

Relatório Estratégico e Jurídico: Viabilidade e Regulamentação do Uso de Automação Interativa (Chatbots) no WhatsApp para Campanhas a Governo de Estado nas Eleições de 2026

1. Introdução e Contextualização do Cenário Digital Eleitoral de 2026

A arquitetura das campanhas eleitorais no Brasil sofreu uma metamorfose profunda na última década, migrando da preponderância televisiva para um ecossistema digital complexo e pulverizado. Para o pleito de 2026, especificamente nas disputas majoritárias para Governos Estaduais, o WhatsApp não figura apenas como uma ferramenta de comunicação acessória, mas como a infraestrutura crítica onde se desenrola a "última milha" da persuasão eleitoral. A onipresença da plataforma na vida cotidiana do eleitorado brasileiro transformou-a no terreno primário de disputa por atenção, legitimidade e mobilização.

No entanto, a utilização dessa ferramenta não ocorre em um vácuo normativo. Pelo contrário, o ambiente regulatório para 2026 é o mais denso e restritivo da história da democracia brasileira. A Justiça Eleitoral, em um esforço contínuo para blindar a integridade do pleito contra a desinformação industrializada e o abuso do poder econômico, ergueu um arcabouço jurídico rigoroso. Este relatório tem como objetivo dissecar, com exaustividade técnica e jurídica, a viabilidade de uma estratégia específica: o uso de **automação de resposta (chatbots) mediante iniciativa do eleitor (inbound marketing)**.

Diferentemente das táticas de "disparo em massa" que marcaram negativamente pleitos anteriores e que hoje são alvo de severa repressão judicial, a estratégia aqui analisada inverte o fluxo da comunicação. Ao invés de a campanha invadir a privacidade do cidadão com mensagens não solicitadas, cria-se uma infraestrutura receptiva, onde a automação serve para acolher, informar e engajar o eleitor que voluntariamente busca o contato. A dúvida central que motiva este estudo — "é permitido ao eleitor salvar o número, enviar uma mensagem e ser respondido por um bot?" — encontra resposta afirmativa na legislação, mas sua execução está condicionada a um labirinto de regras sobre transparência, não-simulação de humanidade, proteção de dados e prestação de contas.

A análise a seguir não se limita a dizer "pode" ou "não pode". Ela explora as nuances de *como* fazer, enfrentando o paradoxo entre a permissividade da legislação eleitoral brasileira e as

políticas restritivas da empresa Meta (proprietária do WhatsApp), bem como as novas fronteiras éticas impostas pela regulamentação da Inteligência Artificial (IA) pela Resolução TSE nº 23.732/2024. O sucesso de uma campanha em 2026 dependerá da capacidade de navegar por essas águas turvas, garantindo uma operação que seja tecnologicamente eficiente, juridicamente blindada e politicamente eficaz.

2. O Arcabouço Legal: Análise da Legislação Eleitoral Atualizada

Para compreender a legalidade da automação receptiva, é imperativo mergulhar nas fontes normativas que regerão o pleito de 2026. A base primária reside na Lei nº 9.504/1997 (Lei das Eleições), mas sua aplicação prática é detalhada pelas resoluções do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), documentos vivos que são atualizados a cada ciclo eleitoral para responder aos avanços tecnológicos.

2.1. A Resolução TSE nº 23.610/2019 e a Permissão da Automação

A Resolução TSE nº 23.610/2019 é a "bíblia" da propaganda eleitoral. Seu texto, consolidado com as alterações trazidas pela Resolução nº 23.732/2024, estabelece as fronteiras do permitido no ambiente digital. O ponto de partida para nossa análise é o reconhecimento de que a internet é, por definição legal, um território de livre manifestação, mas sujeito a regras de transparência e responsabilidade.

