ReGeo ISSN: 2177-3246

# IMPULSIONAMENTO ELEITORAL E ABUSO ALGORÍTMICO

# ELECTORAL BOOSTING AND ALGORITHMIC ABUSE

# PROMOCIÓN ELECTORAL PAGADA Y ABUSO ALGORÍTMICO

https://doi.org/10.56238/revgeov17n10-176

**Data de submissão:** 24/09/2026 **Data de publicação:** 24/10/2026

**Hillana Martina Lopes Mousinho Neiva Dourado**
Mestre em Direito pela Universidade Federal do Piauí (UFPI). Juíza titular do Tribunal Regional Eleitoral do Piauí
E-mail: hillana@araujoelopes.com.br
Lattes: https://lattes.cnpq.br/3271304510027845

**Gabriel William Maciel Negreiros**
Acadêmico do curso de Direito
Instituição: Instituto de Ensino Superior iCEV
E-mail: gwmnegreiros@gmail.com
Lattes: http://lattes.cnpq.br/3706864766949366

## RESUMO

Este artigo examina em que condições a circulação paga de propaganda eleitoral, com ou sem inteligência artificial, pode ser juridicamente relevante além do conteúdo divulgado. A pesquisa parte da distinção entre conteúdo, contratação e entrega. Sustenta-se que conteúdo falso, difamatório ou sintético em desconformidade com a regulamentação possui regime próprio, mas que conteúdo verdadeiro, identificado e regularmente contratado também pode integrar abuso do poder econômico ou uso indevido dos meios de comunicação quando recursos, dados e mecanismos automatizados forem empregados para produzir vantagem eleitoral relevante mediante alcance seletivo, repetição concentrada, exclusão de públicos ou priorização de mensagens. A expressão abuso algorítmico é utilizada como categoria analítica, e não como ilícito autônomo. A opacidade da plataforma não permite presumir coordenação, vantagem ou gravidade, mas produz assimetria probatória, pois os dados relevantes sobre a circulação permanecem com a campanha contratante e com o provedor. Propõe-se, por isso, dever compartilhado de conservação e apresentação de registros auditáveis da campanha paga, abrangendo, entre outros, gasto, período, público elegível, alcance agregado, frequência, critérios de otimização e alterações relevantes de entrega. A análise é qualitativa, documental, bibliográfica e jurisprudencial. Conclui-se que a auditabilidade da entrega preserva a igualdade de oportunidades sem proibir o impulsionamento, exigir a abertura integral do código ou expor dados pessoais.

**Palavras-chave:** Propaganda Eleitoral. Entrega Automatizada. Abuso do Poder Econômico. Prova Digital. Igualdade de Oportunidades.

## ABSTRACT

This article examines when paid electoral advertising, with or without artificial intelligence, may be legally relevant beyond the content being conveyed. It distinguishes content, contracting, and delivery. False, defamatory, or unlawfully synthetic content has its own regulatory regime. Yet truthful, labelled, and duly contracted content may also amount to abuse of economic power or misuse of the media when

financial resources, data, and automated delivery mechanisms generate a relevant electoral advantage through selective reach, concentrated repetition, audience exclusion, or message prioritisation. Algorithmic abuse is used as an analytical category, not as a new offence. Platform opacity does not justify a presumption of coordination, advantage, or seriousness, but it creates evidentiary asymmetry because relevant circulation data remain with the campaign and the provider. The article therefore proposes a shared duty to preserve and present auditable records of paid campaigns, including, among others, expenditure, period, eligible audience, aggregate reach, frequency, optimisation criteria, and material delivery changes. It concludes that delivery auditability protects equality of opportunity without banning boosting, requiring full source-code disclosure, or exposing personal data.

**Keywords:** Electoral Advertising. Automated Delivery. Abuse of Economic Power. Digital Evidence. Equality of Opportunity.

**RESUMEN**

Este artículo examina en qué condiciones la circulación pagada de propaganda electoral, con o sin inteligencia artificial, puede ser jurídicamente relevante más allá del contenido divulgado. La investigación parte de la distinción entre contenido, contratación y entrega. Se sostiene que el contenido falso, difamatorio o sintético en desconformidad con la reglamentación posee régimen propio, pero que el contenido verdadero, identificado y regularmente contratado también puede integrar abuso del poder económico o uso indebido de los medios de comunicación cuando recursos, datos y mecanismos automatizados se emplean para producir una ventaja electoral relevante mediante alcance selectivo, repetición concentrada, exclusión de públicos o priorización de mensajes. La expresión abuso algorítmico se utiliza como categoría analítica, y no como ilícito autónomo. La opacidad de la plataforma no permite presumir coordinación, ventaja o gravedad, pero produce asimetría probatoria, pues los datos relevantes sobre la circulación permanecen en poder de la campaña contratante y del proveedor. Se propone, por ello, un deber compartido de conservación y presentación de registros auditables de la campaña pagada, que abarque, entre otros, gasto, período, público elegible, alcance agregado, frecuencia, criterios de optimización y alteraciones relevantes de la entrega. El análisis es cualitativo, documental, bibliográfico y jurisprudencial. Se concluye que la auditabilidad de la entrega preserva la igualdad de oportunidades sin prohibir la promoción pagada, exigir la apertura integral del código ni exponer datos personales.

**Palabras clave:** Propaganda Electoral. Entrega Automatizada. Abuso del Poder Económico. Prueba Digital. Igualdad de Oportunidades.

## 1 INTRODUÇÃO

A propaganda eleitoral digital não se esgota no conteúdo apresentado ao eleitor por meio das plataformas. Uma mesma mensagem pode alcançar amplamente o eleitorado ou concentrar-se em grupos específicos, ser exibida com maior frequência a determinados perfis e ter sua distribuição recalibrada conforme o desempenho obtido durante a veiculação. O conteúdo permanece idêntico; é a sua circulação que produz experiências eleitorais distintas.

Isso não significa que toda segmentação seja ilícita. O impulsionamento é admitido nas condições legais, e a inteligência artificial pode servir a finalidades legítimas. As regras sobre propaganda paga e sobre conteúdos falsos, difamatórios ou sintéticos, contudo, não esgotam o problema: a entrega de mensagem verdadeira, identificada e formalmente regular pode tornar-se juridicamente relevante quando recursos, dados e mecanismos automatizados ampliam seletivamente seu alcance, sua frequência ou sua prioridade de exibição em favor de determinada candidatura.

O problema de pesquisa pode ser assim formulado: em que condições o impulsionamento eleitoral, ainda que de conteúdo lícito, pode integrar abuso do poder econômico ou uso indevido dos meios de comunicação social, e como essas condições podem ser provadas diante da opacidade das plataformas? Parte-se da hipótese de que nem o impulsionamento, nem a diferença abstrata de orçamento, nem o emprego de inteligência artificial, nem a opacidade da plataforma caracterizam, isoladamente, abuso. O reconhecimento do abuso depende da demonstração articulada de recursos relevantes, finalidade eleitoral, vínculo com a candidatura, vantagem produzida pela entrega e gravidade das circunstâncias. No plano probatório, sustenta-se que os instrumentos atualmente disponíveis não bastam para reconstruir em juízo a entrega efetiva da propaganda. As hipóteses seriam refutadas, respectivamente, se a jurisprudência do TSE já reconhecesse abuso a partir de um desses elementos isolados, ou se os instrumentos vigentes se mostrassem suficientes para aquela reconstrução.

