

# **XXXII CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI SÃO PAULO - SP**

**TEORIAS DA DEMOCRACIA, DIREITOS  
POLÍTICOS, MOVIMENTOS SOCIAIS E FILOSOFIA  
DO ESTADO II**

**CAIO AUGUSTO SOUZA LARA**

**RICARDO LIBEL WALDMAN**

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

**Diretoria - CONPEDI**

**Presidente** - Profa. Dra. Samyra Haydée Dal Farra Naspolini - FMU - São Paulo

**Diretor Executivo** - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

**Vice-presidente Norte** - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

**Vice-presidente Centro-Oeste** - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

**Vice-presidente Sul** - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

**Vice-presidente Sudeste** - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

**Vice-presidente Nordeste** - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

**Representante Discente:** Prof. Dr. Abner da Silva Jaques - UPM/UNIGRAN - Mato Grosso do Sul

**Conselho Fiscal:**

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - SKEMA/ESDHC/UFMG - Minas Gerais

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UFERSA - Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Fernando Passos - UNIARA - São Paulo

Prof. Dr. Ednilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP - São Paulo

**Secretarias**

**Relações Institucionais:**

Prof. Dra. Claudia Maria Barbosa - PUCPR - Paraná

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Profa. Dra. Daniela Marques de Moraes - UNB - Distrito Federal

**Comunicação:**

Prof. Dr. Robison Tramontina - UNOESC - Santa Catarina

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

**Relações Internacionais para o Continente Americano:**

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto - UPM - São Paulo

**Relações Internacionais para os demais Continentes:**

Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Profa. Dra. Sandra Regina Martini - UNIRITTER / UFRGS - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Claudia da Silva Antunes de Souza - UNIVALI - Santa Catarina

**Educação Jurídica**

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - PR

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - SP

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS - MS

**Eventos:**

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - FDF - São Paulo

Profa. Dra. Norma Sueli Padilha - UFSC - Santa Catarina

Prof. Dr. Juraci Mourão Lopes Filho - UNICHRISTUS - Ceará

**Comissão Especial**

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UFRJ - RJ

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - PB

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - MG

Prof. Dr. Rogério Borba - UNIFACVEST - SC

T314

Teorias da democracia, direitos políticos, movimentos sociais e filosofia do estado II[Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Caio Augusto Souza Lara, Ricardo Libel Waldman – Florianópolis: CONPEDI, 2025.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5274-277-3

Modo de acesso: [www.conpedi.org.br](http://www.conpedi.org.br) em publicações

Tema: Os Caminhos Da Internacionalização E O Futuro Do Direito

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Teorias da democracia e direitos políticos. 3. Movimentos sociais e filosofia do estado. XXXII Congresso Nacional do CONPEDI São Paulo - SP (4: 2025: Florianópolis, Brasil).

CDU: 34

# **XXXII CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI SÃO PAULO - SP**

## **TEORIAS DA DEMOCRACIA, DIREITOS POLITICOS, MOVIMENTOS SOCIAIS E FILOSOFIA DO ESTADO II**

---

### **Apresentação**

#### **TEORIAS DA DEMOCRACIA, DIREITOS POLITICOS, MOVIMENTOS SOCIAIS E FILOSOFIA DO ESTADO II**

Os artigos contidos nesta publicação foram apresentados no Grupo de Teorias da democracia, direitos políticos, movimentos sociais e filosofia do Estado II durante o XXXII Congresso Nacional do Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Direito - CONPEDI, realizado dos dias 26 a 28 de novembro de 2025, sob o tema geral “Os caminhos da internacionalização e o futuro do Direito”. O evento foi promovido por esta sociedade científica do Direito e a Universidade Presbiteriana Mackenzie, com diversos patrocinadores e apoiadores institucionais.

A apresentação dos trabalhos abriu caminho para uma importante discussão, em que os pesquisadores do Direito puderam interagir em torno de questões teóricas e práticas, levando-se em consideração a temática central grupo. Essa temática traz consigo os desafios que as diversas linhas de pesquisa jurídica enfrentam no tocante ao estudo dos referenciais teóricos do Direito Constitucional e dos reflexos do constitucionalismo na atuação dos Poderes da República no país.

Os estudos reunidos aprofundam o debate sobre as múltiplas faces da democracia contemporânea, com especial atenção às tensões entre institucionalidade, participação e poder. As pesquisas exploram o federalismo cooperativo como estratégia para o enfrentamento de problemas estruturais, como a segurança pública, destacando os consórcios intermunicipais como arranjos inovadores de governança. A democracia participativa e deliberativa aparece como eixo transversal, seja na análise do papel da Comissão de Legislação Participativa, da iniciativa popular de emendas constitucionais e das candidaturas coletivas, seja na reflexão sobre a democracia ambiental e seus mecanismos de inclusão decisória. Nesse contexto, a experiência democrática brasileira é problematizada à luz de referenciais clássicos e contemporâneos — de Aristóteles à teoria da democracia substancial — revelando limites procedimentais, assimetrias de poder e desafios persistentes à efetiva inclusão política, especialmente de mulheres, em recortes regionais como o Amapá e o Tocantins.

Em diálogo com esses temas, os trabalhos também enfrentam os riscos contemporâneos à ordem constitucional e à integridade do processo democrático, evidenciando fenômenos como o constitucionalismo abusivo, o uso estratégico do impeachment no presidencialismo de coalizão e a erosão democrática expressa nos eventos de 8 de janeiro de 2023. A relação entre democracia e era digital é examinada a partir da infodemia, da radicalização do discurso político, dos limites à liberdade de expressão e à imunidade parlamentar, bem como dos novos desafios regulatórios trazidos por influenciadores sintéticos e pelo financiamento político. Ao lado disso, análises críticas do neoliberalismo como limite ao direito antidiscriminatório, das ambiguidades semânticas do próprio conceito de democracia, e das contribuições de autores como Foucault, Levitsky e Ziblatt oferecem uma leitura sofisticada das tensões entre governamentalidade, estado de exceção, razão de Estado e direitos fundamentais, compondo um quadro analítico robusto sobre os dilemas e possibilidades do Estado Democrático de Direito no Brasil contemporâneo.

Deste modo, na coletânea que agora vem a público, encontram-se os resultados de pesquisas desenvolvidas em diversos Programas de Pós-graduação em Direito, nos níveis de Mestrado e Doutorado, com artigos rigorosamente selecionados, por meio de dupla avaliação cega por pares (double blind peer review). Dessa forma, todos os artigos ora publicados guardam sintonia direta com este Grupo de Trabalho.

Agradecemos a todos os pesquisadores pela sua inestimável colaboração e desejamos uma ótima e proveitosa leitura!

