder por desinformação" em um mesmo artigo colidiria com essa estruturação lógica, dificultando a aplicação célere pela Justiça Eleitoral.

A separação clara entre o lícito e o ilícito em artigos distintos é a forma mais eficaz de garantir que o conteúdo e o alcance da norma sejam evidentes e inequívocos, tanto para os operadores do direito quanto para os atores políticos. Esta formatação confere à norma a máxima segurança jurídica, minimizando controvérsias hermenêuticas e garantindo uma aplicação mais célere e segura.

4.2. Paradigma de transparência efetiva: Selos e camadas de informação

A mera obrigação genérica de "informar" o uso de IA mostrou-se insuficiente para proteger o eleitor distraído ou com menor letramento digital. É imperativo que a regulação avance para uma dimensão prática, detalhando os mecanismos que tornam o dever de transparência efetivo. O modelo proposto baseia-se em um sistema de múltiplas camadas, garantindo que a informação sobre a natureza sintética do conteúdo seja inequívoca, acessível e permanente.

O pilar central da proposta é a exigência de um selo de transparência permanente. Para conteúdos visuais (imagens estáticas ou vídeos), este selo deve se manifestar como uma marca d'água ou um letreiro (um *disclaimer* em *watermark* ou *overlay*) posicionado de forma ostensiva, porém não obstrutiva, que permaneça visível durante toda a exibição do conteúdo. A ideia é que, a qualquer momento que o eleitor se depare com a peça publicitária, ele seja capaz de identificar imediatamente sua natureza sintética. Para peças exclusivamente de áudio, a permanência poderia ser garantida por um identificador nos metadados do arquivo, acompanhado de uma menção clara na descrição do conteúdo na plataforma de veiculação.

Para formatos audiovisuais, propõe-se um mecanismo suplementar de reforço cognitivo: a narração de transparência. Os primeiros cinco segundos da mídia devem conter um texto narrado, de forma clara e direta (ex.: "Atenção: este conteúdo foi produzido com o uso de inteligência artificial"), capturando a atenção do espectador desde o início. Este modelo redundante, visual permanente e áudio inicial, maximiza a eficácia da comunicação e alinha o Brasil às melhores práticas globais de rotulagem de IA.

Inspirado no regulamento de transparência de publicidade política da União Europeia (TTPA), o selo visual deve atuar como um portal para informações detalhadas (a "notícia de transparência"). Através de um *QR Code* ou hiperlink, o eleitor deve ter acesso direto à identificação da candidatura responsável, à descrição de como a IA foi utilizada (ex.: "Voz sintetizada") e, sempre que possível, à identificação da ferramenta ou modelo de IA empregado. Esta abordagem em duas camadas — um selo de alerta imediato e um canal para aprofundamento informativo — equilibra a necessidade de uma comunicação rápida e eficaz com o direito do eleitor a uma transparência completa.

Assim, o sistema de transparência proposto é robusto e redundante por desígnio. Ele combina um aviso constante (o selo visual) com um alerta inicial de alto impacto (a narração). Essa abordagem dupla visa a maximizar a eficácia da comunicação, assegurando que o dever de informar o eleitor seja cumprido de forma plena e inequívoca, desfazendo qualquer dúvida sobre o alcance e a duração da obrigação de transparência.

4.3. A problemática do anonimato e a identificação do responsável

A questão do anonimato e a regulação do conteúdo sintético são, do ponto de vista jurídico, fenômenos distintos que demandam soluções normativas distintamente direcionadas. A vedação ao anonimato é um princípio constitucionalmente consagrado (Art. 5º, IV, da Constituição Federal), cujo objetivo é garantir a identificação do autor de qualquer manifestação de pensamento. No contexto eleitoral, essa vedação visa a assegurar que todo e qualquer material de campanha seja atribuível a um responsável, permitindo o exercício do direito de resposta e a apuração de eventuais ilícitos.

A propaganda anônima representa uma das maiores ameaças à integridade do processo eleitoral, pois impede a responsabilização e facilita a disseminação de calúnias e desinformação. Embora o combate ao anonimato seja um princípio constitucional (Art. 5º, IV), a sua intersecção com o conteúdo gerado por IA cria desafios novos. A facilidade de criação de perfis automatizados e a distribuição em massa por redes de mensageria privada exigem uma revisão no conceito legal de anonimato para fins de controle imediato.