A expressão “abuso algorítmico” é empregada apenas como categoria analítica, e não como ilícito autônomo. A opacidade da plataforma não autoriza presumir o abuso, mas produz assimetria probatória, pois os dados sobre a entrega concentram-se em poder de contratantes e provedores; o artigo propõe enfrentá-la por meio de deveres proporcionais de conservação e apresentação de registros auditáveis.

Delimita-se o objeto à circulação paga e à entrega automatizada da propaganda político-eleitoral, sem examinar a identificabilidade de quem fala com o eleitor em conteúdos produzidos com inteligência artificial, que demanda investigação autônoma, a responsabilidade civil das plataformas ou a proteção de dados isoladamente considerada. O trabalho não afirma que a plataforma determina o voto individual. Adota-se a perspectiva de democracia mediada de Hofmann (2019, p. 3), que

compreende a relação entre tecnologias digitais e autodeterminação política como uma constelação, e não como relação causal: um conjunto de condições que possibilita a ação política sem determiná-la.

O método é qualitativo, com análise documental da legislação eleitoral e das resoluções do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), revisão bibliográfica e exame de julgados do TSE e de tribunais regionais eleitorais proferidos entre 2016 e 2026. A seleção jurisprudencial é intencional, orientada pela pertinência das decisões à atuação de terceiros, à relevância da circulação para a gravidade, à alocação da técnica de distribuição entre configuração e gravidade e à distinção entre responsável e beneficiário, e os julgados são examinados conforme seus fundamentos determinantes, sem equiparar propaganda irregular a abuso.

## 2 CONTEÚDO, CONTRATAÇÃO E ENTREGA

A propaganda eleitoral digital deve ser examinada em três planos: o conteúdo, que é o que se mostra ao eleitor; a contratação, que identifica quem pagou pela ampliação do alcance e em que condições; e a entrega, que revela como a plataforma distribuiu a mensagem. A regularidade de um plano não assegura a dos demais.

### 2.1 A LICITUDE DO CONTEÚDO NÃO ENCERRA O EXAME

No plano do conteúdo, examinam-se a falsidade, a difamação, a manipulação enganosa e o uso irregular de imagem, voz ou conteúdo sintético, cada qual submetido ao respectivo regime jurídico. A regularidade da mensagem não encerra, contudo, o exame jurídico. Conteúdo verdadeiro e identificado pode ser entregue seletivamente, reiterado para grupos específicos ou apresentado em versões distintas conforme a audiência.

A adaptação temática da comunicação política a diferentes grupos é legítima. A relevância jurídica surge quando segmentação, recursos e dados são utilizados para sustentar versões incompatíveis da candidatura, explorar vulnerabilidades informacionais de públicos específicos ou restringir sistematicamente o confronto entre mensagens. Melo Neto (2023, p. 69) observa que a segregação de destinatários permite “o impulsionamento de postagens com conteúdos distintos e até antagônicos entre si com o fim de angariar apoio de grupos políticos diferentes”, e que a falta de escrutínio público desses materiais dificulta o confronto de ideias. Nessa hipótese, cada mensagem, isoladamente considerada, pode permanecer lícita, e o objeto da análise passa a ser a estrutura empregada para ampliar sua circulação, os públicos alcançados, a frequência de exibição e a vantagem resultante.

A relação entre conteúdo e contratação permite distinguir quatro situações: conteúdo ilícito com contratação irregular; conteúdo ilícito com contratação regular; conteúdo lícito com contratação irregular; e conteúdo e contratação formalmente regulares. Nas três primeiras, cada irregularidade é examinada segundo seu regime próprio, sem prejuízo de que os dados de entrega sejam considerados na aferição da gravidade. A quarta concentra o problema deste artigo: verificar se a entrega, associada a recursos, dados e coordenação, produziu vantagem suficientemente grave para integrar abuso do poder econômico ou uso indevido dos meios de comunicação social.

No RO-El nº 0603975-98, o TSE examinou a difusão de informações falsas em conjunto com a amplitude da circulação para aferir a gravidade da conduta (Brasil, 2021).[1] O precedente não resolve diretamente a hipótese de conteúdo lícito, mas reforça que os dados de circulação são juridicamente relevantes para a aferição de vantagem e gravidade. Isso não autoriza, porém, equiparar eficiência publicitária a abuso, cuja caracterização continua a depender da demonstração articulada de recursos, finalidade eleitoral, vínculo com candidatura, vantagem produzida pela entrega e gravidade.

A objeção mais forte à hipótese deste artigo vem do Recurso Especial Eleitoral nº 0600132-46.2024.6.06.0113, relativo às eleições municipais de 2024 em Fortaleza. Em ação de investigação judicial eleitoral fundada em dezessete vídeos impulsionados, o TRE-CE afastou o abuso do poder econômico e a falsidade do conteúdo, mas aplicou multa exclusivamente pelo uso de *dark posts*. Em 27 de agosto de 2026, sob a relatoria do Ministro Antonio Carlos Ferreira, o TSE afastou a multa por unanimidade, assentando que a configuração da infração exige violação concreta ao regime do impulsionamento, como propaganda negativa, ausência de identificação inequívoca ou contratação por pessoa não legitimada, e que "O uso de dark posts pode ser considerado circunstância relevante para a aferição da opacidade, da rastreabilidade, da gravidade da conduta e da dosimetria da sanção quando associado à prática de ilícito eleitoral previamente demonstrado" (Brasil, 2026c).

O precedente não infirma a hipótese, mas a delimita. Confirma que a técnica de distribuição, isolada, não autoriza sanção, ainda que aplicada a conteúdo lícito e regularmente contratado. A hipótese aqui examinada situa-se no plano da ação por abuso, em que a entrega não é ilícito autônomo, mas componente de operação que reúne recursos relevantes, finalidade eleitoral, vínculo com a candidatura e gravidade. Mesmo nesse plano, o acórdão impõe cautela, pois indica que a distribuição opera preferencialmente na aferição da gravidade; os cinco elementos da seção 3.2 existem precisamente para impedir que a técnica seja sancionada por si. Além disso, o ilícito previamente demonstrado a que

[1] Transmissão ao vivo no dia do pleito, durante a votação, com afirmações notoriamente inverídicas sobre fraudes em urnas eletrônicas, para mais de 70 mil internautas, com 400 mil compartilhamentos e seis milhões de visualizações até 12 de novembro de 2018, elementos que fundamentaram a gravidade (Brasil, 2021). O conteúdo era ilícito e a circulação não decorreu de impulsionamento pago, o que limita a transposição do precedente.

se refere o acórdão pode ser de contratação, como no impulsionamento por pessoa não legitimada examinado na seção 2.2.

## 2.2 CONTRATAÇÃO E IMPULSIONAMENTO POR TERCEIROS

A Lei nº 9.504/1997 permite que pessoas naturais produzam ou compartilhem manifestações políticas na internet, desde que não contratem impulsionamento de conteúdos (art. 57-B, IV, "b"). Na internet, a propaganda eleitoral paga é vedada, excetuando-se o impulsionamento, que deve ser contratado exclusivamente por partidos, coligações, candidatos e seus representantes, identificado de forma inequívoca e submetido à prestação de contas (art. 57-C, *caput*). A regra permite conhecer quem financiou a ampliação do alcance e impede que despesas eleitorais sejam ocultadas por meio de contas de apoiadores.