Caio Augusto Souza Lara

Ricardo Libel Waldman

**INFLUENCIADORES SINTÉTICOS E DEMOCRACIA: DESAFIOS  
REGULATÓRIOS PARA A INTEGRIDADE DO PROCESSO ELEITORAL  
BRASILEIRO**

**SYNTHETIC INFLUENCERS AND DEMOCRACY: REGULATORY  
CHALLENGES FOR THE INTEGRITY OF THE BRAZILIAN ELECTORAL  
PROCESS**

**Marcos Cesar Goncalves De Oliveira<sup>1</sup>**  
**Roseli Rêgo Santos Cunha Silva<sup>2</sup>**  
**Adilson Cunha Silva<sup>3</sup>**

**Resumo**

O artigo analisa o impacto dos influenciadores sintéticos que são personagens digitais criados por inteligência artificial, no âmbito do processo eleitoral brasileiro e suas implicações para a integridade democrática. O objetivo geral é analisar criticamente os impactos da atuação de influenciadores sintéticos no processo eleitoral brasileiro, identificando os riscos que tais agentes representam à integridade informacional, à formação da vontade política e à confiança nas instituições democráticas. Metodologicamente, adota-se abordagem qualitativa, exploratória e analítico-descritiva, fundamentada em revisão bibliográfica interdisciplinar e análise documental das Resoluções TSE nº 23.610/2019 e 23.732/2024. A investigação delimita conceitualmente os influenciadores sintéticos, diferenciando-os de outras formas de manipulação digital como deepfakes e fake news, e examina seus mecanismos de interferência na dinâmica eleitoral, com especial atenção ao microdirecionamento e à erosão da confiança pública. Os resultados demonstram que esses agentes digitais representam ameaça substantiva ao processo democrático através da capacidade de coordenação em escala, segmentação psicográfica avançada e opacidade de autoria, podendo criar uma legião de influenciadores para manipular diferentes segmentos sociais simultaneamente. A análise normativa revela lacunas significativas na regulamentação atual, especialmente quanto à responsabilização dos criadores e operadores dessas entidades digitais. O estudo conclui propondo diretrizes regulatórias baseadas em transparência, auditabilidade e responsabilização escalonada, incluindo rotulagem persistente de conteúdo sintético, registro público de anúncios políticos e mecanismos de rastreabilidade.

---

<sup>1</sup> Doutorando em Direito Constitucional pelo IDP. Mestre em Direito, Relações Internacionais e Desenvolvimento pela PUC-Goiás. Especialista em Direito e Processo do Trabalho UFG e graduado em Direito pela UFG

<sup>2</sup> Doutora em Direito pela UFBA. Mestre em Direito pela UFBA. Especialista em Direito Empresarial pela UFBA e FGV. Graduada em Direito pela UCSAL. Professora da Faculdade de Direito da UNB.

<sup>3</sup> Doutorando em Direito Constitucional – IDP. Mestre em Direito Privado e Econômico – UFBA. Especialista em Direito do Estado-UFBA. Especialista em Direito Civil- UFBA. Bacharel em Direito - UFBA

Recomenda-se fortalecer as capacidades técnicas de fiscalização do poder público e desenvolver instrumentos regulatórios flexíveis, como sandboxes eleitorais supervisionados.

**Palavras-chave:** Influenciadores sintéticos, Democracia digital, Processo eleitoral, Inteligência artificial, Participação política, Regulação tecnológica

#### **Abstract/Resumen/Résumé**

The article analyzes the impact of synthetic influencers, which are digital characters created by artificial intelligence, in the context of the Brazilian electoral process and its implications for democratic integrity. The general objective is to critically analyze the impacts of the performance of synthetic influencers in the Brazilian electoral process, identifying the risks that such agents represent to informational integrity, the formation of political will and trust in democratic institutions. Methodologically, a qualitative, exploratory and analytical-descriptive approach is adopted, based on an interdisciplinary bibliographic review and documentary analysis of TSE Resolutions No. 23,610/2019 and 23,732/2024. The investigation delimits synthetic influencers, differentiating them from other forms of digital manipulation such as deepfakes and fake news, and examines their mechanisms of interference in electoral dynamics, with special attention to micro-targeting and the erosion of public trust. The results demonstrate that these digital agents represent a substantive threat to the democratic process through the ability to coordinate at scale, advanced psychographic segmentation and authorship opacity, and can create a legion of influencers to manipulate different social segments simultaneously. The normative analysis reveals significant gaps in the current regulation, especially regarding the accountability of the creators and operators of these digital entities. The study concludes by proposing regulatory guidelines based on transparency, auditability, and staggered accountability, including persistent labeling of synthetic content, public registration of political ads, and traceability mechanisms. It is recommended to strengthen the technical inspection capacities of the public authorities and to develop flexible regulatory instruments, such as supervised electoral sandboxes.

**Keywords/Palabras-claves/Mots-clés:** Synthetic influencers, Digital democracy, Electoral process, Artificial intelligence, Political participation, Technological regulation

## 1. INTRODUÇÃO

A ascensão de tecnologias de inteligência artificial, somada ao desenvolvimento de técnicas avançadas de computação gráfica e análise de dados, transformou profundamente o modo como a informação circula e influencia a esfera pública. Nesse contexto, emergem os chamados influenciadores sintéticos, que são personagens digitais criadas artificialmente para produzir conteúdo, interagir com usuários e moldar percepções sociais e políticas com alto grau de verossimilhança.

Embora inicialmente utilizados em estratégias de marketing e engajamento comercial, esses agentes virtuais têm se expandido para campos sensíveis da vida pública, como o debate político e, de forma ainda mais preocupante, o processo eleitoral. Ao articularem técnicas de microsegmentação, algoritmos de recomendação e modelos de linguagem avançados, os influenciadores sintéticos tornam-se capazes de atuar diretamente na formação da opinião pública e no comportamento político dos eleitores, muitas vezes sem que estes reconheçam a natureza artificial da comunicação a que estão expostos.

Essa nova configuração do espaço informacional coloca em evidência um problema central: até que ponto a atuação de influenciadores sintéticos, mesmo quando não associada diretamente à disseminação de conteúdos falsos, pode comprometer a integridade do processo eleitoral e a confiança nas instituições democráticas? Diferentemente das “fake news” ou dos *deepfakes*, cuja natureza enganosa é mais facilmente identificável, a atuação desses agentes digitais é caracterizada por sutileza e persistência. A sua capacidade de reforçar crenças preexistentes, induzir comportamentos específicos e moldar a agenda pública ocorre em um ambiente de baixa transparência e alta personalização, o que desafia diretamente princípios constitucionais como o da igualdade de oportunidades no processo eleitoral e o da publicidade dos atos de campanha.

A hipótese que orienta este estudo parte da premissa de que a mera veracidade do conteúdo não é mais suficiente para garantir a lisura do processo eleitoral. Argumenta-se que a governança democrática contemporânea deve deslocar seu foco da análise da falsidade informacional para a compreensão das dinâmicas de produção, circulação e impacto de conteúdos sintéticos. Em outras palavras, a integridade eleitoral não depende apenas do combate à desinformação, mas também da criação de mecanismos jurídicos e técnicos capazes de assegurar transparência, rastreabilidade e responsabilização no uso de influenciadores sintéticos em campanhas políticas.

Diante dessa problemática, o objetivo geral deste artigo é analisar criticamente os impactos da atuação de influenciadores sintéticos no processo eleitoral brasileiro, identificando os riscos que tais agentes representam à integridade informacional, à formação da vontade política e à confiança nas instituições democráticas. Como objetivos específicos, busca-se: delimitar conceitualmente o que se entende por influenciadores sintéticos e diferenciá-los de outras formas de manipulação digital, como *deepfakes* e *bots*; examinar os mecanismos de interferência desses agentes na dinâmica eleitoral, com especial atenção ao microdirecionamento e à erosão da confiança pública; avaliar a adequação das Resoluções nº 23.610/2019 e 23.732/2024 do Tribunal Superior Eleitoral; e propor diretrizes regulatórias e princípios de governança voltados à proteção do espaço democrático frente às inovações tecnológicas emergentes.