É necessário considerar anônimo qualquer canal ou perfil de informação política que não disponibilize um meio de contato efetivo para responder a demandas judiciais ou do público no prazo de 24 horas. Caso o canal não responda nesse intervalo, ele deve ser automaticamente caracterizado como anônimo, permitindo a suspensão imediata de suas atividades até o comparecimento do responsável. Esta medida visa frear o uso de "fazendas de conteúdo" que operam nas sombras da rede, utilizando IA para inundar o debate público com ataques sem autoria identificável.

Ademais, o ordenamento jurídico brasileiro já dispõe de um arcabouço normativo e jurisprudencial robusto para coibir o anonimato na *internet*. A Lei nº 12.965/2014 (Marco Civil da *Internet*) estabelece mecanismos para a guarda de

registros de conexão e de aplicação, permitindo a identificação de usuários mediante ordem judicial, o que mitiga em certa medida o anonimato absoluto. No âmbito específico da Justiça Eleitoral, a jurisprudência do TSE é pacífica e reiterada no sentido de exigir a identificação clara dos responsáveis por toda propaganda eleitoral, inclusive na *internet*, com a obrigatoriedade de candidatos e partidos informarem previamente todos os endereços eletrônicos que serão utilizados em campanha, sob pena de multa.

4.4. Do reconhecimento de uma nova realidade tecnológica e suas consequências no âmbito das campanhas políticas

O fenômeno da digitalização das campanhas é uma realidade posta, a tal ponto que se reconhece hoje que a nova arena política são as redes sociais (NUNES; PAULA, 2025). E nesse agressivo terreno de disputas a utilização de mídias sintéticas se popularizou, ficando muito presente no senso comum a denominação *deepfake*.

Esse fato teve profundos reflexos na normatização da propaganda eleitoral no Brasil. A Resolução TSE nº 23.610/2029, com as respectivas alterações, que trata dessa temática, regulamentou o uso da Inteligência Artificial nas campanhas eleitorais proibindo de forma expressa o uso de *deepfake*. Tal regramento levou em conta o estado da arte da época, e serviu em boa medida para a solução de questões que surgiram naquele período.

Em vista dos avanços tecnológicos, notadamente pela disponibilização da IA generativa ao público em geral, os pleitos eleitorais passaram a ter um contorno mais controverso quanto à aplicação de dispositivos normativos antes ajustados à realidade passada. Com a evolução da tecnologia, novas formas de produzir conteúdo sintéticos tornaram-se disponíveis gerando, como acima dito, uma confusão terminológica entre inteligência artificial generativa e *deepfakes*. Esse entrelaçamento quanto ao resultado no uso dessas tecnologias gera a necessidade de se aprimorar a resolução que dispõe sobre propaganda eleitoral, de forma a tornar mais taxativos os comportamentos a serem sancionados.

Como exposto ao longo deste artigo, como contribuição final do estudo realizado pelo Grupo de Trabalho, no 14º Ciclo de Debates da ABRADep, foi proposta a revisão dos arts. 9º-B, 9º-C e 10, §1º-A, da Resolução TSE 23.610/2019, alterada pela Resolução 23.732/2024, de forma a sanar a séria incongruência que se verificou, que é resultante da evolução e popularização das tecnologias acima mencionadas. Reforçando: o referido regramento foi adequado para determinado período de realidade no qual, em suma, as *deepfakes* eram o recurso tecnológico mais acessível.

Não obstante, o passar do tempo e a evolução progressiva da tecnologia fez com que, na atualidade, a utilização de recursos de IA generativa seja muito mais frequente e consideravelmente mais vantajosa para os mesmos fins deletérios antes praticados por *deepfakes*. Isto é, estamos diante de mesmas ferramentas tecnológicas, com potencial danoso idêntico, mas que possuem regras diversas.