O pagamento por terceiro não demonstra automaticamente participação da candidatura beneficiada, pois o apoio político espontâneo não se converte em responsabilidade objetiva.[2] A atribuição exige elementos que indiquem coordenação, como origem dos recursos, controle das contas, produção conjunta das peças, escolha dos públicos, comunicação com a campanha, identidade de fornecedores ou outros vínculos convergentes. O benefício eleitoral, a afinidade política ou a marcação do candidato, isoladamente, não bastam.

O caso conhecido como "Maranhão com Brandão" ilustra essa análise. Em período de pré-campanha, terceiros contrataram o impulsionamento de publicações favoráveis a Carlos Brandão e Felipe Camarão. Além do benefício político, foram considerados elementos como proximidade política e profissional, participação dos beneficiários nas peças, marcações e caráter profissional da produção, em acórdão do TRE-MA mantido pelo TSE (Brasil, 2023a).[3] O caso não estabelece responsabilidade automática, mas demonstra a necessidade de reconstruir a relação entre pagamento, produção, conhecimento e benefício.

A mesma lógica alcança estruturas paralelas financiadas por empresários, influenciadores ou redes de apoiadores, nas quais pequenos pagamentos coordenados podem compor operação economicamente relevante. A diferença regular de recursos entre candidaturas não configura abuso. O

[2] A própria Lei nº 9.504/1997 condiciona a responsabilização do beneficiário, na esfera da propaganda irregular, à comprovação de seu prévio conhecimento (art. 57-B, § 5º, e art. 57-C, § 2º). O padrão é distinto do exigido nas ações por abuso, que dependem de vínculo e gravidade, mas confirma que o benefício, isoladamente, não basta para atribuir a conduta (Brasil, 1997).

[3] TSE, AgR-REspEl nº 0600436-53.2022.6.10.0000/MA, Rel. Min. Benedito Gonçalves, j. 5 out. 2023, unânime, que manteve a multa por propaganda antecipada mediante impulsionamento e afastou a alegação de falta de prévia ciência dos candidatos (Brasil, 2023a). O caso não trata de abuso de poder e ilustra apenas os elementos de atribuição da conduta a terceiros.

problema surge quando recursos externos, ocultos ou não contabilizados são convertidos em circulação eleitoral coordenada.

## 2.3 ENTREGA ALGORÍTMICA

A entrega corresponde ao processo pelo qual a plataforma define quem recebe o anúncio, quando e com que frequência. O resultado decorre da interação entre escolhas do contratante (orçamento, duração, audiência e objetivo), mecanismos de distribuição da plataforma e respostas dos usuários.

O público elegível, formado pelas pessoas que poderiam receber o anúncio segundo os parâmetros da campanha, não se confunde com o público alcançado, a quem a plataforma efetivamente entregou a mensagem; a diferença pode decorrer de fatores legítimos, como orçamento, concorrência por espaço e respostas dos usuários. O alcance informa quantas pessoas receberam a mensagem; a frequência, quantas vezes, em média, ela foi apresentada a cada uma. Uma campanha pode alcançar muitas pessoas uma única vez ou concentrar exibições sobre grupo reduzido, com efeitos distintos sobre a presença de uma candidatura na experiência digital do eleitor, e investimentos semelhantes produzem resultados distintos conforme os dados, a capacidade técnica e a estratégia empregados.

A entrega pode assumir relevância jurídica quando revela estratégia de vantagem eleitoral. A repetição intensa para determinado grupo pode ampliar a presença cotidiana de uma candidatura. A exclusão de públicos pode impedir o confronto entre versões distintas da mensagem; Barcelos (2019, p. 118) relata a informação de que a campanha presidencial norte-americana de 2016 teria utilizado publicações não públicas para desmobilizar determinados grupos de eleitores, de modo que não comparecessem à votação. A priorização paga em mecanismos de busca pode favorecer conteúdo relacionado a determinada candidatura; nesse caso, contudo, o TSE afastou o abuso quando não demonstrado que a contratação alterou o funcionamento ordinário da ferramenta.[4] Nenhuma dessas circunstâncias configura abuso isoladamente, mas todas podem integrar a demonstração da conduta, da vantagem e da gravidade.

A licitude do conteúdo não convalida contratação irregular, e a regularidade da contratação não torna juridicamente indiferente a forma de entrega. A relevância eleitoral surge quando recursos, vínculo, estratégia de distribuição, vantagem e gravidade aparecem de forma combinada.

[4] Na AIJE nº 0601312-84.2022.6.00.0000, relativa à contratação de priorização paga no Google Ads a partir de palavras-chave associadas a conteúdo negativo sobre o adversário, o TSE julgou improcedentes os pedidos por não demonstrado que a contratação alterasse o funcionamento ordinário da ferramenta (Brasil, 2023b). Desde a Resolução TSE nº 23.732/2024, a priorização paga de busca integra o regime do art. 27-A (Brasil, 2019; 2024).

## 3 ABUSO ALGORÍTMICO COMO CATEGORIA DE ANÁLISE

### 3.1 CATEGORIA ANALÍTICA E AUSÊNCIA DE ILÍCITO AUTÔNOMO

Para este trabalho, abuso algorítmico designa a utilização coordenada de recursos econômicos, dados e mecanismos automatizados de distribuição para produzir vantagem eleitoral relevante mediante alcance seletivo, repetição concentrada, exclusão de públicos ou priorização de mensagens. A expressão não designa infração eleitoral autônoma: descreve um modo de operação cuja relevância sancionatória depende do enquadramento nas categorias já existentes, especialmente abuso do poder econômico e utilização indevida de veículos ou meios de comunicação social, previstos no art. 22 da Lei Complementar nº 64/1990 (Brasil, 1990).

O algoritmo não é sujeito do abuso. Sua relevância decorre das escolhas e estruturas empregadas por candidaturas, partidos e terceiros, bem como dos mecanismos de distribuição disponibilizados pelas plataformas. A análise deve identificar quem financiou e configurou a operação, quais públicos foram selecionados, como ocorreu a circulação e qual vantagem resultou dela.

A categoria não transforma diferenças ordinárias de desempenho em abuso nem amplia automaticamente o campo sancionador. Sua função é permitir a análise conjunta de elementos que, considerados separadamente, podem ser regulares, como gastos, dados, atuação de terceiros, versões de anúncios e entrega automatizada, mas que podem integrar uma mesma estratégia eleitoral.

### 3.2 ELEMENTOS PARA RECONHECIMENTO NO CASO CONCRETO

O enquadramento de uma operação dessa natureza como abuso do poder econômico ou uso indevido dos meios de comunicação social depende da demonstração conjunta de cinco elementos: estrutura relevante de recursos, finalidade eleitoral, vínculo com a candidatura, entrega diferenciada capaz de produzir vantagem e gravidade das circunstâncias. Esses critérios não formam tipo sancionador novo; organizam o exame da operação digital à luz das categorias de abuso previstas no ordenamento.

O primeiro elemento é a existência de estrutura relevante de recursos econômicos ou digitais, abrangendo valores de impulsionamento, bases de dados, serviços especializados, automação, redes de contas e capacidade técnica. A diferença de orçamento não basta. É necessário relacionar origem, regularidade e emprego dos recursos à vantagem concretamente produzida.