Metodologicamente, esta pesquisa adota uma abordagem qualitativa, exploratória e analítico-descritiva, fundamentada em revisão bibliográfica interdisciplinar e análise documental de dispositivos normativos, decisões judiciais e relatórios institucionais relacionados ao uso de inteligência artificial no contexto eleitoral. A investigação combina aportes teóricos da ciência política, do direito constitucional e do direito digital, além de literatura especializada sobre regulação tecnológica e governança da informação.

A análise também se apoia em estudos de casos internacionais e na comparação com experiências regulatórias estrangeiras, permitindo situar o debate brasileiro em perspectiva global. Essa abordagem metodológica visa construir um marco teórico-conceitual robusto que sirva de base para recomendações normativas capazes de responder aos desafios impostos pelos influenciadores sintéticos no processo eleitoral contemporâneo.

## 2. BREVES NOÇÕES SOBRE OS INFLUENCIADORES SINTÉTICOS

Segundo Silva e Morujão (2021, p. 616), “o desenvolvimento da internet permite a entrada do homem em um novo universo de criação e recria o próprio homem”. Com isso, a realidade sintética é um fenômeno presente intensamente na vivência humana. Realidade sintética abrange tudo que é criado digitalmente, refere-se a ambientes, objetos, seres e experiências. Em outras palavras, é a criação de conteúdos digitais que retratam aspectos da realidade física de forma convincente. Essa realidade sintética muitas vezes envolve o uso de tecnologias como computação gráfica, realidade virtual (VR), realidade aumentada (AR) e inteligência artificial (IA).

As tecnologias digitais e as realidades virtuais configuram espaços imersivos e interativos que transcendem a contemplação passiva, conforme argumenta Lévy (1999, p. 47), ao possibilitar que usuários participem ativamente da construção tanto da experiência quanto do conhecimento. Nesse contexto, a realidade sintética emerge como fenômeno tecnológico que proporciona experiências imersivas passíveis de exploração e manipulação, encontrando aplicações em campos diversos como entretenimento, educação, medicina, arquitetura e *design* industrial.

Entre as aplicações mais notáveis da realidade sintética destacam-se os influenciadores sintéticos, também denominados influenciadores virtuais, digitais, geração sintética ou humanos virtuais. Estas pessoas, inteiramente criadas através de recursos tecnológicos, têm sido progressivamente incorporadas às estratégias de marketing digital de empresas e marcas, que buscam alcançar públicos específicos através de abordagens inovadoras e controladas.

Diferentemente de pessoas reais, esses influenciadores constituem personagens digitais desenvolvidos por pessoas físicas ou jurídicas, programados para estabelecer relações aparentemente humanas com seus interlocutores. Sua atuação nas redes sociais abrange desde a adoção de posicionamentos sociais e políticos até a promoção de pessoas, produtos, serviços ou causas, incluindo a criação de conteúdos digitais diversos como vídeos, fotografias e textos.

O desenvolvimento desses influenciadores sintéticos visa conferir-lhes aparência e comportamento convincentes e realistas, dotando-os de personalidades específicas e estilos próprios. Contudo, sua autenticidade difere fundamentalmente da humana tradicional, uma vez que constituem criações digitais programadas para executar ações e interações predeterminadas, operando segundo algoritmos e diretrizes estabelecidos previamente por seus criadores.

No ecossistema informacional contemporâneo, influenciadores sintéticos operam como personae digitais produzidas por pipelines de computação gráfica e IA (texto, voz, imagem), com calendário editorial e engajamento programáveis. Diferem de *deepfakes*, que costumam falsificar identidades reais, e de conteúdos flagrantemente inverídicos: seu efeito deriva menos da falsidade e mais da escala, coordenação e opacidade da autoria. Ao migrarem do marketing para arenas cívicas, esses agentes se tornam vetores de persuasão segmentada e de saturação temática, alterando ritmos e saliências do debate público. A literatura sobre propaganda computacional oferece o enquadramento para entender como automação, dados e otimização de conteúdo ampliam esse impacto (Bradshaw; Howard, 2019).

Não é de todo correto, portanto, caracterizar suas ações como autênticas no sentido emocional ou experencial, que são, normalmente, associadas às pessoas humanas reais. Mas, do ponto de vista técnico e funcional, as interações e os conteúdos criados por influenciadores

sintéticos devem ser considerados "verdadeiros" ou "reais" dentro do contexto digital em que foram criados. Ou seja, eles real e verdadeiramente interagem em redes sociais, posicionam social e politicamente, criam conteúdo e promovem produtos, de maneira original e própria.

Os influenciadores sintéticos, distantes da condição de pessoas naturais, são entidades criadas por inteligência artificial, projetadas para simular comportamentos humanos nas redes sociais e outras plataformas digitais. São, portanto, produtos de programação e *design*, sem consciência, emoções ou direitos próprios que caracterizam as pessoas naturais (Woolley; Howard, 2018).

Assim, conquanto não tenham a autenticidade emocional e pessoal de uma pessoa humana real, eles desempenham um papel real e verdadeiro, ou seja, suas interações não são falsas, manipuladas ou imitadas. Os influenciadores sintéticos não omitem sua característica – virtualidade – são autorais e genuínos quanto à sua existência e suas interações.

A influencer sintética californiana, descendente de brasileiros, a jovem Lil Miquela, foi considerada pela Revista Time (Time Staff, 2018), uma das 25 pessoas mais influentes da internet em 2018. Lil Miquela se engaja socialmente, apoia o movimento Black Lives Matter, promove eventos de grandes marcas e até participa de entrevista – em 2019 foi entrevistada pelo jornal Estadão e disse que “me machuco quando dizem que eu não sou real” (Bartolo et al, 2019).

Pode-se citar ainda a Magalu, influenciadora sintética famosa no Brasil. No perfil da Magalu no Instagram, em publicidade para a rede Burger King Brasil sobre o sanduíche *whopper*, em um determinado trecho da interação menciona o fato de que é uma pessoa virtual. Diz que: “Quem diria, eu 100% virtual oferecendo um whopper 100% de verdade. Ah, uma pena eu não conseguir provar” (Magalu, 2024).

Os conteúdos apresentados por esses influenciadores não são considerados por natureza *fake news*, *deepfake*<sup>1</sup> ou qualquer outra forma de manipulação ilegal. Trata-se de conteúdo produzido por algoritmos de IA, a partir de fontes alimentadas pelo programador. As interações e os conteúdos produzidos pelos influenciadores sintéticos distinguem-se das *fake news* e *deepfake*, pois são hiper-reais, são simulações de pessoas reais, em que muitas vezes é difícil de distinguir do real. Pertencem ao influenciador virtual que produziu o conteúdo, o propósito geralmente não é o de promover qualquer imitação ou manipulação de texto, áudio, imagem ou vídeo, enganar, ludibriar e dissimular o destinatário.

---

<sup>1</sup> A técnica *deepfake* é a combinação e superposição de textos, áudios, imagens e vídeos verdadeiros para se criarem conteúdos falsos, mas com roupagem de verdadeiros (Bernardes; Ferreira, 2024, p. 926).

