

Eleições Municipais 2024 | Brasil



IA no primeiro turno: o que vimos até aqui?

UMA PARCERIA:



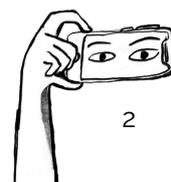


No dia 5 de outubro de 2024, mais de cinco mil municípios brasileiros realizaram eleições. Este ano, pela primeira vez um pleito no país foi realizado com a presença generalizada e popularizada das Inteligências Artificiais. Essa novidade gerou muito receio e desconfiança, especialmente quanto ao impacto que poderia haver nos fenômenos de desinformação. Pela primeira vez, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) criou regras específicas para delimitar o uso das ferramentas pelos candidatos e campanhas políticas.

Para entender a utilização e os impactos dessa tecnologia na campanha eleitoral deste ano, o [Observatório IA nas Eleições](#) mapeou casos de uso de inteligência artificial pelas campanhas. Foram feitos monitoramentos e buscas ativas em plataformas digitais, veículos de imprensa e agências de checagem para coletar e documentar os casos identificados. Este relatório apresenta dados coletados entre os dias 16 de agosto até 6 de outubro.

Pelo que se pôde ver até aqui, a impressão de que haveria um uso massivo de IA nas campanhas não se confirmou. Foram identificados usos pontuais e, na maior parte dos casos, sem grandes repercussões. Além disso, fica claro que o uso de IA se dá tanto pelos candidatos e campanhas quanto - às vezes de forma ainda mais intensa - pelos eleitores e em diferentes formatos midiáticos (imagem, vídeo e áudio). Portanto, medidas regulatórias ou políticas públicas sobre o tema precisam levar em conta diferentes públicos

Dentre os usos que foram identificados, chamam atenção **a)** a aplicação ampla da tecnologia para produzir jingles ou para auxiliar na produção de conteúdo de campanhas com pouca verba; **b)** a criação de *deepfakes* produzidos pelo público com impacto relativamente reduzido, mas que mostram o potencial desinformativo para próximas eleições; **c)** casos de *deepnudes* visando candidatas em diferentes municípios.

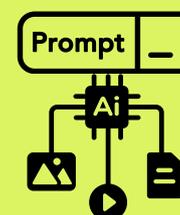


HOUVE IMPACTO NA DESINFORMAÇÃO?

O caso de fake news com maior repercussão durante o primeiro turno envolveu uma manipulação de imagem, sem maior recurso de inteligência artificial em sua elaboração. De maneira geral, não houve um uso massivo de IA para criar desinformação e grande parte das fake news que circularam não usaram essa tecnologia na criação das peças.

Vale ressaltar, no entanto, que isso não significa necessariamente que a IA não tenha sido usada. Isso parece apontar para uma necessidade clara de pensar na inteligência artificial como uma tecnologia que pode ser utilizada em conjunto com outras, não apenas para criação de imagens e peças, mas em diversas etapas do processo de produção e circulação de informação. Além disso, os casos de *deepnudes* visando candidatas mostram como essa tecnologia pode reforçar a violência de gênero já sofrida pelas mulheres nos espaços e contextos políticos.

Para as próximas eleições, é preciso considerar que o uso de tecnologias e aplicações de IA tende a se integrar cada vez mais no dia a dia das pessoas e na produção e consumo de informação por elas.



COMO A JUSTIÇA ESTÁ TRATANDO ESSES CASOS?

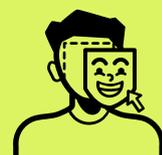
Neste ano, pelo receio dos impactos da tecnologia, a Justiça Eleitoral inovou na [criação de regras para o uso de inteligência artificial](#) nas eleições, em que foram elencadas proibições para deepfakes, a necessidade de rótulos para identificação da tecnologia e a restrição do uso para avatares e chatbots. No entanto, apesar de as regras serem criadas pelo Tribunal Superior Eleitoral, elas foram aplicadas pelos Tribunais Regionais Eleitorais e juízes de primeiro grau, o que abriu um leque para [entendimentos diversos](#).



Para compreender como essas análises foram feitas e quais decisões foram tomadas, o Observatório mapeou 60 decisões pelo portal da Jurisprudência da Justiça Eleitoral que foram realizadas entre 16 de agosto e 7 de outubro que continham o termo “inteligência artificial”.