O segundo elemento é a finalidade eleitoral. A distribuição deve estar relacionada à promoção ou ao prejuízo de candidatura, partido ou posição diretamente vinculada ao pleito. Essa finalidade pode decorrer do conteúdo, dos públicos selecionados, do período de circulação, dos objetivos da campanha

publicitária e da relação entre responsáveis e beneficiários, e não depende exclusivamente de pedido explícito de voto.

O terceiro elemento é o vínculo entre a operação e a candidatura beneficiada. Esse vínculo deve ser examinado em dois níveis: o benefício direto produzido pelo abuso e a participação pessoal na conduta. O art. 22, XIV, da Lei Complementar nº 64/1990 distingue a cassação do registro ou do diploma do candidato diretamente beneficiado da declaração de inelegibilidade daqueles que tenham contribuído para a prática do ato. A ausência de participação do candidato não afasta, por si só, a possibilidade de cassação quando comprovados o abuso grave e o benefício direto, mas impede que a inelegibilidade seja imposta exclusivamente em razão desse benefício.

A distinção foi aplicada pelo TSE no Agravo Regimental no Recurso Especial Eleitoral nº 992-19.2012.6.05.0122/BA, relativo às eleições municipais de 2012 em Porto Seguro, sob a relatoria da Ministra Luciana Lóssio, julgado em 30 de junho de 2016. O Tribunal manteve a inelegibilidade do radialista responsável pelo uso indevido dos meios de comunicação social, mas afastou a dos candidatos a prefeito e vice-prefeito, considerados meros beneficiários, por ausência de participação direta ou indireta ou de contribuição para o ilícito, e rejeitou a presunção de participação fundada apenas no parentesco (Brasil, 2016). Embora radiofônico, o caso delimita a atribuição das consequências do abuso: benefício eleitoral e contribuição pessoal são questões distintas.

No ambiente digital, o caso de Pablo Marçal permite examinar situação em que o vínculo ultrapassou o simples benefício. No Recurso Eleitoral nº 0601153-47.2024.6.26.0001, julgado com duas AIJEs conexas, o TRE-SP examinou concurso de vídeos curtos organizado no Discord durante a campanha à Prefeitura de São Paulo em 2024, com promessa de prêmios aos produtores de maior audiência que usassem a hashtag "#prefeitomarçal". Em 4 de dezembro de 2025, sob a relatoria de Cláudio Langroiva Pereira, o Tribunal entendeu que a recompensa fomentava rede de publicações aparentemente orgânicas e alterava artificialmente a repercussão da propaganda, reconheceu relação de preposição entre o candidato e o administrador da comunidade e, pelo voto de desempate da Presidência, manteve a condenação por uso indevido dos meios de comunicação social e a inelegibilidade por oito anos, afastando o abuso do poder econômico por insuficiência de prova do dispêndio (São Paulo, 2025). Os embargos de declaração foram rejeitados por unanimidade em 5 de agosto de 2026 (São Paulo, 2026).

Os precedentes desempenham funções complementares. Porto Seguro impede que o benefício ou o parentesco substituam a prova da contribuição pessoal; o caso Marçal mostra a relevância de estrutura organizada de circulação vinculada ao candidato, embora não demonstre manipulação dos mecanismos internos de entrega nem resolva a hipótese de contratação regular, pois a remuneração

prometida aos divulgadores foi considerada proibida. Em ambos, as consequências se atribuem separadamente ao abuso grave, ao benefício direto e à contribuição de cada envolvido.

O quarto elemento é a entrega diferenciada capaz de produzir vantagem eleitoral relevante. Devem ser examinados público elegível, público alcançado, frequência, período de circulação, áreas geográficas, versões utilizadas, critérios de otimização e alterações realizadas durante a campanha. A vantagem pode decorrer de repetição concentrada, priorização sistemática de candidatura, exclusão de segmentos ou apresentação de versões incompatíveis a públicos que dificilmente conseguiriam confrontá-las.

O quinto elemento é a gravidade das circunstâncias, nos termos do art. 22, XVI, da Lei Complementar nº 64/1990[5], que dispensa a demonstração da potencialidade de o fato alterar o resultado da eleição. A análise deve considerar, no aspecto quantitativo, alcance, frequência, volume de recursos, duração e abrangência territorial; no aspecto qualitativo, grau de coordenação, origem dos recursos, ocultação do responsável, uso funcional de dados, oportunidade de resposta e proximidade da eleição. Deve-se demonstrar que a operação possuía dimensão suficiente para comprometer a igualdade de oportunidades, a liberdade de formação da preferência eleitoral ou a normalidade do pleito.

Os cinco elementos devem ser avaliados conjuntamente. Recursos sem finalidade eleitoral não configuram abuso. Finalidade eleitoral sem vínculo com a candidatura não permite imputar-lhe as consequências do ilícito, e o vínculo limitado ao benefício pode justificar a cassação, mas não a inelegibilidade do beneficiário. Entrega diferenciada sem vantagem relevante pode representar variação ordinária de desempenho. Vantagem sem gravidade não autoriza as consequências próprias das ações eleitorais sancionadoras.

O enquadramento dependerá do aspecto predominante da conduta. Quando a vantagem resultar principalmente do emprego desproporcional, oculto ou irregular de dinheiro, dados, serviços ou infraestrutura, a situação poderá ser examinada como abuso do poder econômico; quando envolver utilização anormal de estruturas de comunicação para concentrar exposição ou restringir o confronto público, como uso indevido dos meios de comunicação. As categorias não se confundem: no caso Marçal, o uso indevido foi mantido e o abuso econômico afastado por insuficiência de prova do dispêndio (São Paulo, 2025). Em todas as hipóteses, vínculo, vantagem e gravidade permanecem indispensáveis.

[5] O dispositivo, incluído pela Lei Complementar nº 135/2010, estabelece que, "para a configuração do ato abusivo, não será considerada a potencialidade de o fato alterar o resultado da eleição, mas apenas a gravidade das circunstâncias que o caracterizam" (Brasil, 1990). Por isso, a demonstração não recai sobre a mudança do resultado, e sim sobre a dimensão da conduta.

### 3.3 INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: ESCALA, NÃO PRESUNÇÃO

A inteligência artificial não é requisito nem presunção de abuso algorítmico. Operações baseadas em segmentação, impulsionamento, redes coordenadas e automação podem produzir vantagem relevante sem sistemas generativos. Inversamente, ferramentas de geração de texto, imagem ou vídeo podem ser utilizadas regularmente.

A relevância da inteligência artificial está principalmente na capacidade de ampliar escala, velocidade e adaptação. Ferramentas automatizadas permitem produzir e testar diversas versões de uma mensagem e concentrar recursos naquelas que apresentam melhor desempenho perante determinados públicos. Por isso, a identificação do conteúdo sintético não substitui a transparência sobre sua circulação: um anúncio corretamente identificado pode ser distribuído de modo intensivo ou seletivo.

A atribuição depende das escolhas imputáveis aos envolvidos, como orçamento, objetivo, público inicial, dados fornecidos e versões da mensagem. A atuação automática da plataforma não autoriza responsabilização sem vínculo juridicamente relevante.

## 4 A PROVA DA ENTREGA

### 4.1 OPACIDADE E ASSIMETRIA PROBATÓRIA

A opacidade não prova favorecimento, coordenação ou gravidade. Ela evidencia assimetria probatória, porque eleitor, adversários e fiscalização podem visualizar a publicação sem conhecer orçamento, versões, públicos excluídos, frequência ou critérios de distribuição. O problema é especialmente relevante quando o conteúdo é lícito, pois os elementos controvertidos se encontram na contratação e na entrega.