O influenciador sintético, no mundo real, não possui existência física, embora no mundo virtual, o influenciar sintético possua características “concretas”, uma vez que normalmente é visível se apresentando com características físicas, comunica-se com voz, expressa preferências, fala como um humano e reproduz expressões relativas a sentimentos como a raiva, a alegria e a tristeza, e induz comportamentos de seus seguidores.

Sander Duivestein (2020) afirma que os influenciadores sintéticos como um dos produtos de IA apenas ampliam os questionamentos sobre o que é verdadeiro ou falso, manipulado ou autêntico. Como entidades digitais criadas por IA, os influenciadores sintéticos podem interagir, postar e influenciar o comportamento de seguidores humanos nas redes sociais. Eles são projetados para se parecer e agir como humanos, muitas vezes sem deixar claro que são controlados por algoritmos e, em alguns casos, há até dificuldade de distingui-los de humanos.

Por assim serem e se comportarem, há questões complexas sobre a autenticidade e a credibilidade dos atos que praticam. Quanto à autenticidade, os atos praticados por esses influenciadores sintéticos são programados e controlados por humanos por meio de algoritmos, assim a autenticidade é relativa, pois são calculadas e direcionadas para atingir objetivos específicos, como marketing, entretenimento e posicionamento ideológico ou político, e não resultam de experiências ou emoções genuínas humanas.

A credibilidade possui relação com a autenticidade, mas não depende exclusivamente dela. Há pessoas que se veem enganadas quando descobrem que o influenciador não é uma pessoa real, mas outras não; e há pessoas, principalmente as mais jovens, que cresceram numa realidade completamente digital, e independente se o influenciador é físico ou virtual, o que importa é se a mensagem transmitida se adequa ao que tem interesse de interagir.

Ainda existe a discussão se os atos praticados pelos influenciadores sintéticos são verdadeiros ou falsos. A análise depende da perspectiva com a qual se observa esses atos. Sob a perspectiva do conteúdo gerado são verdadeiros, pois as ações realizadas – postagens e interações – acontecem realmente no mundo digital, geram resultados reais como aumento de vendas, engajamento com o público, impacto de comportamento e opinião dos seguidores por intermédio de uma pessoa, mesmo que sintética, determinada.

Na análise sob a perspectiva da identidade e origem, deve-se considerar que os influenciadores sintéticos não possuem existência autônoma e suas ações não são fruto de experiências pessoais ou emoções genuínas, uma vez que são controlados por algoritmos e programadores, o que faz com que suas ações não sejam autênticas no sentido humano.

Acrescenta-se a isso, situações em que não se esclarece de o influenciador é sintético, aqui há uma forma falsidade real.

Parece, sob qualquer perspectiva, se verdadeiro ou falso, se autêntico ou não, que há responsabilidade se danos forem causados a terceiros, especialmente dos criadores, pessoas físicas ou jurídicas, e operadores dessas entidades digitais. Essa responsabilidade pode se estabelecer em diversos planos do direito: civil, diante da ocorrência de dano material e moral; penal, com crimes de difamação, calúnia e violação de direitos autorais, dentre outros; administrativa, com a suspensão ou cancelamento do perfil; e em outros campos como o eleitoral, em razão de posts com viés antidemocráticos, por exemplo.

### **3. INTERAÇÕES DOS INFLUENCIADORES SINTÉTICOS NO CONTEXTO ELEITORAL**

A interação dos influenciadores sintéticos é multifacetada, envolve métodos diretos e indiretos de persuasão que podem impactar o comportamento dos eleitores e alterar o cenário eleitoral. Ao atuarem como líderes de opinião digitais, os influenciadores sintéticos podem levar a definição de uma agenda pública e a perdas significativas de votos de partidos políticos ou candidatos por meio da difusão de mensagens.

Pesquisas apontam que o microdirecionamento político confere benefícios informativos, mas também riscos de assimetria cognitiva e fragmentação deliberativa quando mensagens persuasivas são calibradas por perfis psicográficos e exibidas sem transparência contextual. Em cenários eleitorais, a combinação de testes contínuos de mensagens, *look-alike audiences*<sup>2</sup> e *dark ads*<sup>3</sup> pode dificultar o escrutínio público e o contraditório, deslocando o custo de verificação para o eleitor individual. Esse quadro exige salvaguardas de *disclosure* e limites a práticas opacas de segmentação, especialmente quando associadas a agentes não humanos (Zuiderveen Borgesius et al., 2018).

A literatura sobre *deepfakes* demonstra que mídias sintéticas elevam custos de verificação e ampliam superfícies de dano individual e coletivo, com potenciais efeitos de erosão de confiança e de manipulação do comportamento político. Embora influenciadores

---

<sup>2</sup> Look-alike audiences (públicos semelhantes) são grupos de usuários criados por plataformas como Meta (Facebook e Instagram) e Google, que compartilham características, interesses e comportamentos semelhantes a um público de origem já conhecido pela sua marca.

<sup>3</sup> Dark ads (anúncios ocultos) são anúncios patrocinados em mídias sociais que não aparecem no feed principal ou no perfil público da marca ou influenciador que os cria. São veiculados somente para o público específico e segmentado para o qual foram direcionados.

sintéticos não impliquem, por si, falsificação de um sujeito real, o mesmo aparato técnico de síntese e automação sustenta narrativas verossímeis, persistentes e adaptativas. Por isso, regimes de responsabilização devem focalizar a cadeia de agentes que concebem, operam e financiam esses perfis, com critérios de proporcionalidade e devida diligência tecnológica (Chesney; Citron, 2019).

A erosão de confiança no ambiente eleitoral é um fenômeno central discutido por Manoel Leonardo Santos e Enivaldo Carvalho da Rocha (2011). Segundo os autores, quanto mais democrático o país, menor tende a ser a confiança dos cidadãos em suas instituições. Essa correlação negativa é explicada por um conjunto de fatores, entre os quais se destacam a mudança das expectativas sociais e o aumento da vigilância cidadã sobre os governos. A ampliação do acesso à informação e a maior transparência institucional tornam os cidadãos mais críticos e menos dispostos a aceitar decisões políticas sem questionamento. Assim, a desconfiança não representa necessariamente um enfraquecimento democrático, mas pode ser vista como um resultado do próprio amadurecimento das sociedades democráticas, nas quais o escrutínio constante das instituições passa a ser uma característica estruturante do processo político.

A erosão de confiança no ambiente eleitoral quando o fluxo informacional passa a ser mediado por conteúdos sintéticos e operações coordenadas podem ser afetada, mesmo sem recorrer necessariamente à falsificação aberta, deslocam a referência comum de fatos e sentidos; nesse cenário, “enxames” de perfis artificiais e a microsegmentação de mensagens induzem interpretações parciais e moralizadas do debate, promovendo aquilo que a literatura jurídica descreve como degeneração epistêmica como a substituição de critérios públicos de verificação por slogans e heurísticas de grupo, com efeitos diretos sobre o comportamento político (p. ex., reforço de crenças, voto reativo, desmobilização seletiva).