O resultado prático dessa dupla engrenagem é um trilema regulatório: a) o art. 9º-B autoriza IA com transparência; b) o art. 9º-C caput proíbe desinformação “fabricada ou manipulada” pela gravidade do efeito; c) o art. 9º-C, §1º proíbe, por si só, *deepfake*. Sem um critério técnico verificável — por exemplo, “partiu de material pré-existente identificável para simular identidade alheia” (*deepfake* clássico) versus “sintetizou conteúdo inédito sem copiar identidade específica” (IA generativa) —, a aplicação oscila e desencoraja usos lícitos que poderiam democratizar a comunicação política, ao mesmo tempo em que nem sempre atinge com precisão as falsificações nocivas.

Dessa forma, um lado pode-se tudo, desde que haja transparência e esteja ausente qualquer desinformação. De outro, tudo é proibido, ainda que para o bem, ainda que com autorização dos envolvidos.

Em suma, as conclusões do Grupo de Trabalho, nesse tocante, podem ser reunidas em três pontos principais:

(1) classificar como inteligência artificial proibida (art. 9º-C §1º) a manipulação que reutiliza material pré-existente identificável para simular identidade/voz de pessoa real para o bem ou para o mal, ainda que sob outra denominação. Isso porque, o próprio autor que aparece em um vídeo produzido anteriormente não precisa se valer de qualquer tecnologia para alterar características de conteúdo anterior, bastando gravar novo vídeo. Terceiros não devem, para o bem ou para o mal, ter o direito de alterar vídeo existente do qual não fazem parte, modificando a realidade dos fatos, em nenhuma hipótese;

(2) tratar como IA generativa permitida com transparência (art. 9º-B) a criação inédita que não se ancora em material pessoal prévio nem simula identidade específica. O sujeito detentor dos direitos sobre sua própria imagem, pode usar IA generativa para produzir os mais variados materiais de campanha, desde que respeitem a regra sobre “não desinformar com intuito de obter benefícios eleitorais”;

(3) enquadrar como desinformação vedada (art. 9º-C caput) qualquer uso — com ou sem IA — que produza fato falso ou gravemente descontextualizado com relevância eleitoral mensurável. Isso aproximaria a norma de critérios objetivos (fonte de dados, processo de criação, finalidade e impacto), reduziria litígios sobre a “ferramenta” e recolocaria o foco em veracidade, contexto e gravidade.

Em síntese, concluiu-se que é indispensável atualizar a redação dos dispositivos para refletir a evolução tecnológica: a IA generativa passou a realizar, sem vídeo base, o que antes era típico das *deepfakes*, tornando sem sentido a dicotomia atual. Ajustes terminológicos (substituir “fabricado/manipulado” por “criado/editado com IA” quando lícito), critérios técnicos de distinção e indicadores objetivos de dano podem preservar a integridade do pleito sem sufocar inovações legítimas, garantindo previsibilidade para candidatos, partidos, plataformas e Judiciário.

4.5. Rumo a um paradigma de transparência efetiva: recomendações técnicas e proposta normativa para o aprimoramento da Resolução TSE 23.610/2019

Superadas as questões conceituais e estruturais, entendeu-se que a proposta normativa deveria avançar para uma dimensão mais prática, detalhando os mecanismos que tornarão o dever de transparência efetivo. A mera obrigação genérica de “informar” é insuficiente; é imperativo definir como essa informação deve ser prestada para que cumpra sua finalidade democrática. Para tanto, foi analisada a atual estrutura da Resolução TSE nº 23.610/2019, com redação atualizada pela Resolução TSE nº 23.732/2024, a fim de aprimorar uma ferramenta regulatória concreta e funcional.

A análise revelou um consenso crescente em torno da necessidade de rotulagem, embora as abordagens tenham variado em complexidade e rigor, o então Grupo de Trabalho alcançou um consenso no intuito de ofertar, para o legislador brasileiro (típico [Congresso Nacional] e atípico [TSE]) uma opção abrangente e objetiva, sintetizando os melhores aspectos, de modo a incorporar a abrangência informativa e a clareza comunicacional.