A resposta jurídica não exige, como regra, acesso ao código-fonte. Reis e Furtado (2022, p. 34-35) identificam na opacidade o primeiro risco das decisões automatizadas, por razões técnicas e comerciais, e registram que a LGPD instituiu, no art. 20, § 1º, “um direito à explicação em caso de decisão automatizada, como primeira linha contra a opacidade, mas respeitado o segredo comercial e industrial” (Reis; Furtado, 2022, p. 35). A prova no processo eleitoral deve, por isso, deslocar-se do funcionamento interno do sistema para os dados verificáveis da operação: quem contratou, quanto investiu, qual público selecionou, que objetivo indicou, quais versões utilizou e quais resultados agregados obteve.

O art. 9º-I da Resolução TSE nº 23.610/2019, incluído pela Resolução TSE nº 23.755/2026, admite, por decisão motivada, a inversão do ônus da prova nas representações sobre conteúdo sintético que apurem violações aos arts. 9º-B a 9º-E, quando a dificuldade técnica de comprovar a manipulação

digital tornar excessivamente onerosa a prova pelo autor; o representado passa, então, a demonstrar a licitude do conteúdo e as etapas em que empregou inteligência artificial (Brasil, 2019; 2026b). A regra incide sobre o conteúdo, e não sobre a entrega: contratação, segmentação, otimização, alcance e frequência possuem objeto probatório próprio.[6]

Para a entrega, o ordenamento oferece, em caráter subsidiário, a distribuição dinâmica do ônus da prova do art. 373, § 1º, do Código de Processo Civil, aplicável ao processo eleitoral por força de seu art. 15. Nem essa técnica nem a inversão do art. 9º-I asseguram, contudo, que os dados ainda existam quando a prova se tornar necessária. Por isso, não se propõe presumir abuso nem transferir o encargo de demonstrar sua inexistência, mas instituir dever anterior de conservação de registros. A distribuição do ônus define quem suporta determinado encargo probatório; o dever de conservação define quais informações continuarão disponíveis. Apenas o segundo atua antes do litígio.

## 4.2 REGISTROS NECESSÁRIOS E RECONSTRUÇÃO CRONOLÓGICA

A reconstrução deve relacionar, para cada anúncio, a configuração inicial, as alterações durante a veiculação e os resultados agregados, nos campos enumerados na seção 5.3. O objetivo de otimização merece atenção particular, pois, como advertem Reis e Furtado (2022, p. 38), "a grandeza que é escolhida para ser otimizada pode subdimensionar outras questões relevantes". Quando dados fornecidos pelo anunciante forem usados para formar públicos semelhantes ou realizar cruzamentos, a circunstância deve ser registrada sem identificação individual dos eleitores.

Os registros precisam permitir reconstrução cronológica da campanha. Não basta relatório final com números gerais. É necessário identificar quando o orçamento aumentou, quando determinado público passou a ser priorizado, qual versão recebeu maior investimento e como essas alterações afetaram o alcance.

A obrigação de conservação deve ser compartilhada. A campanha conhece o planejamento, o material, o orçamento, os prestadores e o público inicialmente escolhido. A plataforma conhece a entrega realizada, as alterações automáticas, a frequência e o alcance efetivo. Cada responsável deve conservar e apresentar os registros correspondentes à parcela da operação que controlou.

A apresentação deve ser proporcional ao fato investigado. Informações agregadas costumam bastar para verificar padrões de distribuição, sem divulgar nomes, identificadores de dispositivos ou listas de eleitores, cautela reforçada porque a revelação do processo decisório relativo a um titular pode

[6] O art. 9º-I constitui regra eleitoral especial, vinculada à dificuldade técnica da prova de manipulação digital, e não aplicação direta do art. 373, § 1º, do Código de Processo Civil, embora guarde afinidade com a distribuição dinâmica do ônus ali prevista, aplicável supletiva e subsidiariamente aos processos eleitorais nos termos do art. 15 do mesmo Código (Brasil, 2015).

violar a intimidade de outros (Reis; Furtado, 2022, p. 36). Informações protegidas por segredo comercial podem ser apresentadas em procedimento reservado: o sigilo deve controlar o acesso à prova, não eliminar sua existência.

## 4.3 CADEIA DE EVIDÊNCIAS NO IMPULSIONAMENTO POR TERCEIROS

O impulsionamento por terceiro exige responder separadamente três questões: quem financiou e executou a operação; se ela configura abuso grave em benefício de determinada candidatura; e se há participação ou anuência do candidato. O benefício político é relevante para a segunda questão, pois pode fundamentar a cassação do registro ou do diploma, mas não responde à primeira nem à terceira, da qual depende a inelegibilidade. A participação pode ser demonstrada por conjunto convergente de evidências, como origem dos recursos, fornecimento de materiais, dados ou públicos, comunicação com a campanha, fornecedores comuns, acesso compartilhado a contas e aprovação prévia do conteúdo.

Nenhum indício isolado é necessariamente conclusivo. Fotografias, identidade visual ou marcações podem possuir explicações legítimas. A força probatória decorre da convergência de elementos capazes de distinguir apoio espontâneo de atuação coordenada. O TSE rejeitou alegações de ataques sistemáticos e coordenados por apoiadores em rede social quando não comprovadas a ação coordenada e a gravidade.[7]

## 4.4 PROVA DA VANTAGEM E DA GRAVIDADE

Os fatores de gravidade indicados na seção 3.2 precisam ser traduzidos em indicadores verificáveis. Dinheiro, visualizações ou seguidores não demonstram gravidade por si. É necessário contextualizá-los: alcance em relação ao eleitorado da circunscrição, frequência média, gasto em comparação ao limite legal e ao contexto da disputa, duração da veiculação e proximidade da votação. Os elementos qualitativos, como coordenação, ocultação do responsável e dificuldade de resposta, também exigem demonstração concreta, e não mera alegação.

A opinião política constitui dado pessoal sensível nos termos do art. 5º, II, da Lei nº 13.709/2018; dados comportamentais não recebem necessariamente essa qualificação, embora possam permitir inferi-la (Brasil, 2018). Em qualquer caso, a utilização desses dados pode aumentar a gravidade quando permite explorar vulnerabilidades ou restringir a mensagem a grupos que

[7] No RO-El nº 0602012-06.2022.6.02.0000, relativo às Eleições 2022, o TSE manteve a improcedência de AIJE fundada em publicações realizadas no Instagram por apoiadores dos investigados, assentando, na ementa, a ausência de comprovação de ação coordenada, de demonstração da gravidade da conduta e de provas suficientes para a caracterização do abuso de poder mediante uso indevido dos meios de comunicação social (Brasil, 2025).

dificilmente poderiam confrontá-la. O dado não é relevante apenas por sua natureza; é necessário demonstrar como foi utilizado e qual função exerceu na estratégia de entrega.

A repetição deve ser examinada com cuidado: receber a mesma mensagem diversas vezes não prova manipulação do voto, mas pode demonstrar concentração artificial de atenção quando decorrer de investimento direcionado, frequência excessiva e seleção restrita de audiência. Magrani e Oliveira (2018, p. 22) advertem que a filtragem algorítmica "dificulta o acesso às informações que deveriam ou precisariam ser vistas para o enriquecimento do debate democrático". A relevância está na ocupação desigual do espaço de visibilidade, não no controle direto da decisão do eleitor.