A Resolução TSE nº 23.610/2019 representou um marco regulatório na disciplina da propaganda eleitoral no ambiente digital ao estabelecer parâmetros jurídicos para a veiculação de conteúdo político nas redes sociais, aplicativos de mensagens e demais plataformas online. Ao reconhecer o poder de influência das tecnologias digitais na formação da opinião pública, a norma incorporou dispositivos voltados ao combate à desinformação, à vedação de disparos em massa não autorizados e ao controle de impulsionamentos pagos. Além disso, reforçou o princípio da transparência ao exigir a identificação clara do responsável pelo conteúdo patrocinado e ao estabelecer mecanismos de responsabilização para candidatos, partidos e coligações que utilizem meios digitais de forma abusiva. Ainda que anterior ao avanço da

inteligência artificial generativa, a resolução forneceu as bases normativas necessárias para a construção de um ambiente eleitoral mais seguro e informacionalmente íntegro (Brasil, 2019).

A atualização normativa promovida pela Resolução TSE nº 23.732/2024 ampliou significativamente o alcance da regulação eleitoral no Brasil ao incorporar, de forma inédita, dispositivos específicos sobre o uso de inteligência artificial em campanhas políticas. Entre os principais avanços, destacam-se a obrigatoriedade de rotulagem de conteúdos sintéticos, a proibição expressa do uso de *deepfakes* com potencial de induzir o eleitor a erro e a responsabilização solidária de plataformas que deixem de remover conteúdos ilícitos após notificação judicial. A resolução também prevê a identificação obrigatória de robôs automatizados e impõe deveres de diligência a candidatos e partidos políticos, estabelecendo um novo patamar de governança informacional. Com isso, o TSE busca reduzir as assimetrias criadas por tecnologias emergentes e preservar a autenticidade do processo democrático (Brasil, 2024).

As cartilhas elaboradas em parceria pelo Tribunal Superior Eleitoral e pela Fundação Getulio Vargas têm papel central na consolidação do entendimento público e acadêmico sobre desinformação e governança digital no processo eleitoral brasileiro. Ao apresentar conceitos fundamentais, estudos de casos e interpretações jurisprudenciais, essas publicações funcionam como instrumentos pedagógicos e de orientação para operadores do direito, partidos políticos e sociedade civil. Elas destacam a importância da rotulagem persistente de conteúdos gerados por inteligência artificial, da criação de trilhas de auditoria para monitoramento de fluxos informacionais e da implementação de mecanismos de responsabilização em cadeia. Tais medidas são fundamentais para conter práticas coordenadas de manipulação do discurso político e garantir que a arena eleitoral permaneça plural e transparente (FGV, 2024a).

Em complemento ao material conceitual, a segunda cartilha publicada pelo TSE em colaboração com a FGV dedica-se à análise de decisões judiciais e estratégias institucionais no enfrentamento da desinformação durante o período eleitoral. O documento enfatiza a necessidade de um arcabouço regulatório dinâmico e adaptável, capaz de acompanhar o ritmo acelerado da evolução tecnológica. Destaca, ainda, que a atuação estatal deve ser pautada por princípios de proporcionalidade e adequação, de modo a não inviabilizar a liberdade de expressão e a inovação, mas sim equilibrá-las com a proteção da integridade do sufrágio. Ao propor medidas concretas, como a criação de repositórios públicos de anúncios e a exigência de auditoria de algoritmos, a cartilha reforça a importância de uma governança informacional multissetorial e participativa (FGV, 2024b).

A literatura jurídica brasileira tem avançado na interpretação dos desafios contemporâneos trazidos pela interseção entre tecnologia e direito eleitoral. Pereira (2025), ao analisar os meios digitais de propaganda e as dificuldades de fiscalização enfrentadas pela Justiça Eleitoral, aponta que a simples atualização normativa não é suficiente se não vier acompanhada de mecanismos técnicos de monitoramento e de cooperação institucional com as plataformas.

Pereira (2025) defende a criação de políticas públicas específicas para lidar com práticas como microdirecionamento político, disseminação coordenada de conteúdo e manipulação algorítmica da opinião pública. Sua análise evidencia que a proteção da integridade eleitoral requer uma abordagem holística, combinando instrumentos jurídicos, tecnológicos e educacionais para garantir eleições justas e informacionalmente equilibradas.

#### **4. CONSEQUÊNCIAS DA ATUAÇÃO DOS INFLUENCIADORES SINTÉTICOS NO PROCESSO ELEITORAL E NA DEMOCRACIA**

O fenômeno contemporâneo da transformação de personalidades públicas em influenciadores digitais tem se intensificado de forma significativa na última década. Indivíduos dotados de carisma excepcional ou mesmo aqueles que provocam reações polarizadas, incluindo artistas, atletas, empresários, socialites e outras figuras públicas, têm progressivamente migrado para o ambiente digital, estabelecendo-se como formadores de opinião com alcance sem precedentes. Conforme observa Brega (2023, p. 4), o poder comunicacional das redes sociais alcançou proporções monumentais, e, consequentemente, sua capacidade de influência expandiu-se de forma proporcional, abrangendo diversos aspectos da vida social, incluindo o processo eleitoral. Embora inicialmente essa interferência possa parecer circunscrita ao âmbito de alcance específico de cada influenciador, a realidade demonstra que os efeitos podem transcender significativamente essas limitações aparentes, criando ondas de impacto que reverberam através de diferentes camadas sociais e demográficas.

A expansão do alcance desses influenciadores amplia quando estes conseguem estabelecer uma presença digital robusta, particularmente nas plataformas de redes sociais. Neste contexto, emerge um fenômeno particularmente interessante: o surgimento dos denominados "famosos anônimos", categoria que engloba indivíduos anteriormente desconhecidos que, por circunstâncias específicas ou acontecimentos virais, alcançam súbita notoriedade e passam a acumular milhares, às vezes milhões, de seguidores nas redes sociais. Silva e Mourujão (2021) destacam que este fenômeno deve ser compreendido considerando as

implicações da vida híbrida contemporânea, na qual as fronteiras entre o mundo físico e digital tornam-se cada vez mais tênues. Esta dinâmica possui capacidade amplificada de gerar interferências no processo eleitoral, uma vez que esses novos influenciadores frequentemente estabelecem conexões mais autênticas e diretas com seus seguidores, baseadas em identificação e proximidade percebida.

Os influenciadores sintéticos, por sua vez, representam uma evolução tecnológica que potencializa exponencialmente essas capacidades de influência. Estas entidades digitais, produtos sofisticados da inteligência artificial, possuem o potencial único de direcionar comportamentos de seus seguidores de forma mais ampla e eficaz do que seus equivalentes humanos. Sua vantagem competitiva reside na capacidade de agregar e sintetizar as expertises de diversos tipos de influenciadores tradicionais, combinando-as com o poder computacional da inteligência artificial para modular dinamicamente sua linguagem e abordagem comunicacional. Esta adaptabilidade permite que estabeleçam conexões extremamente eficientes com públicos específicos, ajustando sua comunicação e interação precisamente à linguagem e aos valores que cada segmento de público deseja receber. O resultado é o estabelecimento de relações parasociais significativamente mais intensas e fiéis, nas quais os seguidores desenvolvem vínculos emocionais profundos com entidades que, paradoxalmente, não possuem existência física ou consciência real.