Assim, são detalhadas as seguintes recomendações técnicas para a regulamentação do “Selo de Transparência” e da “Notícia de Transparência” associada, propostas pelo então Grupo de Trabalho:

a) Visibilidade e Permanência do Selo: O elemento primário de transparência deve ser um selo visual (marca d'água ou letreiro), padronizado pelo TSE, aplicado diretamente sobre o conteúdo de imagem ou vídeo. Este selo deve ser:

- **Permanente:** Visível durante 100% do tempo de exibição do conteúdo.
- **Legível:** Com tipografia e contraste que permitam fácil leitura em diferentes tamanhos de tela e dispositivos.
- **Posicionamento padrão:** Localizado em uma área fixa da tela (e.g., canto superior direito) para criar um hábito de reconhecimento no eleitor. A experiência das plataformas, como YouTube e Meta, em implementar tais avisos demonstra a viabilidade técnica da medida (YOUTUBE, [s.d.]; KLEPPER, 2023).

b) Linguagem clara e direta: A redação do selo deve ser inequívoca e de compreensão imediata, evitando jargões técnicos, ou seja, preferindo-se a linguagem simples. Sugere-se a seguinte formulação padronizada: “CONTEÚDO GERADO POR IA” para criações inteiramente sintéticas.

c) Acesso à informação detalhada (notícia de transparência): Inspirado no modelo do *Transparency and Targeting of Political Advertising Regulation* (TTPA) da União Europeia (FRESHFIELDS, 2025), o selo visual deve ser, sempre que a tecnologia da plataforma permitir, um portal para informações mais detalhadas. Assim, propõe-se:

- **Mecanismo de acesso:** A implementação de um QR Code no selo ou a transformação do próprio selo em um hiperlink clicável.
- **Conteúdo da notícia de transparência:** Ao acionar o mecanismo, o usuário seria direcionado a uma página ou caixa

de texto contendo, no mínimo: (i) a identificação completa da candidatura, partido, federação ou coligação responsável pela propaganda; (ii) uma descrição sucinta de como a IA foi utilizada (e.g., “Voz do narrador foi sintetizada artificialmente”, “Cenário de fundo foi criado digitalmente”); e (iii) se possível, a identificação da ferramenta ou modelo de IA empregado.

Esta abordagem em duas camadas – um selo de alerta imediato e um canal para aprofundamento informativo – equilibra a necessidade de uma comunicação rápida e eficaz com o direito do eleitor a uma transparência completa, alinhando o Brasil às mais avançadas discussões globais sobre o tema. É crucial que a obrigação recaia sobre a campanha, mas que a lei preveja a responsabilidade solidária das plataformas em garantir os meios técnicos para a exibição do selo e da notícia, especialmente diante de evidências de que metadados podem ser removidos no processo de *upload* (*WE UPLOADED a fake video to 8 social apps. Only one told users it wasn't real. 2025*).

Além do selo visual, a fim de garantir a integralidade inclusiva quanto ao cumprimento do dever de transparência, sugeriu-se ainda, que as mídias geradas em áudio e/ou vídeo, disponham nos cinco primeiros segundos, por meio de texto narrado a ser formatado em padrões indicados pela Justiça Eleitoral, que seu conteúdo ou formatos de divulgação foram criados por inteligência artificial.

Com base na análise técnica e nas deficiências identificadas no ciclo anterior, apresenta-se a redação sugerida para os dispositivos que regem o uso de tecnologias digitais e IA na propaganda eleitoral.

4.5.1. Redação sugerida para o Artigo 9º-B:

Art. 9º-B. É permitida a utilização, na propaganda política, em qualquer das suas modalidades, de conteúdo sintético multimídia gerado por meio de inteligência artificial ou tecnologias digitais afins, para criar imagens, vídeos ou sons, desde que:

I – Contenha informação de forma explícita, destacada e acessível de que o conteúdo foi criado ou editado com o uso de inteligência artificial, por meio de selo segundo os padrões indicados pela Justiça Eleitoral;

II – Contenha, de modo igualmente acessível, a tecnologia ou software utilizado na criação ou edição;

III – no caso dos vídeos ou áudios, não tenha sido empregado pelo usuário material pré-existente de pessoa identificável (viva ou falecida) com o objetivo de simular sua identidade ou voz, nem mesmo quando se tratar do próprio candidato ou de terceiros, ainda que com autorização expressa e divulgação transparente dessa condição.

§ 1º A informação de transparência referida nos incisos I e II do caput deverá estar presente em todas as mídias e formatos de divulgação, inclusive em propaganda em rádio, tv, mídias sociais e meios digitais.