A norma central que valida a estratégia proposta encontra-se no Artigo 28 da referida resolução. O dispositivo permite expressamente a propaganda eleitoral em "sítios de mensagens instantâneas e aplicações de internet assemelhadas", impondo, contudo, condições específicas. A redação legal autoriza o uso dessas ferramentas quando o conteúdo é gerado ou editado por candidatos, partidos, federações, coligações ou pessoas naturais, **desde que não contratem disparos em massa de conteúdo.**¹

Esta distinção é a pedra angular da legalidade da operação. O legislador não proibiu a automação em si (o *robô*), mas sim uma técnica específica de distribuição (o *disparo em massa*). A automação de resposta, onde o *gatilho* da interação é o envio de uma mensagem pelo eleitor ("Olá", "Quero conhecer o candidato"), não se enquadra na definição de disparo em massa. Pelo contrário, trata-se de uma gestão automatizada de demanda passiva. O TSE, ao regular a matéria, buscou preservar o direito do eleitor de buscar informações e o direito do candidato de fornecê-las de maneira eficiente, reconhecendo que campanhas majoritárias (como a de Governo de Estado) lidam com volumes de interação impossíveis de serem geridos manualmente.²

2.2. A Vedação à Simulação de Interlocutor Humano (Art. 9º-B)

Se a automação é permitida, a *forma* como ela se apresenta ao eleitor sofreu uma restrição drástica com a atualização normativa de 2024. A Resolução TSE nº 23.732/2024 introduziu o Artigo 9º-B, que representa um divisor de águas na ética da comunicação digital política.

O dispositivo veda explicitamente o uso de chatbots, avatares ou quaisquer ferramentas de inteligência artificial para "simular diálogo com o candidato ou qualquer outra pessoa".⁴ A *mens legis* (espírito da lei) aqui é combater a fraude à percepção da realidade. O Tribunal entende que, quando um eleitor interage com um canal de campanha, ele tem o direito de saber se está dialogando com um ser humano (o candidato ou sua equipe) ou com um algoritmo.

Na prática, isso impõe uma barreira intransponível para estratégias de marketing que tentam "humanizar" o robô ao ponto do engano. Um chatbot que inicia a conversa dizendo "Oi, aqui é o Governador Fulano, vi que você me chamou..." está, à luz da nova regulação, cometendo um ilícito eleitoral grave. Tal conduta pode ser interpretada como disseminação de desinformação sobre a própria natureza da comunicação, atraindo sanções que variam de multas pesadas à cassação do registro de candidatura por abuso dos meios de comunicação.⁶

A conformidade com este artigo exige uma transparência radical. A mensagem de boas-vindas do sistema deve, obrigatoriamente, esclarecer a natureza automatizada do interlocutor. Frases como "Sou a assistente virtual da campanha" ou "Este é um canal automatizado" não são apenas boas práticas de etiqueta digital, são vacinas jurídicas necessárias para a sobrevivência da candidatura.⁷

2.3. Inteligência Artificial e o Dever de Rotulagem

O cenário de 2026 será dominado pela presença da Inteligência Artificial (IA), e o TSE antecipou-se a este fenômeno. Além da proibição de simulação de identidade, a legislação impõe o dever de rotulagem para qualquer conteúdo gerado ou manipulado por IA. Isso se aplica diretamente aos chatbots que utilizam Processamento de Linguagem Natural (PLN) ou IA Generativa (como modelos baseados em GPT) para formular respostas dinâmicas.

Se o chatbot da campanha for capaz de gerar textos originais com base nas perguntas dos eleitores (ao invés de apenas entregar respostas pré-programadas em uma árvore de decisão), cada interação carrega o potencial de ser classificada como "conteúdo sintético". A Resolução determina que o uso de tal tecnologia deve ser informado de maneira "explícita, destacada e acessível".⁴ Omissão nesse aviso pode levar à retirada do ar do canal de comunicação e responsabilização objetiva do candidato pelo conteúdo gerado. Se a IA "alucinar" (inventar fatos) e isso for propagado sem o aviso de que se trata de uma geração artificial, a campanha poderá responder por desinformação, com agravantes severos.⁸

3. A Dicotomia Crítica: Disparo em Massa vs. Automação Reativa

A confusão conceitual entre "disparo em massa" e "automação" é a maior fonte de risco jurídico e paralisia estratégica nas campanhas. É fundamental dissecar esses conceitos sob a ótica da jurisprudência do TSE para garantir que a operação de 2026 permaneça em terreno seguro.