A prova pode recorrer à comparação entre público elegível e público alcançado, circulação orgânica e paga, desempenho anterior e posterior ao aumento do orçamento e versões que receberam maior investimento, assegurada à candidatura a demonstração de explicações alternativas, como compartilhamento espontâneo, cobertura jornalística ou interesse orgânico dos eleitores. O contraditório deve alcançar os dados e o método de interpretação, mediante perícia técnica e atuação de assistentes técnicos.

Não se exige prova de mudança individual de voto, mas de alcance, intensidade e contexto suficientes para comprometer a igualdade de oportunidades ou a normalidade do pleito. A ausência injustificada de registros pode ser valorada com os demais elementos, mas a presunção do art. 400 do Código de Processo Civil deve ser aplicada com cautela no processo sancionador, que exige prova robusta para cassação e inelegibilidade: a omissão reforça o conjunto probatório, sem substituir a prova do vínculo, da vantagem e da dimensão da conduta.

## 5 DIREITO BRASILEIRO E PARÂMETRO COMPARADO

### 5.1 INSTRUMENTOS EXISTENTES NO DIREITO BRASILEIRO

Além das restrições da Lei nº 9.504/1997 examinadas na seção 2.2, a Resolução TSE nº 23.610/2019 exige que o impulsionamento traga o CPF ou CNPJ do responsável e a expressão "Propaganda Eleitoral" (art. 29, § 5º). O art. 27-A, incluído pela Resolução TSE nº 23.732/2024, obriga o provedor de impulsionamento, inclusive sob a forma de priorização de resultado de busca, a manter repositório para acompanhamento, em tempo real, do conteúdo, dos valores, dos responsáveis pelo pagamento e das "características dos grupos populacionais que compõem a audiência (perfilamento) da publicidade contratada", com ferramenta de busca e acesso por interface de programação a gasto, período, alcance e critérios de segmentação. As obrigações independem da classificação feita pela plataforma e são permanentes, inclusive fora do período eleitoral (Brasil, 2019; 2024).

O Brasil já possui, portanto, transparência relevante sobre contratação, segmentação e alcance. A expressão perfilamento, empregada pelo próprio inciso I do art. 27-A, demonstra que o regulador reconhece a relevância jurídica da composição do público atingido pela propaganda paga. A lacuna não consiste, assim, em ausência de informações, mas em dois déficits. O primeiro é de conteúdo: os registros não abrangem a frequência de exposição, os objetivos de otimização, as alterações de orçamento e de público durante a campanha, as mudanças automáticas de distribuição nem a associação, por anúncio, entre cada versão e o público que a recebeu. O segundo é de tempo: o art. 27-A institui repositório de acompanhamento em tempo real, mas não fixa prazo de conservação dos dados após o encerramento da veiculação. O contraste interno à própria Resolução é eloquente. O art. 71 determina que as gravações da propaganda eleitoral no rádio e na televisão sejam conservadas por vinte ou trinta dias após a transmissão, conforme a potência da emissora, ao passo que o anúncio impulsionado, que pode custar mais e ser dirigido a públicos escolhidos, não tem regra equivalente na regulamentação eleitoral (Brasil, 2019). O repositório público cumpre função de transparência geral; a prova de caso concreto exige reconstrução cronológica que ele não oferece. Confirma-se, nesse ponto, a hipótese de que os instrumentos vigentes não bastam para reconstruir em juízo a entrega efetiva da propaganda: o ordenamento determinou o que registrar, mas não o suficiente, nem por quanto tempo guardar.

A regulamentação de 2026 adicionou outro instrumento. O art. 125-B da Resolução TSE nº 23.610/2019, incluído pela Resolução TSE nº 23.755/2026, obriga os provedores de aplicação a elaborar plano de conformidade destinado à prevenção e à mitigação de riscos à integridade do processo eleitoral e ao cumprimento das obrigações previstas, entre outros, nos arts. 27-A e 29, com indicadores mensuráveis, prazos e resultados esperados, como requisito para o credenciamento do provedor que pretenda prestar serviço de impulsionamento (Brasil, 2019; 2026b). Esses planos têm, porém, finalidade preventiva e sistêmica, e não substituem registros individualizados necessários para reconstruir campanha paga questionada em processo eleitoral.

A Portaria TSE nº 463/2026, que regulamenta o art. 125-B, avança sobre o objeto deste artigo ao exigir dos planos de conformidade biblioteca de anúncios com dados especificados por anúncio, estrutura para processar ordens judiciais, rastreamento de indicador de alcance e transparência sobre os principais sinais de ordenação e recomendação de conteúdo (Brasil, 2026a). Se o regulador já pode exigir esses dados, sua conservação representa densificação de dever existente, e não obrigação inteiramente nova.

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais não impede a fiscalização eleitoral, mas condiciona sua forma. A opinião política constitui dado pessoal sensível (art. 5º, II), cujo tratamento é admitido,

entre outras hipóteses, para o exercício regular de direitos em processo judicial (art. 11, II, "d"). As requisições devem observar, contudo, finalidade, adequação, necessidade, transparência e segurança (art. 6º), privilegiando informações agregadas sempre que suficientes (Brasil, 2018).

## 5.2 EXPERIÊNCIA EUROPEIA

A comparação com o direito da União Europeia é funcional, e não pretende transplantar suas regras ao sistema eleitoral brasileiro.

O Regulamento (UE) 2022/2065, conhecido como *Digital Services Act*, exige, no art. 26, que o usuário saiba que está diante de anúncio, em nome de quem é exibido, quem o pagou e quais os principais parâmetros que determinaram seu destinatário (União Europeia, 2022). Plataformas e mecanismos de busca de muito grande dimensão devem ainda manter repositórios pesquisáveis com conteúdo, responsável, pagador, período, grupos visados, parâmetros de inclusão ou exclusão e número de pessoas alcançadas, sem dados pessoais dos destinatários.[8]

O Regulamento (UE) 2024/900, específico da publicidade política, impõe no art. 19 a quem emprega técnicas de direcionamento ou distribuição de anúncios a conservação de registros dos mecanismos e parâmetros relevantes, como grupos procurados, categorias de dados, objetivos de distribuição, emprego de inteligência artificial, período e número de pessoas alcançadas; os prestadores de serviços de publicidade política devem conservar as informações relativas aos serviços prestados (art. 9º) (União Europeia, 2024).

A comparação produz duas consequências para o argumento. A primeira é que o legislador europeu fiscaliza publicidade automatizada por dados agregados, sem exigir acesso integral ao código nem identificar usuários. A segunda, e mais relevante, é que distribui a conservação de registros entre os responsáveis pelo direcionamento e os prestadores de serviços, reservando ao repositório público a transparência geral, e não a prova em juízo.

## 5.3 MODELO DE AUDITABILIDADE

Propõe-se completar o regime vigente com dever de auditabilidade da propaganda político-eleitoral paga, instituído em lei. Não se parte do vazio: os arts. 27-A e 125-B da Resolução TSE nº 23.610/2019 e a Portaria TSE nº 463/2026 já definem parte do conteúdo a registrar, e a proposta densifica esses deveres quanto aos campos e ao tempo de conservação. O dever não cria nova modalidade de abuso. Sua função é assegurar que categorias já existentes possam ser aplicadas quando houver prova da operação econômica, da vantagem e da gravidade.

