

Organizações da sociedade civil apoiam novas regras sobre propaganda eleitoral digital em projeto do Novo Código

Nós, organizações reunidas na **Sala de Articulação contra Desinformação (SAD)**, rede especializada no combate à desinformação e a outras ameaças à integridade da informação nos ambientes digitais, vimos, **por meio desta nota, manifestar apoio às atualizações feitas pelo excelentíssimo senador Marcelo Castro**, relator do PLP 112/2021, **no que diz respeito à propaganda eleitoral no ambiente digital**.

A última versão do relatório, apresentada em 11 de junho de 2025 à Comissão de Constituição de Justiça do Senado, trouxe importantes avanços a preocupações consideradas pela SAD em documento lançado em maio¹.

É fundamental destacar, por exemplo, a inclusão, no **art. 605**, de vedação à realização de “concursos, sorteios, apostas ou quaisquer atividades que veiculem premiação a pessoas eleitoras, vinculada direta ou indiretamente a campanha eleitoral ou pré-eleitoral, ou ações comerciais em favor ou contra candidaturas, partidos, federações e coligações”. Este novo inciso é essencial (IV), pois proíbe a realização de aliciamento digital de eleitores e eleitoras, prática que se mostrou bastante danosa ao equilíbrio entre candidaturas no último pleito brasileiro.

Outra questão positiva foi o aperfeiçoamento do **art. 487** que, em versões anteriores do relatório, apresentava redação vaga e sem salvaguardas necessárias para a utilização da inteligência artificial durante a campanha eleitoral. Consideramos que, diante dos desafios impostos pela ascensão da inteligência artificial generativa, ainda que incipiente no pleito municipal de 2024, é essencial que o novo Código, que tem

como objetivo reunir toda a legislação eleitoral e atualizá-la para os nossos dias, preveja a regulamentação do uso dessas tecnologias por candidaturas, assim como vede o uso de conteúdo sintético de voz ou imagem de pessoas vivas ou falecidas (*deep fakes*) por campanhas.

Para a SAD, aperfeiçoamentos realizados no **art. 496** do último relatório também são essenciais. Destacam-se, no parágrafo 5, a previsão de que, em caso de descumprimento da regra que proíbe o impulsionamento de conteúdos por candidaturas que não tenham caráter político-eleitoral, esses materiais deverão ser incluídos na prestação de contas e no teto de gastos, sem prejuízo da apuração de outros ilícitos e abusos. Já o parágrafo 6 trata da proibição de veiculação de propaganda eleitoral impulsionada e campanha de anúncios na internet nas 48 horas anteriores à eleição. Este último ponto é fundamental considerando a rápida capacidade de circulação de desinformação e seus efeitos sobre eleitores e eleitoras.

Assinam (ordem alfabética):

Aláfia Lab
Business and Human Rights Resource
Centre - BHRRC
Conectas Direitos Humanos
FALA - estúdio de impacto
Instituto Democracia em Xequê
Instituto Vladimir Herzog
Intervozes - Coletivo Brasil de
Comunicação Social
Margem - Grupo de Pesquisa em
Democracia e Justiça (UFMG)
Oxfam Brasil
Democracia e Justiça
NetLab UFRJ
Sleeping Giants Brasil

¹ Disponível em:

<https://salacontradesinformacao.com/2025/05/21/novo-codigo-eleitoral-plp-112-2021-contribuicoes-de-organizacoes-da-sad/>.