



# ‘Dona Maria’ não existe e o Direito Eleitoral não sabe como lidar com isso

22/05/2026

Entre janeiro de 2025 e abril de 2026, pesquisa do Observatório IA nas Eleições, iniciativa da Data Privacy Brasil e do Aláfia Lab, identificou 18 avatares políticos gerados por inteligência artificial circulando nas redes brasileiras. Em 61% dos casos, não havia qualquer sinalização de que os conteúdos eram artificiais. Em 78%, os perfis difundiam desinformação sobre políticos e instituições democráticas.

Um desses casos é o da “Dona Maria”, personagem gerada por inteligência artificial que acumulou centenas de vídeos com comentários políticos e críticas a instituições públicas. O perfil chegou ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE) após representação de partidos políticos. A discussão, porém, expõe um problema mais profundo do que a simples circulação de conteúdo falso: o Direito Eleitoral brasileiro ainda não possui categoria suficientemente precisa para descrever esse fenômeno.

O conceito de *deepfake*, hoje dominante no debate público sobre inteligência artificial e eleições, ajuda a explicar parte do problema, mas já não alcança toda a complexidade do que está surgindo nas redes. O *deepfake* tradicional pressupõe uma pessoa real artificialmente manipulada: um candidato dizendo o que nunca disse, uma voz clonada ou um vídeo adulterado digitalmente. O dano costuma estar associado a um conteúdo específico e identificável.

No caso da Dona Maria, a lógica é diferente. Não há pessoa real manipulada. Há uma identidade inteiramente fabricada, construída para operar continuamente no ambiente digital com aparência de autenticidade social. O que circula não é apenas um conteúdo falso sobre alguém existente. É uma personagem artificial que simula espontaneidade política, interação orgânica e presença legítima no debate democrático.

Manifestações dessa natureza exigem categoria própria: o perfil sintético persistente. A persistência é o elemento que altera a dimensão do dano, que deixa de estar associado a um episódio isolado e passa a decorrer de uma presença contínua no ambiente informacional em que a percepção política do eleitor é formada. A questão já não envolve apenas a disseminação de um vídeo falso. Envolve a fabricação gradual de confiança, familiaridade e identificação social em torno de uma identidade inexistente.

É precisamente essa capacidade de participar continuamente da formação da percepção política coletiva que confere ao fenômeno relevância democrática própria. O eleitor não está sendo enganado apenas sobre o que um candidato disse ou deixou de dizer. Está sendo exposto a uma percepção artificial sobre o comportamento, as opiniões e as emoções de outros supostos cidadãos.

**Esse cenário expõe uma limitação importante do modelo regulatório atual**

As resoluções do TSE já exigem que conteúdos sintéticos sejam identificados como produzidos por inteligência artificial e vedam *deepfakes* eleitorais. Análises técnicas conduzidas pelo Observatório IA nas Eleições indicam, contudo, que muitos avatares sintéticos políticos continuavam operando sem identificação explícita de sua natureza artificial.

A dificuldade não está apenas na existência da obrigação regulatória, mas no fato de que a identificação do conteúdo sintético ainda permanece fortemente concentrada na etapa de circulação do conteúdo, e não na própria arquitetura dos sistemas capazes de produzi-lo em escala.

O problema se torna ainda mais evidente nos casos de perfis sintéticos persistentes. Diferentemente de um conteúdo isolado, esses perfis dependem de uma infraestrutura tecnológica contínua de geração, adaptação e circulação de conteúdo sintético em larga escala. Em muitos episódios analisados pelo Observatório, a origem artificial dos conteúdos só pôde ser identificada posteriormente, por meio de análise técnica de inconsistências visuais, falhas de resolução e padrões característicos de geração automatizada.

Esse problema decorre não apenas da sofisticação técnica dos conteúdos, mas também da própria transformação da cadeia eleitoral digital provocada pela inteligência artificial generativa. O centro do problema já não está apenas na circulação do conteúdo artificial, mas também na infraestrutura tecnológica capaz de produzi-lo em escala. Entre o eleitor que recebe o conteúdo artificial e os agentes tradicionalmente envolvidos em sua circulação existem agora novos agentes juridicamente relevantes ligados ao desenvolvimento e à disponibilização dos sistemas capazes de gerar esse tipo de conteúdo.



## Discussão sobre rastreabilidade ganha dimensão central

Quando conteúdos artificiais produzem dano eleitoral, o direito precisa conseguir percorrer o caminho completo da cadeia tecnológico-eleitoral: do usuário que publica o conteúdo aos diferentes agentes que desenvolvem, adaptam e disponibilizam os sistemas utilizados para produzi-lo.

Ferramentas generativas já fazem parte da comunicação contemporânea e possuem aplicações legítimas em campanhas, marketing e produção audiovisual. O problema surge quando sistemas capazes de fabricar autenticidade social em larga escala operam sem mecanismos proporcionais de identificação, rastreabilidade e salvaguardas técnicas.

Parte dessas soluções já começou a surgir. As resoluções do TSE exigem rotulagem de conteúdos sintéticos. Grandes empresas de tecnologia passaram a desenvolver mecanismos de

proveniência digital e padrões técnicos capazes de registrar a origem e o histórico de edição de conteúdos artificiais. Algumas plataformas já restringem o uso eleitoral de sistemas generativos em determinadas hipóteses.

O que ainda falta é deslocar parte relevante dessas obrigações para a própria arquitetura tecnológica dos sistemas e ampliar a capacidade de rastreamento da cadeia tecnológico-eleitoral até os agentes responsáveis pelo desenvolvimento e disponibilização dessas ferramentas.

Essa discussão ganha especial relevância no contexto brasileiro. O país possui hoje uma das regulações eleitorais sobre inteligência artificial mais avançadas do mundo e, ao mesmo tempo, está entre os maiores usuários de inteligência artificial generativa. Isso significa que o país reúne não apenas capacidade institucional para impor obrigações regulatórias, mas também poder de barganha econômico suficiente para exigir adequações relevantes das plataformas e empresas de tecnologia que operam em seu mercado digital.

O surgimento dos perfis sintéticos persistentes indica que a próxima etapa dessa discussão já começou. O desafio não é proibir inteligência artificial na política. É desenvolver mecanismos proporcionais de governança compatíveis com o poder dessas tecnologias de fabricar autenticidade social em escala.

A Dona Maria não existe. As consequências democráticas de sua existência, contudo, já são reais.

---

## Referências

DATA PRIVACY BRASIL; ALÁFIA LAB. Dois em cada três conteúdos políticos gerados por IA circulam sem sinalização, aponta Observatório IA nas Eleições. São Paulo: Data Privacy Brasil, 2026. Disponível [aqui](#).

DATA PRIVACY BRASIL. Avatares sintéticos usados para atacar políticos e instituições democráticas no Brasil. São Paulo: Data Privacy Brasil, 2026. Disponível [aqui](#).

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Resolução nº 23.732, de 27 de fevereiro de 2024. Altera a Res.-TSE nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019, dispondo sobre a propaganda eleitoral. Disponível [aqui](#).

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Resolução nº 23.755, de 26 de fevereiro de 2026. Altera a Resolução nº 23.610/TSE, de 18 de dezembro de 2019, que dispõe sobre propaganda eleitoral. Disponível [aqui](#).

OPENAI. Políticas de uso. San Francisco, 2026. Disponível [aqui](#).

Fonte: <https://conjur.jumps.com.br/2026-mai-22/dona-maria-nao-existe-e-o-direito-eleitoral-ainda-nao-sabe-como-lidar-com-isso/>