[8] Arts. 34 e 39 do Regulamento (UE) 2022/2065 (União Europeia, 2022).

A resolução pode detalhar formatos e procedimentos, mas a obrigação principal, os sujeitos responsáveis e as consequências do descumprimento exigem base legal, pois o dever alcança campanhas, terceiros e plataformas e envolve dados protegidos. Na linha do art. 27-A, §§ 1º e 3º, o dever deve abranger também a pré-campanha e não depender da classificação atribuída pela plataforma ou pelo anunciante.

A obrigação deve ser compartilhada entre contratante e provedor, conforme descrito na seção 4.2. O registro mínimo deverá conter:

a) identificação do anúncio, do anunciante, do responsável financeiro e da candidatura beneficiada;
b) valor contratado, valor efetivamente gasto, forma de pagamento e origem dos recursos;
c) período de circulação e alterações relevantes de orçamento ou duração;
d) público elegível, critérios de inclusão e exclusão e categorias de dados utilizadas;
e) público efetivamente alcançado, em dados agregados;
f) frequência média de exposição;
g) objetivo de otimização definido para a campanha;
h) versões do conteúdo e distribuição do orçamento entre elas;
i) alterações relevantes realizadas pelo anunciante ou pela plataforma durante a entrega;
j) prestadores, contas e estruturas envolvidos na operação.

Os itens “a”, “b” e “j” incumbem principalmente ao contratante; os itens “e” e “f”, bem como as alterações automáticas referidas no item “i”, ao provedor; os demais devem ser registrados por ambos, cada qual quanto à parcela da operação que controlou.

Os registros deverão ser conservados desde a contratação até o encerramento dos prazos da prestação de contas e das ações eleitorais, em lógica análoga à do art. 32 da Lei nº 9.504/1997, e, havendo processo, até a decisão final, o que corrige a assimetria apontada na seção 5.1. O parâmetro europeu mantém o repositório até um ano após a última apresentação do anúncio (União Europeia, 2022); o brasileiro deve derivar do calendário das ações eleitorais. Para processo em curso ou requisição delimitada, defende-se ainda conservação específica, com termo e revisão definidos.

O acesso deve ocorrer em níveis distintos. Informações básicas sobre conteúdo, pagador, valor, período, segmentação e alcance devem permanecer no repositório público. Dados mais detalhados, informações protegidas por segredo comercial e registros que possam revelar aspectos sensíveis da operação deverão ser apresentados à Justiça Eleitoral mediante requisição delimitada.

A requisição judicial não deve ser genérica. A parte interessada deverá identificar a campanha, o anúncio, o período e os indícios que justificam a medida. O juiz deverá especificar quais informações são necessárias e sua relação com o fato investigado. Plataforma e contratante poderão demonstrar impossibilidade técnica, desproporção ou risco concreto à proteção de dados.

Como se sustentou na seção 4.4, o descumprimento do dever não deve produzir presunção absoluta de abuso. A legislação poderá prever consequência própria para a violação injustificada, e o juiz poderá valorar a recusa com os demais indícios, sobretudo quando a parte controlava exclusivamente a informação: a falta de determinado registro pode impedir que a parte se beneficie de alegação que só aquele documento confirmaria, mas não autoriza concluir, sem outros elementos, que toda a operação foi abusiva.

A auditabilidade atua antes da sanção. Não define que determinada vantagem é abusiva; permite que o processo conheça os fatos necessários para decidir.

## 5.4 PREVENÇÃO: AVISO AO ELEITOR E ALERTAS DE FISCALIZAÇÃO

A conservação atua sobre a disponibilidade da prova; a prevenção exige também que a circulação patrocinada seja compreensível durante a campanha. Propõe-se aviso acessível que associe a identificação obrigatória do anúncio (art. 29, § 5º, da Resolução TSE nº 23.610/2019) a uma explicação funcional de sua distribuição: quem o promove e financia, por que foi apresentado àquele eleitor e quais critérios gerais definiram sua audiência, com remissão ao repositório do art. 27-A, na linha do art. 26 do Regulamento (UE) 2022/2065 (União Europeia, 2022). O aviso não declara manipulação nem revela atributos individuais do eleitor; torna reconhecível que a exposição resulta de investimento e de critérios de distribuição.

Os alertas de fiscalização cumprem função distinta. Mudanças atípicas de orçamento, concentração de frequência, divergência entre anunciante e pagador ou associação entre contas podem justificar verificação, sem constituir prova nem rótulo público de abuso, pois o crescimento de alcance pode decorrer de acontecimento público e a concentração territorial pode corresponder à própria circunscrição. A Portaria TSE nº 463/2026 já exige dos provedores metodologia de detecção de comportamento inautêntico coordenado (Brasil, 2026a); a proposta acrescenta que, identificada a anomalia, a primeira providência seja conservar os registros e comunicá-los à autoridade competente. Restrições à circulação dependem de decisão competente, e não de pontuação opaca de risco.

Avisos e alertas só produzem controle útil quando ligados a registros confiáveis e a responsabilidades identificáveis. O modelo de auditabilidade e os mecanismos preventivos devem, por

isso, ser concebidos em conjunto: o primeiro assegura que a prova exista; os segundos aproximam a fiscalização do momento da circulação.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa buscou definir em que condições a entrega automatizada de propaganda político-eleitoral pode integrar abuso do poder econômico ou uso indevido dos meios de comunicação, e como essas condições podem ser provadas. O impulsionamento, com ou sem inteligência artificial, não configura abuso por si só, mas pode integrar conduta abusiva quando demonstrados, conjuntamente, os cinco elementos propostos. No plano material, a hipótese resistiu ao exame e encontra apoio no REspe nº 0600132-46.2024.6.06.0113, em que o TSE assentou que a técnica de veiculação, isolada, não configura ilícito eleitoral.

A distinção entre conteúdo, contratação e entrega mostrou-se necessária porque a regularidade de um plano não determina a dos demais. Conteúdo verdadeiro e formalmente regular pode integrar operação juridicamente relevante quando sua circulação decorre de estrutura econômica coordenada e grave, sem que isso transforme a própria mensagem em conteúdo ilícito.

A expressão abuso algorítmico foi empregada apenas como categoria analítica e não admite responsabilidade objetiva por atos de terceiros. A opacidade das plataformas, por sua vez, não autoriza presumir abuso, mas produz assimetria probatória, a que se responde com a conservação e a apresentação proporcional de registros verificáveis, sem acesso integral ao código-fonte.

O direito brasileiro já contém identificação obrigatória, restrições aos sujeitos que podem contratar impulsionamento, repositórios de anúncios e planos de conformidade. Persistem, porém, lacunas de conteúdo, quanto à frequência, às alterações de entrega, aos objetivos de otimização e à associação entre versões e públicos, e de tempo, porque a regulamentação eleitoral não fixa prazo de conservação dos dados do repositório. No plano probatório, a hipótese sustentou-se, portanto, em termos mais precisos do que os inicialmente formulados: o ordenamento determinou o que registrar, mas não o suficiente, nem por quanto tempo guardar.