§ 2º Nos termos do § 1º, sempre que a divulgação ocorrer em vídeo ou áudio, além da apresentação do selo indicado no inciso I, deverá ser informado, nos cinco primeiros segundos, por meio de texto narrado segundo os padrões indicados pela Justiça Eleitoral, que a mídia ou formatos de divulgação foram criados por inteligência artificial.

§ 3º A utilização de inteligência artificial ou tecnologias digitais afins na forma deste artigo não poderá ter finalidade de desinformação, nos termos do art. 9-C, caput e art. 10 desta Resolução.

§ 4º A ausência de transparência no uso de inteligência artificial ou tecnologias digitais afins torna irregular a propaganda, cabendo sua remoção imediata, pelos interessados ou pelas plataformas digitais, na forma do art. 9-E, inciso V, desta Resolução.

§ 5º Verificada a gravidade dos fatos e o preenchimento dos demais requisitos, o descumprimento do previsto no inciso III do caput deste artigo configura abuso do poder político e uso indevido dos meios de comunicação social, acarretando a cassação do registro ou do mandato, e impõe apuração das responsabilidades nos termos do § 1º do art. 323 do Código Eleitoral, sem prejuízo de aplicação de outras medidas cabíveis quanto à irregularidade da propaganda e à ilicitude do conteúdo.

4.5.2. Redação sugerida para o Artigo 9º-C

Art. 9º-C. É vedada, na propaganda política, a divulgação de conteúdos criados ou editados por qualquer tecnologia digital que sejam falsos ou gravemente descontextualizados, com potencial de causar danos ao equilíbrio do pleito ou à integridade do processo eleitoral.

§1º É vedada, em qualquer hipótese, a criação ou utilização de conteúdo sintético que, mediante manipulação de material pré-existente, simule ou altere imagem ou voz de pessoa viva ou falecida, com ou sem autorização expressa, com potencial de beneficiar ou prejudicar candidatura.

§2º A violação ao disposto neste artigo sujeitará o responsável às sanções previstas em lei e nesta Resolução, inclusive multa, retirada imediata do conteúdo, suspensão do canal por prazo não inferior a 72 horas e, quando comprovada a participação ou prévio conhecimento de candidatos ou partidos, abuso de meios de comunicação, a cassação do registro ou do mandato, conforme a gravidade do caso.

4.5.3. Redação sugerida para o parágrafo 1º-A do Artigo 10

§1º-A. A vedação prevista no caput deste artigo aplica-se também ao uso de qualquer tecnologia digital — inclusive, mas não se limitando à inteligência artificial — empregada para adulterar ou criar áudios, imagens, vídeos, representações ou outras mídias, quando destinados a difundir fato falso ou gravemente descontextualizado sobre candidatas, candidatos ou sobre o

processo eleitoral, com potencial de manipular emocionalmente o eleitorado com o objetivo de modificar sua intenção de voto.

5. Conclusão - por uma inovação democrática responsável

O esforço regulatório proposto não representa uma iniciativa tecnofóbica ou uma tentativa de frear o progresso digital. Ao contrário, trata-se de um movimento de inovação responsável que visa canalizar os benefícios da inteligência artificial para o fortalecimento do debate público, evitando a degradação democrática pelo uso de falsificações indetectáveis.

A proposta final consolidada reafirma a necessidade de uma estrutura legislativa dual, que distingue claramente a permissão de uso condicionada à transparência da vedação a práticas ilícitas, em estrita observância aos preceitos de clareza, precisão e lógica da Lei Complementar nº 95/1998.

O mecanismo de transparência foi detalhado em um sistema de duas camadas – um selo visual permanente e uma notícia de transparência acessível – que visa a empoderar o eleitorado, garantindo-lhe o direito de saber a natureza do conteúdo com o qual interage, sem, contudo, impor um ônus desproporcional ou inviável aos atores políticos. A delimitação consciente do escopo, excluindo a complexa questão do anonimato, assegura que a norma seja focada e eficaz para o problema que se propõe a resolver.