A interferência desses influenciadores sintéticos no processo eleitoral manifesta-se de forma preocupante quando estes demonstram alinhamento explícito ou implícito com determinados segmentos político-ideológicos. Entretanto, o aspecto mais alarmante desta realidade reside na possibilidade técnica e prática de criação de verdadeiros exércitos de influenciadores sintéticos, todos operando sob coordenação centralizada e direcionados a segmentos específicos da sociedade. Esta estratégia permite o alcance simultâneo de um amplo espectro social, criando uma rede de influência sem precedentes históricos. A sofisticação desta abordagem reside não apenas na quantidade, mas na qualidade da segmentação: cada influenciador sintético pode sermeticulosamente calibrado para ressoar com características demográficas, psicográficas e comportamentais específicas de seu público-alvo, maximizando assim a eficácia da mensagem transmitida.

Considere, para fins de ilustração prática, um cenário hipotético no qual um partido político "X" desenvolve e gerencia, através de sistemas avançados de inteligência artificial, milhares de influenciadores sintéticos distintos. Cada um desses influenciadores seria programado com linguagem, personalidade e padrões de interação específicos, destinados a estabelecer conexões autênticas com diferentes segmentos sociais: estratificados por gênero,

faixa etária, afiliação religiosa, etnia, preferências esportivas, orientação sexual, raça, nível educacional, faixa de renda, localização geográfica, entre outras variáveis demográficas e psicográficas. Em momento estratégico, esses perfis poderiam deflagrar um processo coordenado de disseminação de conteúdo, utilizando postagens e interações aparentemente lícitas e orgânicas, com o objetivo deliberado de beneficiar candidatos aliados ou prejudicar adversários políticos. A sutileza e aparente legitimidade dessas ações tornariam extremamente difícil sua identificação e combate pelos mecanismos tradicionais de controle eleitoral.

Esta capacidade amplificada de interferência no processo eleitoral representa uma ameaça substantiva ao processo democrático como um todo. Conforme argumenta Abboud (2021, p. 72), observa-se a introdução sistemática no discurso jurídico de palavras de ordem política e preconceitos morais específicos, estrategicamente direcionados com a finalidade prática de guiar e moldar a interpretação jurídica, desenvolvendo o que o autor denomina de degeneração epistêmica do direito. Este processo de degradação do discurso público e jurídico compromete as bases fundamentais sobre as quais se assenta o debate democrático, substituindo a deliberação racional por manipulação algorítmica e substituindo o consenso orgânico por manufaturação artificial de opinião pública.

Diante deste panorama preocupante, emerge com clareza cristalina a necessidade urgente de estabelecimento de marcos regulatórios específicos para disciplinar a atuação dos influenciadores sintéticos no contexto eleitoral. O Tribunal Superior Eleitoral (TSE), reconhecendo a importância crescente do ambiente digital no processo eleitoral, promulgou a Resolução n. 23.610 de 2019, posteriormente atualizada pela Resolução n. 23.732/2024, estabelecendo diretrizes para a propaganda eleitoral. A versão de 2024 dedicou atenção especial à propaganda eleitoral no ambiente digital, com foco particular no combate aos fatos inverídicos ou gravemente descontextualizados, fenômeno conhecido como *fake news*.

A Resolução do TSE estabelece importantes distinções quanto ao que constitui propaganda eleitoral antecipada, determinando em seu artigo 3º, inciso V, que não se configura como tal a menção a pretensas candidaturas, a exaltação de qualidades pessoais de pré-candidatos ou a divulgação de posicionamentos pessoais sobre questões políticas quando realizadas em meios de comunicação social, incluindo internet, shows, apresentações artísticas, redes sociais, blogs, sites e aplicativos. Entretanto, a mesma resolução estabelece vedação expressa à contratação de pessoas naturais ou jurídicas com a finalidade específica de divulgar conteúdos de natureza político-eleitoral em favor de terceiros. Esta distinção revela a tentativa do TSE de equilibrar a liberdade de expressão política com a necessidade de coibir o abuso do

poder econômico no processo eleitoral, permitindo manifestações espontâneas enquanto veda aquelas que decorrem de relações comerciais ou contratuais.

A análise desta normativa revela que a propaganda eleitoral espontânea, isto é, aquela que não decorre de contratação remunerada permanece permitida dentro dos limites legais estabelecidos. Esta permissão fundamenta-se no princípio constitucional da liberdade de expressão e no reconhecimento de que o debate político democrático requer espaços para manifestação livre de opiniões e preferências políticas. Contudo, a distinção entre manifestação espontânea e propaganda contratada torna-se significativamente mais complexa quando aplicada ao contexto dos influenciadores sintéticos, cuja própria existência depende de investimento tecnológico e programação deliberada, questionando os limites tradicionais entre espontaneidade e artificialidade no discurso político.

A Seção II da Resolução do TSE aborda especificamente a questão da desinformação na propaganda eleitoral, estabelecendo que atos ilícitos neste contexto, independentemente de seu autor – seja pessoa jurídica, física ou, por extensão interpretativa, sintética – merecem reprimenda e responsabilização adequadas. Esta abordagem ampla sugere que o TSE reconhece a necessidade de combater a desinformação independentemente do meio ou agente utilizado para sua disseminação. Entretanto, a aplicação prática destes dispositivos aos influenciadores sintéticos permanece nebulosa, dada a dificuldade em estabelecer nexos causais claros entre a programação da entidade digital e os efeitos produzidos no eleitorado, bem como em identificar e responsabilizar os verdadeiros beneficiários de campanhas de desinformação coordenadas.

A utilização de conteúdo sintético em propaganda eleitoral recebe tratamento específico nos artigos 9º-B e 9º-C da Resolução, que estabelecem, respectivamente, o dever de informar quando o conteúdo foi fabricado ou manipulado e a vedação ao uso de conteúdo sintético para difundir fatos notoriamente inverídicos ou descontextualizados. Estas disposições representam um avanço importante no reconhecimento dos desafios impostos pela inteligência artificial ao processo eleitoral. Contudo, a eficácia destes dispositivos depende criticamente da capacidade de fiscalização e *enforcement*, que se vê desafiada pela velocidade de evolução tecnológica e pela sofisticação crescente das técnicas de manipulação digital. Além disso, a própria definição do que constitui "conteúdo fabricado ou manipulado" torna-se cada vez mais complexa à medida que as tecnologias de IA tornam-se mais sofisticadas e suas produções mais indistinguíveis de conteúdo autêntico.

O Capítulo IV da Resolução, dedicado aos conteúdos político-eleitorais e à propaganda eleitoral na internet, estabelece em seu artigo 28, inciso IV, que a propaganda eleitoral online poderá ser realizada através de diversos meios digitais, incluindo blogs, redes sociais,

aplicativos de mensagens instantâneas e plataformas similares. Importante ressaltar que tal conteúdo deve ser gerado ou editado por candidatos, partidos políticos ou pessoas naturais, sendo vedadas práticas de impulsionamento, disparo em massa e monetização ou concessão de vantagens econômicas.