Propõe-se, assim, dever compartilhado de auditabilidade da propaganda político-eleitoral paga, cujo descumprimento não gera presunção absoluta de abuso, complementado por aviso ao eleitor sobre a circulação patrocinada e por alertas de fiscalização sujeitos a verificação, que aproximam o controle do momento da circulação sem antecipar juízo de abuso. Por fim, o trabalho não sustenta que algoritmos determinem o voto individual. Sua conclusão é mais restrita: sistemas automatizados podem produzir assimetrias verificáveis de alcance, repetição e oportunidade de resposta, e, quando essas assimetrias decorrerem de operação economicamente relevante, atribuível e grave, poderão

integrar categorias eleitorais já existentes. A auditabilidade não antecipa esse juízo; assegura que ele possa ser realizado com base em fatos verificáveis.

## REFERÊNCIAS

BARCELOS, Julia Rocha de. Big data, algoritmos e microdirecionamento: desafios para a regulação da propaganda eleitoral. 2019. Dissertação (Mestrado em Direito Político) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2019.

BRASIL. Lei Complementar nº 64, de 18 de maio de 1990. Estabelece, de acordo com o art. 14, § 9º, da Constituição Federal, casos de inelegibilidade, prazos de cessação e determina outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp64.htm. Acesso em: 12 set. 2026.

BRASIL. Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997. Estabelece normas para as eleições. Brasília, DF: Presidência da República, 1997. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9504.htm. Acesso em: 12 set. 2026.

BRASIL. Lei nº 13.105, de 16 de março de 2015. Código de Processo Civil. Brasília, DF: Presidência da República, 2015. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13105.htm. Acesso em: 16 set. 2026.

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Brasília, DF: Presidência da República, 2018. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 12 set. 2026.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Agravo Regimental no Recurso Especial Eleitoral nº 992-19.2012.6.05.0122/BA. Relatora: Ministra Luciana Lóssio. Julgado em 30 jun. 2016. Brasília, DF: TSE, 2016. Disponível em: https://jurisprudencia.tse.jus.br/. Acesso em: 30 set. 2026.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Resolução nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019. Dispõe sobre propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha eleitoral. Brasília, DF: Tribunal Superior Eleitoral, 2019. Texto compilado. Disponível em: https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019. Acesso em: 12 set. 2026.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Recurso Ordinário Eleitoral nº 0603975-98.2018.6.16.0000. Relator: Ministro Luis Felipe Salomão. Julgado em 28 out. 2021. Diário da Justiça Eletrônico, Brasília, DF, 10 dez. 2021. Disponível em: https://jurisprudencia.tse.jus.br/. Acesso em: 12 set. 2026.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Agravo Regimental no Recurso Especial Eleitoral nº 0600436-53.2022.6.10.0000/MA. Relator: Ministro Benedito Gonçalves. Julgado em 5 out. 2023. Brasília, DF: TSE, 2023a. Disponível em: https://jurisprudencia.tse.jus.br/. Acesso em: 12 out. 2026.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Ação de Investigação Judicial Eleitoral nº 0601312-84.2022.6.00.0000/DF. Relator: Ministro Benedito Gonçalves. Julgado em 19 out. 2023. Diário da Justiça Eletrônico, Brasília, DF, 27 nov. 2023b. Disponível em: https://jurisprudencia.tse.jus.br/. Acesso em: 17 set. 2026.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Resolução nº 23.732, de 27 de fevereiro de 2024. Altera a Resolução TSE nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019, que dispõe sobre a propaganda eleitoral. Brasília, DF: Tribunal Superior Eleitoral, 2024. Disponível em: https://www.tse.jus.br/legislacao. Acesso em: 17 set. 2026.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Recurso Ordinário Eleitoral nº 0602012-06.2022.6.02.0000/AL. Relator: Ministro Floriano de Azevedo Marques. Julgado em 18 dez. 2025. Diário da Justiça Eletrônico, Brasília, DF, 13 fev. 2026. Disponível em: https://jurisprudencia.tse.jus.br/. Acesso em: 17 set. 2026.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Portaria nº 463, de 27 de julho de 2026. Regulamenta o art. 125-B da Resolução TSE nº 23.610/2019. Diário da Justiça Eletrônico do TSE, Brasília, DF, n. 126, p. 20-33, 30 jul. 2026a. Disponível em: https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/prt/2026/portaria-no-463-de-27-de-julho-de-2026. Acesso em: 12 set. 2026.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Resolução nº 23.755, de 2 de março de 2026. Altera a Resolução TSE nº 23.610/2019. Diário da Justiça Eletrônico do TSE, Brasília, DF, n. 30, ed. extraordinária, p. 93-102, 4 mar. 2026b. Disponível em: https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2026/resolucao-no-23-755-de-2-de-marco-de-2026. Acesso em: 17 set. 2026.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Recurso Especial Eleitoral nº 0600132-46.2024.6.06.0113/CE. Relator: Ministro Antonio Carlos Ferreira. Julgado em 27 ago. 2026. Brasília, DF: TSE, 2026c.

HOFMANN, Jeanette. Mediated democracy: linking digital technology to political agency. Internet Policy Review, v. 8, n. 2, p. 1-18, 2019. DOI: https://doi.org/10.14763/2019.2.1416.

MAGRANI, Eduardo; OLIVEIRA, Renan Medeiros de. A esfera pública (forjada) na era das fake news e dos filtros-bolha. Cadernos Adenauer, Rio de Janeiro, ano 19, n. 4, p. 9-34, 2018.

MELO NETO, Afrânio Neves de. O microtargeting eleitoral: uma análise de risco à democracia representativa. 2023. Dissertação (Mestrado Profissional em Direito) – Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa, Brasília, 2023.

REIS, Nazareno César Moreira; FURTADO, Gabriel Rocha. Decisões automatizadas: definição, benefícios e riscos. Civilistica.com, Rio de Janeiro, a. 11, n. 2, p. 1-44, 2022. Disponível em: http://civilistica.com/decisoes-automatizadas/. Acesso em: 17 set. 2026.

SÃO PAULO (Estado). Tribunal Regional Eleitoral. Recurso Eleitoral nº 0601153-47.2024.6.26.0001. Julgamento conjunto com as AIJEs nº 0601144-85.2024.6.26.0001 e nº 0601154-85.2024.6.26.0001. Relator: Cláudio Langroiva Pereira. Julgado em 4 dez. 2025. Diário da Justiça Eletrônico do TRE-SP, São Paulo, 9 dez. 2025. Disponível em: https://consultaunificadapje.tse.jus.br/. Acesso em: 12 out. 2026.

SÃO PAULO (Estado). Tribunal Regional Eleitoral. Embargos de Declaração no Recurso Eleitoral nº 0601153-47.2024.6.26.0001. Relator: Cláudio Langroiva Pereira. Julgado em 5 ago. 2026. Diário da Justiça Eletrônico do TRE-SP, São Paulo, 12 ago. 2026. Disponível em: https://consultaunificadapje.tse.jus.br/. Acesso em: 12 out. 2026.

UNIÃO EUROPEIA. Regulamento (UE) 2022/2065 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 19 de outubro de 2022, relativo a um mercado único para os serviços digitais. Jornal Oficial da União Europeia, 27 out. 2022. Disponível em: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:32022R2065. Acesso em: 12 set. 2026.

UNIÃO EUROPEIA. Regulamento (UE) 2024/900 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 13 de março de 2024, relativo à transparência e ao direcionamento da publicidade política. Jornal Oficial da União Europeia, 20 mar. 2024. Disponível em: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:32024R0900. Acesso em: 12 set. 2026.