É imperativo reiterar que este esforço regulatório não representa uma iniciativa avessa à tecnologia. Ao contrário, trata-se de uma proposta eminentemente pró-democracia. O objetivo não é frear a inovação, mas sim canalizá-la para que sirva ao fortalecimento do debate público, e não à sua degradação. Ao estabelecer “*guardrails*” claros e previsíveis, a normatização proposta fomenta um ambiente de inovação responsável, onde os benefícios da IA podem ser explorados eticamente, sem comprometer a confiança, a autenticidade e a integridade, que são pilares de qualquer processo eleitoral legítimo. Assim, a normatização fomenta um ambiente onde os benefícios da IA, a exemplo da otimização de campanhas e a ampliação da acessibilidade, podem ser explorados eticamente, sem comprometer a confiança do eleitor nas instituições.

A escolha que se apresenta não é entre inovação e regulação, mas entre uma inovação que respeita os valores democráticos e uma que, por omissão, arrisca-se a corroê-los.

A disciplina do uso de IA nas eleições não é uma questão de conveniência política, mas uma necessidade fundamental para a salvaguarda da soberania popular no século XXI. Deixar essa tarefa exclusivamente a cargo da interpretação judicial casuística é perpetuar uma insegurança que prejudica tanto os candidatos que desejam inovar de forma ética quanto a Justiça Eleitoral, que se vê sobrecarregada com litígios estritamente técnicos.

A construção de um futuro digital democrático exige a ação decidida do Poder Normativo do TSE e do Congresso Nacional. A transparência efetiva e a

proteção absoluta contra a usurpação da identidade humana são os pilares sobre os quais deve se assentar a propaganda eleitoral de 2026. Somente assim garantiremos que a "vontade popular" seja fruto de um processo de escolha baseado em fatos e argumentos autênticos, e não em estados mentais e emocionais fabricados por algoritmos.

Lança-se, portanto, um apelo ao legislador brasileiro (típico [Congresso Nacional] e atípico [TSE]) para que assuma sua responsabilidade constitucional e promova o regramento sobre a matéria com a urgência que ela demanda. A disciplina do uso de Inteligência Artificial nas eleições não é uma questão de conveniência política ou de interesse setorial; é uma necessidade fundamental para a salvaguarda da soberania popular, da lisura do pleito e da própria legitimidade das instituições democráticas no século XXI.

Outrossim, deixar essa tarefa exclusivamente a cargo do poder normativo da Justiça Eleitoral, por mais louvável que tenha sido sua atuação até aqui, é perpetuar uma solução precária para um desafio permanente. A construção de um futuro digital democrático exige coragem, visão e, acima de tudo, a ação decidida dos representantes eleitos pelo povo.

É indispensável atualizar a redação dos dispositivos para refletir a evolução tecnológica: a IA generativa passou a realizar, sem vídeo base, o que antes era típico das *deepfakes*, tornando insuficiente a dicotomia atual. Ajustes terminológicos, critérios técnicos de distinção e indicadores objetivos de dano podem preservar a integridade do pleito sem sufocar inovações legítimas, garantindo previsibilidade para todos os atores do processo eleitoral.

Referências

ALMEIDA. Vladimir Belmino de. **Análise crítica e efeitos práticos do uso da IA nas eleições de 2024**. CONJUR, 22 jul. de 2024. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2024-jul-22/analise-critica-e-efeitos-praticos-do-uso-da-ia-nas-eleicoes-de-2024/>. Acesso em: 22 set. 2025.

BRASIL. Lei Complementar nº 95, de 26 de fevereiro de 1998. Dispõe sobre a elaboração, a redação, a alteração e a consolidação das leis. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 27 fev. 1998. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp95.htm. Acesso em: 23 out. 2025.

_____. Tribunal Regional Eleitoral do Rio de Janeiro. Juízo da 172ª Zona Eleitoral de Armação dos Búzios/RJ. Representação por propaganda eleitoral 0600082-74.2024.6.19.01222. Representante: Partido Republicanos. Representado: Titular do perfil Calabresobúzios. São Paulo, 24 de abril de 2024. Disponível em: <https://consultaunificadapje.tse.jus.br/consulta-publica-unificada/documento?extensaoArquivo=text/html&path=pje1g/rj/2024/6/25/14/9/57/b4ce6070f338c240d9e0d6e4e896ca9c371851b5703b030e2e49787212bfbc1> Acesso em: 22 set. 2025.