3.1. Anatomia do Ilícito: O Disparo em Massa

O conceito de disparo em massa, vedado pela legislação, não se resume à quantidade de mensagens, mas à *mecânica do envio* e à *ausência de consentimento*. O TSE consolidou o entendimento de que caracteriza disparo em massa o envio automatizado de mensagens para uma multiplicidade de destinatários, utilizando-se de expedientes que desvirtuam o funcionamento normal da aplicação ou que utilizam bases de dados não cedidas voluntariamente pelos titulares para aquela finalidade específica.¹⁰

As práticas que configuram esse ilícito incluem:

- Contratação de empresas que vendem "pacotes de disparos" para bases de dados de terceiros (mailing comprado).
- Uso de softwares que simulam comportamento humano (autoclicks) para enviar a mesma mensagem milhares de vezes, burlando os limites de encaminhamento do WhatsApp.
- Uso de "chips descartáveis" ou números estrangeiros para evitar o rastreamento e o bloqueio.

A proibição visa proteger a isonomia do pleito (visto que tais serviços são caros e difíceis de rastrear na prestação de contas) e a integridade informativa (pois são o principal vetor de Fake News).¹⁰

3.2. A Legitimidade da Automação Reativa (Inbound)

Em contrapartida, a estratégia delineada na consulta do usuário — onde o eleitor salva o número e envia a primeira mensagem — opera sob uma lógica jurídica diametralmente oposta. Aqui, o princípio regente é a **autodeterminação informativa** do cidadão. Quando um eleitor toma a iniciativa de adicionar um contato de campanha e iniciar uma conversa, ele está exercendo um ato de vontade política e de busca por informação.¹

A automação, neste contexto, atua como uma ferramenta de **recepção**. O software não "dispara" contra o eleitor; ele "responde" ao eleitor. Não há surpresa, não há invasão de privacidade e, crucialmente, há consentimento inequívoco (o ato de enviar a mensagem). O TSE, inclusive, utiliza tecnologias similares para seus próprios canais de atendimento ao eleitor, validando implicitamente a tecnologia como meio idôneo de comunicação pública.¹²

A tabela a seguir resume as distinções fundamentais para a orientação da equipe de campanha:

Característica	Disparo em Massa (Proibido)	Automação Reativa (Permitido)
Iniciativa do Contato	Campanha (Ativa)	Eleitor (Passiva/Receptiva)
Base de Dados	Comprada, vazada ou captada sem fim específico	Construída organicamente (opt-in)
Tecnologia de Envio	Softwares de broadcast massivo, múltiplos chips	API oficial ou autoresposta única
Consentimento	Inexistente ou genérico	Explícito e específico (ato de chamar)
Risco Legal	Cassação de mandato, Multa, Inelegibilidade	Baixo (se respeitada a LGPD e Art. 9-B)
Percepção do Eleitor	Spam, invasão, incômodo	Serviço, informação, proximidade

4. O Campo Minado das Plataformas: Políticas da Meta e a Realidade Técnica

Superada a barreira da legislação eleitoral brasileira, a campanha enfrenta um segundo regulador, muitas vezes mais implacável que o próprio TSE: a empresa Meta, controladora do WhatsApp. As políticas de uso da plataforma (Termos de Serviço) possuem força contratual e a empresa detém o "botão nuclear" de banir o número da campanha a qualquer momento, sem necessidade de processo judicial prévio, caso detecte violações.

4.1. WhatsApp Business API: Restrições Políticas

Para implementar um chatbot profissional, capaz de lidar com milhares de eleitores simultaneamente, a solução técnica recomendada é a **WhatsApp Business API**. Diferente do aplicativo que usamos no celular, a API é uma interface de programação que conecta o WhatsApp a softwares de gestão (CRMs).

No entanto, a Meta possui uma política global restritiva quanto ao uso de seus produtos Business para fins políticos. As diretrizes da plataforma estabelecem explicitamente que **partidos políticos, políticos em campanha e candidatos não são elegíveis para o uso da WhatsApp Business Platform (API)**.¹⁴ A empresa justifica essa vedação como medida para evitar abusos e desinformação, permitindo o uso da API apenas para entidades governamentais em serviços de utilidade pública (ex: agendamento de vacinas, informações sobre transporte), mas vedando o proselitismo eleitoral.¹⁶

Isso cria um paradoxo operacional grave para 2026:

1. Para cumprir as regras do TSE de transparência, registro de dados e prestação de contas, a campanha precisaria de ferramentas profissionais (API).
2. Para cumprir as regras da Meta, a campanha é impedida de usar essas ferramentas profissionais para pedir votos.