A Resolução estabelece ainda que manifestações espontâneas de pessoas naturais na internet sobre matéria político-eleitoral, mesmo quando configurem elogio ou crítica a candidatos, partidos, federações ou coligações, não serão consideradas propaganda eleitoral, desde que observados os limites normativos estabelecidos. Esta disposição visa proteger o exercício legítimo da liberdade de expressão política no ambiente digital. Complementarmente, o documento considera lícita a veiculação de propaganda eleitoral em canais e perfis de pessoas naturais que alcancem grande audiência na internet ou participem de atos de mobilização nas redes para ampliar o alcance orgânico de mensagens. Permite-se expressamente o compartilhamento simultâneo de material, a convocação para eventos virtuais e presenciais e a utilização de hashtags, reconhecendo estas como práticas legítimas de engajamento político digital.

Por outro lado, a Resolução estabelece vedações importantes em seu artigo 29, proibindo, ainda que gratuitamente, a veiculação de propaganda eleitoral na internet em sites de pessoas jurídicas, independentemente de sua finalidade lucrativa, bem como em sites oficiais ou hospedados por órgãos ou entidades da administração pública direta ou indireta de qualquer esfera federativa. Estas restrições visam prevenir o uso indevido de recursos corporativos ou públicos para fins eleitorais, bem como preservar a neutralidade de instituições que devem servir ao interesse público de forma imparcial.

A análise sistemática e conjunta das permissões e vedações estabelecidas pela Resolução do TSE sugere uma interpretação inicial de que não existe proibição expressa à atuação de influenciadores sintéticos na promoção de propaganda eleitoral na internet, desde que respeitadas as limitações legais gerais. Esta lacuna normativa decorre do fato de que um influenciador sintético, em sua manifestação digital, não se constitui propriamente como sujeito de direito, tampouco como pessoa jurídica sujeita às vedações expressas. Contudo, esta interpretação superficial ignora a realidade fundamental de que todo influenciador sintético é, necessariamente, produto de desenvolvimento, programação e operação por agentes humanos ou corporativos, que podem e devem ser responsabilizados por suas criações digitais.

Os influenciadores sintéticos devem ser compreendidos em sua verdadeira natureza: produtos sofisticados de inteligência artificial que operam através de algoritmos complexos, cujo conteúdo e comportamento são sistematizados e controlados por pessoas naturais ou

jurídicas. Esta realidade técnica implica que, no contexto de atuação virtual de qualquer influenciador sintético, sempre existirá um sujeito de direito que detém o controle e, portanto, a responsabilidade sobre as ações desse "personagem" digital. A utilização destes avatares digitais com o propósito deliberado de influenciar o processo eleitoral representa, portanto, uma forma sofisticada de intervenção no processo democrático que demanda regulamentação específica e mecanismos eficazes de controle e responsabilização.

Partindo desta premissa fundamental, torna-se evidente a necessidade urgente de que as normas de direito eleitoral evoluam para regular eficazmente as formas de controle sobre a interação dos responsáveis por influenciadores sintéticos no processo eleitoral. A aplicação da teoria da moderação, conforme proposta por Grimmelmann (2015), oferece um framework conceitual valioso para esta regulamentação. Enquanto a atuação isolada de um ou poucos influenciadores sintéticos pode não representar interferência substancial no processo eleitoral, a mobilização coordenada de um "enxame" de influenciadores sintéticos possui potencial disruptivo capaz de comprometer seriamente a integridade do processo democrático. Esta distinção quantitativa e qualitativa deve informar o desenvolvimento de mecanismos regulatórios proporcionais e eficazes, capazes de preservar a liberdade de expressão legítima enquanto coibem manipulações artificiais do debate público.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A investigação demonstrou que influenciadores sintéticos não constituem apenas um desdobramento tecnológico da comunicação política digital, mas um vetor estruturante de assimetrias informacionais. Seu impacto eleitoral decorre menos da falsidade explícita do conteúdo e mais da escala, coordenação e opacidade de autoria, especialmente quando combinados a microdirecionamento, públicos semelhantes e anúncios opacos. Ao deslocar a atenção do eleitor para mensagens altamente personalizadas e pouco auditáveis, esses agentes tendem a degradar as condições de publicidade e de contraditório que legitimam a disputa democrática.

O arcabouço normativo brasileiro avançou ao disciplinar propaganda online, combater desinformação e introduzir parâmetros para uso de inteligência artificial. Persistem, contudo, lacunas materiais e procedimentais relativas à rotulagem persistente, trilhas de auditoria, guarda de logs e critérios proporcionais de responsabilização em cadeia para criadores, operadores, contratantes e plataformas. A simples proibição de deepfakes enganosas não esgota o problema

quando estratégias lícitas de segmentação e coordenação podem produzir efeitos distorsivos sobre a formação da vontade política.

À luz dos achados, propõe-se uma mudança de ênfase regulatória. Em vez de centrar exclusivamente o controle no binômio verdadeiro versus falso, recomenda-se incorporar salvaguardas sobre quem fala, como fala, para quem fala e com quais meios técnicos. Transparência sobre a natureza sintética do emissor, identificação clara de patrocinadores e vínculos eleitorais, registro público e pesquisável de anúncios e segmentações, e requisitos mínimos de auditabilidade compõem um núcleo de governança orientado a reduzir opacidade e permitir escrutínio social e institucional.

A responsabilização deve ser escalonada e calibrada por risco. Criadores e operadores de perfis sintéticos devem cumprir deveres de conformidade técnica, incluindo rotulagem visível, documentação de fluxos de geração e curadoria de conteúdo, e resposta célere a ordens. Contratantes políticos devem observar limites de segmentação e de coordenação artificial, com sanções graduais para omissões e abusos. Plataformas, por sua vez, precisam oferecer bibliotecas públicas de anúncios, relatórios periódicos de integridade e interfaces de auditoria que permitam a verificação independente de critérios de entrega e segmentação.

Há campo para instrumentos regulatórios flexíveis e experimentais. Sandboxes eleitorais supervisionados podem testar formatos de rotulagem, métricas de risco, limites de granularidade de dados e mecanismos de verificação de identidade de agentes automatizados. Tais experiências devem ser acompanhadas de avaliações de impacto em direitos fundamentais, com publicidade metodológica e controle externo. A coordenação com a proteção de dados pessoais é indispensável, inclusive para coibir perfis sensíveis e práticas de reidentificação em *look-alike audiences*.

Do ponto de vista institucional, recomenda-se fortalecer capacidades técnicas de auditoria do poder público, de modo a integrar evidências de plataformas, perícias independentes e relatórios acadêmicos em ciclos de fiscalização mais rápidos e previsíveis. No plano social, iniciativas de educação midiática e transparência ativa sobre fluxos de anúncios podem reduzir vulnerabilidades e mitigar a erosão de confiança. A cooperação entre Justiça Eleitoral, órgãos de proteção de dados, sociedade civil, universidades e setor privado é condição para respostas mais eficazes e proporcionais.

Este estudo oferece contribuições conceituais e propositivas. Conceitualmente, delimita a categoria de influenciadores sintéticos e a distingue de *deepfakes* e de conteúdos inverídicos, realocando o debate para as arquiteturas de atuação e seus efeitos cumulativos. Propositivamente, indica um itinerário de governança baseado em transparência, auditabilidade

e responsabilização escalonada, compatível com liberdade de expressão e com o devido processo eleitoral. Ao mesmo tempo, reconhece limitações, como a rápida evolução técnica dos sistemas de geração e a assimetria informacional entre reguladores e plataformas.