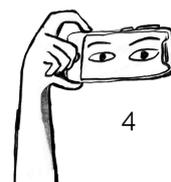
A análise dos casos revela algo também indicado pelo [Jota](#), que a decisão dos magistrados varia de acordo com a qualidade da manipulação e o potencial de enganar. Por exemplo, um dos casos mapeados pelo Observatório refere-se a um conteúdo publicado em Tauá (CE) que, supostamente, teria utilizado inteligência artificial. No entanto, o desembargador alega que o conteúdo, que utiliza inserções de disco voador, é claramente lúdico e perceptível como artificial.

“Entendo que se deve adotar interpretação restritiva em relação à caracterização de deepfake e que seja necessário um grau elevado de manipulação digital para que se justifique a intervenção judicial. Por exemplo, em casos onde a manipulação é grosseira e facilmente detectável, como no presente, a liberdade de expressão e o uso de recursos criativos em campanhas devem prevalecer, a menos que haja uma clara manipulação dos fatos com o objetivo de enganar o eleitor.”, diz o magistrado.



Outro caso similar analisa um conteúdo publicado por um candidato à prefeitura de São Paulo que apresentava o adversário atrás das grades de uma cela de cadeia. Na ocasião, o juiz julga o pedido de retirada como improcedente e acrescenta que “*está claro que a imagem não é real e foi feita grosseiramente*”. Já em Cambará (PR), outro desembargador indefere o pedido de retirada de conteúdo por analisar que é “*uma manipulação ‘tosca’, assemelhando-se a uma sátira*”.

No entanto, foram analisadas outras decisões em que o conteúdo foi retirado de plataformas e do programa eleitoral obrigatório, como em Teresina (PI), em que o desembargador José Maria de Araújo decidiu pela suspensão de programa eleitoral que não indicava que a música foi produzida por inteligência artificial, conforme determina resolução do TSE.



CASO CURIOSO

Antes das eleições, as *deepfakes* eram alvo de muita preocupação. Grande parte do debate sobre os perigos da inteligência artificial passou - e ainda passa - por esse formato de falseamento, tanto que uma das regras estabelecidas pelo TSE é justamente a proibição do uso de *deepfakes* em campanhas eleitorais. Pode-se dizer que houve sim usos nocivos desse formato, mas com disseminação e impacto reduzido. Contudo, houve também usos que, apesar de infringirem a regra do TSE, foram bastante curiosos.

Chamou a atenção um **vídeo com deepfake postado pelo candidato à prefeitura de Salvador, Bruno Reis**, em que ele próprio dança uma música. Trata-se de uma espécie de paródia de si mesmo, com imagem claramente manipulada, em que o candidato apenas dança. Esse tipo de conteúdo certamente desafia a ideia de que deepfakes são necessariamente nocivas e torna mais complexa a discussão para os próximos pleitos.



TIPOS DE USO IDENTIFICADOS

- 1 Vídeos e imagens sintéticas criados por candidatos



Durante o primeiro turno, alguns candidatos postaram em seus perfis oficiais conteúdos criados com IA.

Em São Paulo, ainda nas primeiras semanas de campanha, Pablo Marçal postou uma deepfake no X (antigo Twitter) como campanha eleitoral sem sinalizar o uso de IA.



Já em Salvador, o prefeito reeleito, Bruno Reis (União), postou, num intervalo de uma semana, dois vídeos feitos com a tecnologia no Instagram e TikTok. Em ambos conteúdos, o político tem o rosto adicionado a um corpo de um homem que dança o jingle da campanha.



No Instagram, as publicações vieram acompanhadas do rótulo “feito com IA”, mas no TikTok não houve sinalização. O candidato soteropolitano, Geraldo Júnior (MDB), também postou uma imagem sintética no Instagram, mas sinalizando o uso da tecnologia.

2 Jingles e narração de vídeos nas campanhas de vereadores



Outro uso difundido durante essa primeira parte das eleições foram os jingles criados com Inteligência Artificial. Esse foi o principal emprego da tecnologia nos anúncios impulsionados por candidatos nas plataformas da Meta, como mostrou o [Aos Fatos](#).

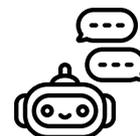


Os pretendentes aos cargos de vereador foram alguns dos que mais se beneficiaram da tecnologia para criar as músicas de campanha.

Frequentemente os jingles assumiram um formato genérico, falando o nome do candidato e algumas propostas em diferentes estilos, e passando por diferentes gêneros musicais, do rock ao forró. Além dos jingles, na última semana antes da eleição, candidatos também utilizaram a IA para criar narrações de vídeos de campanha.