4.2. As "Zonas Cinzentas" e Soluções de Mercado

Diante desse bloqueio, o mercado de tecnologia política desenvolveu caminhos alternativos, cada um com seus riscos:

- **Provedores de Solução (BSPs) Especializados:** Algumas empresas parceiras da Meta (BSPs) conseguem aprovar contas para políticos focando o uso em "informativos de mandato" ou "biografia", evitando a classificação direta como "campanha eleitoral agressiva". No entanto, o risco de bloqueio permanece se houver denúncias massivas de usuários.¹⁷
- **Automação sobre App (Não-API):** Muitas campanhas recorrem a softwares que automatizam o WhatsApp Web ou o aplicativo Android (simulando toques na tela). Essas ferramentas permitem criar chatbots sem passar pela aprovação da API da Meta. **Alerta de Risco Extremo:** O WhatsApp tem aperfeiçoado seus algoritmos de detecção de comportamento não-humano em contas pessoais/Business App. O uso dessas ferramentas em 2026, com o volume de uma campanha para Governador, tem altíssima probabilidade de resultar no banimento do número ("chip queimado") no meio da campanha, cortando o canal de comunicação com a base.¹¹

4.3. A Nova Política de IA da Meta (Janeiro de 2026)

Um fator novo e crítico para a eleição de 2026 é a atualização dos termos da Business API anunciada pela Meta, com vigência a partir de **15 de janeiro de 2026**. A plataforma passará a proibir ou restringir severamente o uso de "Provedores de IA" terceiros que ofereçam chatbots de propósito geral.¹⁹

Isso significa que a campanha não poderá simplesmente conectar o WhatsApp a um modelo de IA generativa (como o ChatGPT) sem filtros e deixá-lo "conversar" livremente com os eleitores. A Meta exigirá que a funcionalidade principal da conta seja clara e específica. Chatbots que atuam como meras interfaces para IAs generativas de terceiros serão

bloqueados. A estratégia de automação precisará, portanto, ser desenhada como um **fluxo estruturado de atendimento** (com menus, opções claras e IA apenas para suporte pontual), e não como um "amigo virtual" genérico.²¹

5. Proteção de Dados e Privacidade (LGPD) no Contexto Eleitoral

A Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018) aplica-se integralmente às campanhas eleitorais, e sua inobservância pode gerar não apenas multas cíveis, mas também repercussões eleitorais, dada a interface com o abuso de poder econômico (uso indevido de dados).

5.1. O Consentimento como Base Legal

Na estratégia inbound proposta, a base legal para o tratamento dos dados (número de telefone e metadados da interação) é o **consentimento** e o **legítimo interesse**. Quando o eleitor envia a mensagem, ele consente em iniciar a conversa. Todavia, esse consentimento inicial é limitado àquela interação.

Para que a campanha possa enviar mensagens futuras (reengajamento), é necessário coletar um "aceite" explícito adicional. O chatbot deve, em seu fluxo inicial, oferecer a opção: *"Deseja receber novidades da campanha por aqui?"*. O registro desse "Sim" no banco de dados é a apólice de seguro da campanha contra acusações de spam futuro.

5.2. O Direito de Oposição (Opt-out)

Tão importante quanto a entrada é a saída. A resolução do TSE e a LGPD exigem que o eleitor tenha meios fáceis e imediatos de revogar seu consentimento. O chatbot deve ser programado para reconhecer comandos como "SAIR", "PARAR", "DESCADASTRAR" e processá-los instantaneamente, bloqueando o envio de novas mensagens de broadcast para aquele número.²²

Uma falha comum em campanhas é ignorar o pedido de descadastramento. Se um eleitor pede para sair e continua recebendo mensagens, ele se torna um agente de denúncia. Denúncias acumuladas no WhatsApp levam ao banimento do número; denúncias na Justiça Eleitoral podem levar a multas. A automação deve garantir a "higiene" da base de dados em tempo real.

6. Prestação de Contas e Transparência Financeira

A operação de um chatbot envolve recursos financeiros estimados e gastos diretos que

devem ser meticulosamente declarados para evitar a rejeição das contas ou a configuração de "Caixa 2".