_____. Tribunal Regional Eleitoral de São Paulo. Juízo da 278ª Zona Eleitoral de Guarulhos/SP. Representação eleitoral com pedido de liminar 0600012-35.2024.6.26.0278. Representante: Partido dos Trabalhadores - Diretório Municipal de Guarulhos. Representados: Gustavo Henric Costa e FACEBOOK Serviços Online do Brasil Ltda. São Paulo, 10 de maio de 2024. Disponível em: <https://consultaunificadapje.tse.jus.br/#!/public/resultado/0600012-35.2024.6.26.0278> Acesso em: 22 set. 2025.

_____. Tribunal Regional Eleitoral de São Paulo. Juízo da 002ª Zona Eleitoral de São Paulo/SP. Representação por propaganda eleitoral negativa 0600053-54.2024.6.26.0002. Representante: Diretório Municipal do Movimento Democrático Brasileiro -MDB. Representada: Tábata Cláudia Amaral de Pontes. São Paulo, 24 de abril de 2024. Disponível em: <https://consultaunificadapje.tse.jus.br/#!/public/resultado/0600053-54.2024.6.26.0002> Acesso em: 22 set. 2025.

_____. Tribunal Superior Eleitoral. Resolução n. 23.610, de 18 de dezembro de 2019. Dispõe sobre a propaganda eleitoral (Redação dada pela Resolução n. 23.732/2024). DJE-TSE, n. 249, de 27.12.2019, p. 156-184, republicado no DJE-TSE, n. 37, de 7.3.2022, p. 18-60, republicado no DJE-TSE, n. 45, de 16.3.2022, p. 111-153 e republicado no DJE-TSE, n. 147, de 4.8.2022, p. 343-386. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019?texto=compilado> Acesso em: 22 set. 2025.

CONGRESSO NACIONAL. Glossário de Técnica Legislativa: Princípio da Precisão. Congresso Nacional, [s.d.]. Disponível em: https://www.congressonacional.leg.br/legislacao-e-publicacoes/glossario-tecnica-legislativa/-/TecnicaLegislativa/termo/principio_da_precisao. Acesso em: 23 out. 2025.

COSTA, Ricardo Sérvulo Fonsêca da. **Inteligência Artificial na propaganda eleitoral: ética, limites legais e riscos**. Revista Jurídica do TRE-RJ, 2024. Disponível em: <https://revista.tre-rj.jus.br/rjed/article/view/203>. Acesso em: 25 out. 2025.

COURA, Alexandre Basílio. **Desinformação eleitoral e democracia digital: entre a liberdade de expressão, o risco sistêmico e o desafio da remoção estrutural**. 2025. Disponível em: <https://abradep.org/midias/desinformacao-eleitoral-e-democracia-digital-entre-a-liberdade-de-expressao-o-risco-sistmico-e-o-desafio-da-remocao-estrutural/>. Acesso em: 6 nov. 2025.

_____. **Direito digital e inteligência artificial nas campanhas contemporâneas**. (no prelo). Porto Alegre/RS, 2025.

FRESHFIELDS. **The EU's Transparency and Targeting of Political Advertising Regulation: Guidance to Support the Technical Implementation**. Freshfields Technology Quotient, 26 ago. 2025. Disponível em: <https://technologyquotient.freshfields.com/post/102kxzc/the-eus-transparency-and-targeting-of-political-advertising-regulation-guidance>. Acesso em: 24 out. 2025.

JEFFERS, Sam. **Meta and Google's Ad Ban Upends Political Campaigning in Europe**. TechPolicy.Press, 22 out. 2025. Disponível em:

<https://www.techpolicy.press/meta-and-googles-ad-ban-upends-political-campaigning-in-europe/>. Acesso em: 24 out. 2025.

JUNQUILHO, Tainá Aguiar; SILVEIRA, Marilda de Paula; FERREIRA, Lucia Maria Teixeira; MENDES, Laura Schertel; OLIVEIRA, André Gualtieri de. (org.). **Construindo consensos: deep fakes nas eleições de 2024 relatório das decisões dos TREs sobre deep fakes**. Brasília: Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa: Laboratório de Governança e Regulação de Inteligência Artificial, 2024. E-book. ISBN 978-65-87546-23-0. Disponível em: <https://www.idp.edu.br/arquivos/cedis/IDP%20-%20LIA%2C%20CEDIS%20e%20ETHICS4AI%20-%20Nota%20T%C3%A9cnica%20-%20Construindo%20Consenso%20-%20Deep%20Fakes%20nas%20Elei%C3%A7%C3%B5es%20de%202024.pdf> Acesso em: 22 set. 2025.