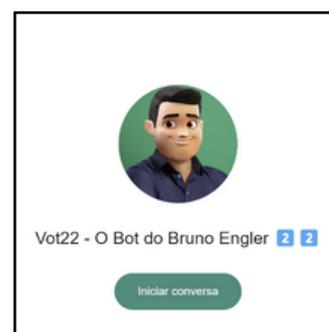
3 Chatbots tiram dúvidas sobre candidatos



A candidata Tabata Amaral (PSB) criou um chatbot para responder às dúvidas dos eleitores. Chamada de “Rita”, a funcionalidade está disponível no WhastApp desde o final de agosto.



Em Belo Horizonte, Bruno Engler (PL) também lançou uma funcionalidade parecida com o intuito de divulgar suas propostas de governo. Já o candidato à Câmara Municipal paulista, Pedro Markun (Rede), desenvolveu a Lex, um chatbot inteligente que concorria na candidatura junto com o programador.



A resolução de propaganda do TSE não proíbe a criação de chatbots e avatares como artifício de intermediação de comunicação com o eleitorado, desde que seja identificado “de modo explícito” que a funcionalidade foi criada com IA e que não simule o candidato ou pessoa real.



4 Deepnudes têm como alvo candidatas



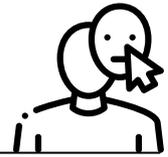
Pelo menos cinco casos de deepnudes, imagens e vídeos sintéticos falsos com teor sexual, visaram candidatas em municípios do Sudeste. Em São Paulo, Tabata Amaral esteve relacionada em ao menos dois casos diferentes. No início de setembro, a candidata acionou a Justiça após ter tido seu rosto adicionado a imagens de uma atriz de conteúdo adulto.

Semanas depois, Tabata foi novamente alvo junto com a também candidata Marina Helena (Novo). Candidatas no Rio de Janeiro (RJ), Taubaté (SP) e Bauru (SP) também registraram denúncias alegando terem sido alvo de deepnudes postadas nas redes sociais e em sites de conteúdo adulto.



5

Deepfakes foram criadas pelo eleitorado para desinformar



Conteúdos sintéticos com narrativas falsas, visando candidatos e publicados pelo eleitorado também ocorreram nas redes sociais.

Um vídeo criado com ajuda de IA, por exemplo, mostrava um suposto abraço entre Tabata Amaral e Pablo Marçal durante um debate televisionado, alegando que o coach teria pedido desculpas por ofensas proferidas à candidata à prefeitura de São Paulo.

Já o candidato Datena (PSDB) também foi alvo de uma deepfake em vídeo que mostrava o jornalista agredindo uma colega de profissão.



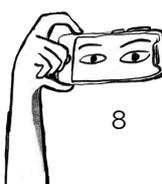
Além disso, modelos de deepfake com áudio e imagens manipulados do apresentador William Bonner elogiando ou indicando candidatura de vereadores circularam no TikTok.

6

Automatização de análise de candidaturas e monitoramento de desinformação



Quatro usos positivos da tecnologia por atores públicos e acadêmicos foram identificados durante o primeiro turno.

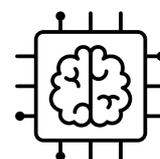


Em Goiás, por exemplo, o Tribunal Regional Eleitoral do estado (TRE-GO) e a Universidade Federal de Goiás (UFG) lançaram o GualA, um aplicativo que usa IA para automatizar o processo de monitoramento das desinformações publicadas em redes sociais sobre as eleições municipais no estado.

Outra plataforma criada pelos pesquisadores da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) em parceria com a Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ), chamada de Vota AI, aplica a IA para mostrar os temas mais citados em programas de governo de candidatos às prefeituras do Brasil.

7

E as plataformas? IA do Google continuou respondendo informações políticas



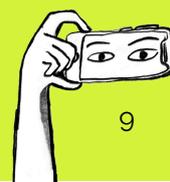
Um caso específico envolvendo plataformas foi registrado pelo observatório. No final de setembro, o [Jornal da Paraíba](#) mostrou como a IA do Google, o Gemini, continuava a fornecer informações de candidatos à prefeitura de João Pessoa (PB), apesar das promessas da big tech em restringir respostas políticas pela ferramenta. Anteriormente, o [Gemini também chegou a dar informações sobre os candidatos à prefeitura de São Paulo](#): Ricardo Nunes (MDB), Pablo Marçal (PRTB), José Luiz Datena (PSDB) e Marina Helena (Novo).