6.1. Registro do Ativo Digital

O número de telefone utilizado como canal oficial da campanha deve ser informado no Demonstrativo de Regularidade de Atos Partidários (DRAP) ou no Registro de Candidatura. A omissão de canais digitais oficiais é uma irregularidade que atrai a suspeita de operação clandestina.¹

6.2. Declaração de Custos e Doações

Existem três modelos principais de custeio para essa ferramenta, cada um com sua exigência contábil:

1. **Contratação Direta (SaaS):** A campanha contrata uma empresa de software (plataforma de chatbot) e paga com recursos da conta bancária de campanha (Fundo Eleitoral/Partidário ou Doações). Deve-se emitir Nota Fiscal em nome do CNPJ da campanha. Este é o modelo mais seguro e transparente.
2. **Doação de Pessoa Física:** Um apoiador (pessoa física) pode pagar pelo software e doá-lo à campanha, desde que o valor esteja dentro do seu limite de doação (10% dos rendimentos brutos do ano anterior) e seja emitido recibo eleitoral de doação estimável em dinheiro ou pagamento direto de gasto eleitoral.
3. **Doação de Pessoa Jurídica (Proibida):** É estritamente vedado que uma empresa ceda o software gratuitamente ou pague por ele em nome da campanha. Isso configura financiamento empresarial de campanha, ilícito capaz de cassar o diploma do eleito. Se a ferramenta for "gratuita" (open source), os custos de hospedagem (servidor) e configuração (mão de obra) devem ser contabilizados.²⁴

6.3. Impulsioneamento para Aquisição de Contatos


É crucial notar que, embora o chatbot no WhatsApp seja permitido, é proibido pagar ao WhatsApp para impulsionar mensagens dentro do aplicativo. A legislação permite o impulsionamento de conteúdo apenas em redes sociais, ferramentas de busca e sites. A estratégia legal consiste em usar o impulsionamento no Facebook/Instagram (Meta Ads) com o objetivo "Clique para WhatsApp". O anúncio pago roda no Instagram, e o clique leva o eleitor para o WhatsApp da campanha. Esse fluxo é perfeitamente legal e deve ter os gastos com impulsionamento declarados sob a rubrica correta, identificando a provedora (Facebook Serviços Online do Brasil Ltda).¹

7. Inteligência Estratégica: Construindo a Operação "Bot Legal" 2026

Com base na análise jurídica e técnica, apresentamos um roteiro operacional para a implementação segura do chatbot na campanha para Governo de Estado.

7.1. Arquitetura de Fluxo e Identidade

O design da conversação deve ser orientado pela **regra da não-simulação** (Art. 9º-B).

- **Persona do Bot:** Evite a primeira pessoa ("Eu, o candidato"). Crie uma persona auxiliar, como a "Assistente Digital da Campanha" ou o "Canal de Propostas".
- **Mensagem de Boas-Vindas (Template Seguro):** *"Olá! Seja bem-vindo ao canal oficial do [Nome do Candidato] ao Governo.  Sou a assistente virtual da campanha e estou aqui para te apresentar nossas propostas e agenda. (Aviso: Utilizo automação para te responder mais rápido!). Escolha uma opção abaixo:"*
- **Menu de Navegação:**
 1. Biografias e Valores
 2. Propostas por Tema (Saúde, Segurança, Educação)
 3. Agenda do Candidato
 4. Combate às Fake News (Canal de checagem)
 5. Fazer parte da equipe (Cadastro de voluntários)

7.2. Estratégia de Conteúdo e IA

Se utilizar IA para gerar respostas sobre o plano de governo:

- Alimente a IA *apenas* com o PDF oficial do plano de governo registrado no TSE. Restrinja a "criatividade" do modelo (temperatura baixa) para evitar alucinações.
- Inclua um rodapé automático em respostas geradas: *"Resumo gerado por inteligência artificial com base no Plano de Governo Oficial (Pág. XX)."*⁴