KLEPPER, David. **To help 2024 voters, Meta says it will begin labeling political ads that use AI-generated imagery**. PBS News, 8 nov. 2023. Disponível em: <https://www.pbs.org/newshour/politics/to-help-2024-voters-meta-says-it-will-begin-labeling-political-ads-that-use-ai-generated-imagery>. Acesso em: 23 out. 2025.

LABELING AI-Generated Content: Understanding the New Requirement. True Fit Marketing, [s.d.]. Disponível em: <https://truefitmarketing.com/labeling-ai-generated-content-understanding-the-new-requirement/>. Acesso em: 23 out. 2025.

LIZ. Karine Borges de. **Desinformação, abuso de poder e avanço tecnológico: Desafios estruturantes**. Boletim da ABRADep, out. de 2024. Disponível em: [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfindmkaj/https://abradep.org/wp-content/uploads/2024/11/BOLETIM-ABRADEP-n13.pdf](https://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfindmkaj/https://abradep.org/wp-content/uploads/2024/11/BOLETIM-ABRADEP-n13.pdf) Acesso em: 22 set. 2025.

MCTAGUE. Emma. **LABELING AI-generated content properly (and how to avoid it)**. VeraContent, 27 fev. 2025. Disponível em: <https://veracontent.com/mix/labeling-ai-generated-content/>. Acesso em: 23 out. 2025.

NUNES. Allan Titonelli; e PAULA. Daniel Giotti de Paula. **A nova arena política são as redes**. JOTA, 13 fev. de 2025. Disponível em <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/a-nova-arena-politica-sao-as-redes> Acesso em: 23 set. de 2025.

_____. **Contradições eleitorais do 'novo mundo digital'**. CONJUR, 05 jan. de 2025. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2025-jan-06/contradicoes-eleitorais-do-novo-mundo-digital/> Acesso em: 22 set. 2025.

PERREAULT, Daniel. **Texas House passes bill to mandate disclosure of AI images, deepfakes in political advertisements**. KVUE, 1 maio 2025. Disponível em: <https://www.kvue.com/article/news/politics/texas-legislature/texas-house-bill-disclosure-ai-images-deepfakes-political-advertisements/269-49978463-e073-42bf-995a-f3980d4bb587>. Acesso em: 25 out. 2025.

ROSSINI, Adriana; LUCCA, Newton de; QUEIRÓZ, Renata Capriolli Zocatelli. **O uso da inteligência artificial nas eleições do Brasil: a perspectiva otimista, pessimista e realista**. Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo, Ribeirão Preto-SP, v. 1, n. 1, II série, p. 549-568, set./dez. 2024. Disponível em: <https://revistas.unaerp.br/revista-luso-brasileira/article/view/3600/2488>. Acesso em: 25 out. 2025.

WE UPLOADED a fake video to 8 social apps. **Only one told users it wasn't real**. The Washington Post, 22 out. 2025. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/technology/2025/10/22/ai-deepfake-sora-platforms-c2pa/>. Acesso em: 25 out. 2025.

WITTENBERG. Chloe; EPSTEIN. Zie; BERINSKY. Adam J.; RAND. David G. **Labeling AI-Generated Content**. MIT, nov. 2023. Disponível em: https://computing.mit.edu/wp-content/uploads/2023/11/AI-Policy_Labeling.pdf. Acesso em: 23 out. 2025.

YOUTUBE. **Disclosing use of altered or synthetic content**. YouTube Help, [s.d.]. Disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/14328491>. Acesso em: 25 out. 2025.

ZIELONKA, Jan. **The challenge of instant democracy**. Social Europe. Berlim. 17 abr de 2023. Disponível em: https://www.socialeurope.eu/the-challenge-of-instant-democracy?fbclid=IwAR3CMj_Zc2mZo2c7JOjx_KvcH3xCVlvEoQbHUIhsaZC9FV2MznJY9WeWpa4&mibextid=unz460 Acesso em: 23 set. de 2025.