Como agenda futura, sugere-se investigar empiricamente o efeito marginal de rotulagem persistente sobre compreensão e confiança do eleitor e medir impactos de diferentes granularidades de segmentação em corrida eleitoral competitiva no contexto brasileiro. Também se mostra promissora a análise comparada de modelos regulatórios estrangeiros, com atenção à transferência de soluções normativas e a seus limites em ambientes informacionais e jurídicos distintos.

Em síntese, a integridade do processo eleitoral no ecossistema digital contemporâneo exige que o direito caminhe ao lado da técnica. Ao reconhecer que a ameaça não reside apenas na falsidade do conteúdo, mas na opacidade e coordenação de agentes sintéticos em escala, abrem-se caminhos normativos e institucionais para resguardar a competição política, a confiança pública e a própria promessa democrática de um debate informado, plural e verificável.

## REFERÊNCIAS

ABBOUD, Georges. **Direito Constitucional Pós-Moderno**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021.

BARTOLO, Ana Beatriz; BAUMGRATZ, Heloisa; FERNANDES, Matheus; SANTANA, Pablo. Entrevista da influencer virtual Lil Miquela. **Estadão**, 16 jul. 2019. Disponível em: <https://arte.estadao.com.br/focas/estadaoqr/materia/lil-miquela-influencer-digital-entrevista>. Acesso em: 15 jul. 2024.

BERNARDES, Juliano Taveira; FERREIRA, Olavo Augusto Vianna Alves. 14.ed. **Direito Constitucional**. São Paulo: Editora Juspodivm, 2024.

BORGESIUS, Frederik J. Zuiderveen; MÖLLER, Judith; KRUIKEMEIER, Sanne; Ó FATHAIGH, Ronan; IRION, Kristina; DOBBER, Tom; BODO, Balazs; DE VREESE, Claes H. Online Political Microtargeting: Promises and Threats for Democracy. **Utrecht Law Review**, Utrecht, v. 14, n. 1, p. 82-96, 2018. Disponível em: <https://utrechtlawreview.org/articles/10.18352/ulr.420>. Acesso em: 30 set. 2025.

BRADSHAW, Samantha; HOWARD, Philip N. **The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation**. Oxford: Oxford Internet Institute, 2019. Disponível em: <https://demtech.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/12/2019/09/CyberTroop-Report19.pdf>. Acesso em: 30 set. 2025.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Resolução nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019. **Dispõe sobre a propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha eleitoral.** Brasília, DF: TSE, 2019. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019>. Acesso em: 30 set. 2025.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Resolução nº 23.732, de 27 de fevereiro de 2024. **Altera a Resolução TSE nº 23.610/2019 para disciplinar o uso de inteligência artificial nas eleições.** Brasília, DF: TSE, 2024. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2024/resolucao-no-23-732-de-27-de-fevereiro-de-2024>. Acesso em: 30 set. 2025.

BREGA, Gabriel Ribeiro. A Regulação de Conteúdo nas Redes Sociais: uma breve análise comparativa entre o *NetzDG* e a solução brasileira. **Revista Direito GV**, São Paulo, v. 19, 2023.

CHESNEY, Robert; CITRON, Danielle Keats. Deep Fakes: A Looming Challenge for Privacy, Democracy, and National Security. **California Law Review**, Berkeley, v. 107, p. 1753-1819, 2019. Disponível em: <https://www.californialawreview.org/print/deep-fakes-a-looming-challenge-for-privacy-democracy-and-national-security>. Acesso em: 30 set. 2025.

DUIVESTEIN, Sander. The Synthetic Future: Virtual Influencers of Today Give Us an Insight Into Tomorrow. 9 Jul. 2020. **VirtualHumans.org**, 2024. Disponível em: <https://www.virtualhumans.org/article/the-synthetic-future-virtual-influencers-of-today-give-us-an-insight-into-tomorrow>. Acesso em: 22 jul. 2024.

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS. **TSE e Desinformação: conceitos relevantes e sua compreensão no Brasil.** Rio de Janeiro: FGV Direito Rio, 2024. Disponível em: <https://direitorio.fgv.br/sites/default/files/arquivos/cartilha-orientativa-tse-e-desinformacao-volume-1.pdf>. Acesso em: 30 set. 2025.

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS. **TSE e Desinformação: jurisprudência, medidas e diretrizes.** Rio de Janeiro: FGV Direito Rio, 2024. Disponível em: <https://repositorio.fgv.br/bitstreams/2bb8c292-84b2-41c7-8b23-55c5b8b734fa/download>. Acesso em: 30 set. 2025.

GRIMMELMANN, James. ***The Virtues of Moderation*.** Disponível em: <https://scholarship.law.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2620&context=facpub>. Acesso em: 10 de jun 2024.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** 2. ed. São Paulo: Editora 34, 1999.

MAGALU. Quem diria eu 100% virtual oferecendo um Whopper 100% de verdade. **Instagram**, 2024. Disponível em: [https://www.instagram.com/reel/C9P7Q4XMvyS/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igshid=MzRIODBiNWF1ZA%3D%3D](https://www.instagram.com/reel/C9P7Q4XMvyS/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWF1ZA%3D%3D). Acesso em: 15 jul. 2024.

PEREIRA, Rafael Barroso Muniz. Os principais meios de propaganda eleitoral na internet e os desafios de fiscalização. **Revista Eleições e Democracia**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 2, p. 77-102, 2025. Disponível em: <https://revista.tre-rj.jus.br/rjed/article/download/202/199>. Acesso em: 30 set. 2025.

SANTOS, M. L.; ROCHA, E. C. DA .. Capital social e democracia: a confiança realmente importa?. **Revista de Sociologia e Política**, v. 19, n. 38, p. 43–64, fev. 2011.

SILVA, Nara Helena Lopes Pereira da; MORUJÃO, Carlos Aurélio Ventura. Uma leitura fenomenológica sobre a intersubjetividade no digital/on-line. **Revista Latinoamericana de Psicopatologia Fundamental**, São Paulo, v. 24, n. 4, p. 614-637, dez. 2021. DOI: 10.1590/1415-4714.2021v24n4p614.7.

TIME STAFF. The 25 Most Influential People on the Internet. **Time**. 30 jun. 2018. Disponível em: <https://time.com/5324130/most-influential-internet/> . Acesso em: 15 jul. 2024.

WOOLLEY, Samuel C.; HOWARD, Philip N. **Computational Propaganda: Political Parties, Politicians, and Political Manipulation on Social Media**. New York: Oxford University Press, 2018. Disponível em:  
[https://dl1.cuni.cz/pluginfile.php/1192372/mod\\_resource/content/2/Samuel%20%20C%20.%20%20Woolley%2C%20Philip%20N.%20Howard%20-%20Computational%20Propaganda%20Political%20Parties%2C%20Politicians%2C%20and%20Political%20Manipulation%20on%20Social%20Media-Oxford%20University%20Press%20%282018%29.pdf](https://dl1.cuni.cz/pluginfile.php/1192372/mod_resource/content/2/Samuel%20%20C%20.%20%20Woolley%2C%20Philip%20N.%20Howard%20-%20Computational%20Propaganda%20Political%20Parties%2C%20Politicians%2C%20and%20Political%20Manipulation%20on%20Social%20Media-Oxford%20University%20Press%20%282018%29.pdf). Acesso em: 30 set. 2025.