7.3. Plano de Contingência e Mitigação de Riscos

- **Risco de Banimento do Número:** Nunca utilize o número pessoal do candidato. Registre um chip novo específico para a campanha ("Chip da Campanha"). Tenha números de backup aquecidos caso o principal seja suspenso preventivamente pela Meta.
- **Monitoramento de Denúncias:** Acompanhe métricas de bloqueio por usuários. Se muitos usuários bloquearem o bot após a primeira mensagem, a abordagem está intrusiva ou o fluxo está confuso. Ajuste imediatamente para evitar o banimento da conta.
- **Auditoria de Conteúdo:** Mantenha um log (registro) de todas as conversas. Em caso de acusação de disparo em massa ou desinformação, esses logs são a prova judicial de que a interação foi iniciada pelo eleitor e que o conteúdo enviado era verídico.²³

8. Conclusão

A pesquisa exaustiva na legislação eleitoral atualizada (Resoluções TSE nº 23.610/2019 e 23.732/2024) e nas políticas de tecnologia permite afirmar que a utilização de um chatbot de

resposta automatizada no WhatsApp, acionado por iniciativa do eleitor, é uma estratégia **plenamente viável e legal** para a campanha de Governo de Estado em 2026.

Não há impedimento legal para que a campanha automatize o atendimento ao cidadão que busca informações. Pelo contrário, a tecnologia é uma aliada da transparência e da democratização do acesso às propostas. O ilícito reside apenas no envio massivo não solicitado (disparo em massa) e na simulação de humanidade (fraude de identidade).

Para o sucesso da operação, a campanha deve adotar uma postura de **compliance radical**:

1. **Transparência:** Identificar o robô como tal desde a primeira linha.
2. **Passividade:** Atuar exclusivamente mediante provocação do eleitor (inbound) ou consentimento explícito prévio.
3. **Responsabilidade:** Declarar todos os custos e ferramentas na prestação de contas.
4. **Cautela Técnica:** Navegar com cuidado pelas restrições da Meta, evitando o uso político agressivo na API Business e optando por fluxos informativos e de serviço.

Adotando essas salvaguardas, o "Zap do Candidato" poderá ser o principal ativo de mobilização da campanha de 2026, transformando curiosos em eleitores informados e militantes digitais engajados, dentro da mais estrita legalidade.

Referências citadas

1. Saiba quais são as diretrizes para o impulsionamento de conteúdos pela internet — Tribunal Regional Eleitoral de Santa Catarina, acessado em janeiro 12, 2026, <https://www.tre-sc.jus.br/comunicacao/noticias/2024/Agosto/saiba-quais-sao-as-diretrizes-para-o-impulsionamento-de-conteudos-pela-internet>
2. Eleições 2024: confira as novidades para a propaganda eleitoral na ..., acessado em janeiro 12, 2026, <https://www.tre-sc.jus.br/comunicacao/noticias/2024/Marco/eleicoes-2024-confira-as-novidades-para-a-propaganda-eleitoral-na-internet>
3. Propaganda eleitoral: Conheça algumas regras! - Tribunal Regional Eleitoral de Sergipe, acessado em janeiro 12, 2026, <https://www.tre-se.jus.br/comunicacao/noticias/2020/Janeiro/propaganda-eleitoral-conheca-algumas-regras>
4. Confira as novidades da resolução da propaganda sobre o ..., acessado em janeiro 12, 2026, <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2024/Agosto/confira-as-novidades-da-resolucao-da-propaganda-sobre-o-enfrentamento-da-desinformacao>
5. Confira as novidades da resolução da propaganda sobre o enfrentamento da desinformação — Tribunal Regional Eleitoral de Santa Catarina, acessado em janeiro 12, 2026, <https://www.tre-sc.jus.br/comunicacao/noticias/2024/Agosto/confira-as-novidades-da-resolucao-da-propaganda-sobre-o-enfrentamento-da-desinformacao>
6. TSE proíbe uso de inteligência artificial para criar e propagar conteúdos falsos nas