O OBSERVATÓRIO IA NAS ELEIÇÕES

O Observatório IA nas Eleições é um repositório online de casos de uso de Inteligência Artificial generativa nas eleições brasileiras de 2024.

A iniciativa busca identificar e registrar, principalmente, possíveis casos de violação das [resoluções do Tribunal Superior Eleitoral \(TSE\)](#) no que diz respeito às manipulações de informação com IA generativa compartilhadas durante a campanha política nas principais plataformas digitais.



O projeto é realizado pelo **Aláfia Lab** e ***desinformante** em parceria com o **Data Privacy Brasil** por meio do projeto IA com direitos. O observatório também conta com o apoio do Confia, do Instituto Democracia em Xequê e do Observatório Jornalístico Universitário (OJU) da Universidade Federal de Goiás (UFG).

O ALÁFIA LAB E O DESINFORMANTE

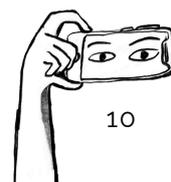


Aláfia Lab é um laboratório de pesquisa que se concentra nas áreas que entrelaçam internet, política e sociedade. Seus projetos atuam no sentido de compreender não apenas as dinâmicas online, mas como elas impactam concretamente a vida das pessoas.

O Aláfia Lab atua nas áreas de **(1)** pesquisa, com a produção de conhecimento inovador sobre fenômenos na interface entre política digital e a vida cotidiana; **(2)** compartilhamento de conhecimento com a sociedade civil; **(3)** advocacy, ao impactar as decisões políticas a partir da produção ampliada de conhecimento e de pesquisas aplicadas, e **(4)** media, produzindo cobertura jornalística sobre temas relacionados ao fenômeno da desinformação por meio do *desinformante. O Aláfia Lab é um laboratório digital para a transformação social sediado em Salvador, Bahia.



O *desinformante produz informações confiáveis sobre desinformação, analisando o impacto do fenômeno na sociedade e discutindo as formas de combatê-lo. O projeto também tem como objetivo criar espaços de articulação entre diversos atores sociais engajados na construção de um ambiente digital democrático.



O DATA PRIVACY BRASIL



A Data Privacy Brasil é uma organização que nasce da união entre uma escola e uma associação civil em prol da promoção da cultura de proteção de dados e direitos digitais no Brasil e no mundo.

Fundada em 2018, a Data Privacy Brasil Ensino surge como um espaço para difundir e inovar no conhecimento sobre privacidade e proteção de dados no país. Com conteúdo adaptado para um linguagem mais prática, com exercícios e estudos de caso, esta é uma escola para todos aqueles que se interessam e querem se aprofundar na rica temática da privacidade, proteção de dados e novas tecnologias.

A Associação Data Privacy Brasil de Pesquisa é uma organização da sociedade civil, sem fins lucrativos e suprapartidária, que promove a proteção de dados pessoais e outros direitos fundamentais a partir de uma perspectiva da justiça social e assimetrias de poder.

A partir de 2023, as duas instituições se unem para formar uma única organização, mantendo os mesmos princípios e atividades. Com o apoio de uma equipe multidisciplinar, realizamos formações, eventos, certificações, consultorias, conteúdos multimídia, pesquisas de interesse público e auditorias cívicas para promoção de direitos em uma sociedade datificada marcada por assimetrias e injustiças. Por meio da educação, da sensibilização e da mobilização da sociedade, almejamos uma sociedade democrática onde as tecnologias estejam à serviço da autonomia e dignidade das pessoas.



FICHA TÉCNICA



Ilustração da capa:

Thiago Ilustrado



Projeto Gráfico e diagramação:

Lena Benz e Gabriel Tourinho

COMO CITAR ESTE RELATÓRIO:



Em estudos acadêmicos

CRUZ, M.; SANTOS, N.; CARREIRO, R.; NÓBREGA, L.; AMORIM, Gabriel. **IA no primeiro turno: o que vimos até aqui.** Salvador e São Paulo: Aláfia Lab & Data Privacy Brasil, 2024.

Na imprensa e em outras fontes

Relatório "**IA no primeiro turno: o que vimos até aqui**" de autoria de Matheus S. Cruz, Nina Santos, Rodrigo Carreiro, Lizete Nóbrega e Gabriel Amorim. Publicado pelo Aláfia Lab e Data Privacy Brasil. Outubro de 2024.





REALIZAÇÃO

APOIO