- eleições, acessado em janeiro 12, 2026,
<https://pauseperin.adv.br/noticia/tse-proibe-uso-de-inteligencia-artificial-para-criar-e-propagar-conteu>
7. TSE inova no combate à desinformação com uso de inteligência artificial - YouTube, acessado em janeiro 12, 2026,
<https://www.youtube.com/watch?v=PR-tUlijrXc>
 8. TSE proíbe uso de inteligência artificial para criar e propagar conteúdos falsos nas eleições, acessado em janeiro 12, 2026,
<https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2024/Fevereiro/tse-proibe-uso-de-inteligencia-artificial-para-criar-e-propagar-conteudos-falsos-nas-eleicoes>
 9. Inteligência artificial, eleições e dever de cuidado - JOTA, acessado em janeiro 12, 2026,
<https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/ia-regulacao-democracia/inteligencia-artificial-eleicoes-e-dever-de-cuidado>
 10. WhatsApp quer incluir em norma eleitoral proibição a disparos em massa - Agência Brasil, acessado em janeiro 12, 2026,
<https://agenciabrasil.ebc.com.br/justica/noticia/2019-11/whatsapp-quer-incluir-e-m-norma-eleitoral-proibicao-disparos-em-massa>
 11. WhatsApp obtém vitórias na Justiça contra envio de mensagens em massa - JOTA, acessado em janeiro 12, 2026,
<https://www.jota.info/justica/whatsapp-obtem-vitorias-na-justica-contra-envio-d-e-mensagens-em-massa>
 12. Conheça o 'Tira-Dúvidas no WhatsApp', assistente virtual da Justiça Eleitoral - TRE-SC, acessado em janeiro 12, 2026,
<https://www.tre-sc.jus.br/comunicacao/noticias/2020/Setembro/conheca-o-2018tira-duvidas-no-whatsapp2019-assistente-virtual-da-justica-eleitoral>
 13. Conheça o 'Tira-Dúvidas Eleitoral no WhatsApp', assistente virtual da Justiça Eleitoral - Tribunal Superior Eleitoral, acessado em janeiro 12, 2026,
<https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2020/Setembro/conheca-o-2018tira-duvidas-no-whatsapp2019-assistente-virtual-da-justica-eleitoral>
 14. WABA for Government Agencies | Client Documentation - 360Dialog, acessado em janeiro 12, 2026,
<https://docs.360dialog.com/docs/waba-basics/waba-for-government-agencies>
 15. About WhatsApp and elections | WhatsApp Help Center, acessado em janeiro 12, 2026, <https://faq.whatsapp.com/518562649771533>
 16. Plataforma Whatsapp Business - Loja Serpro, acessado em janeiro 12, 2026,
<https://loja.serpro.gov.br/plataforma-whatsapp-business/product/plataforma-whatsapp-business>
 17. The Ultimate Guide to Using WhatsApp API for Political Outreach - Mtalkz, acessado em janeiro 12, 2026,
<https://mtalkz.com/the-ultimate-guide-to-using-whatsapp-api-for-political-outreach/>
 18. WhatsApp não deve ser usado para marketing político, diz executivo da Meta - JOTA, acessado em janeiro 12, 2026,
<https://www.jota.info/eleicoes/whatsapp-nao-deve-ser-usado-para-marketing-p>

[olítico-diz-executivo-da-meta](#)

19. WhatsApp muda política de API e proíbe chatbots de sobrecarregar a plataforma, acessado em janeiro 12, 2026,
<https://canaltech.com.br/inteligencia-artificial/whatsapp-muda-politica-de-api-e-proibe-chatbots-de-sobrecarregar-a-plataforma/>
20. Meta atualiza política do WhatsApp Business: o que muda (e o que não muda) para quem usa o Z-API?, acessado em janeiro 12, 2026,
<https://www.z-api.io/blog/meta-atualiza-politica-do-whatsapp-business/>
21. O que a proibição de chatbots de uso geral no WhatsApp Business realmente significa?, acessado em janeiro 12, 2026,
<https://gptmaker.ai/proibicao-de-chatbots-no-whatsapp-business/>
22. Conheça as regras para propaganda eleitoral nas redes sociais - Senado Federal, acessado em janeiro 12, 2026,
<https://www12.senado.leg.br/radio/1/noticia/2022/08/15/conheca-as-regras-para-propaganda-eleitoral-nas-redes-sociais>
23. Eleições 2024 WhatsApp - EJE/TSE, acessado em janeiro 12, 2026,
<https://eadeje.tse.jus.br/pluginfile.php/201789/course/section/4567/Cartilha%20WHATSAPP%20-%202024.pdf?time=1727356545386>
24. Prestação de Contas - Eleições 2024 — Tribunal Regional Eleitoral de Goiás, acessado em janeiro 12, 2026,
<https://www.tre-go.jus.br/eleicoes/prestacao-de-contas-eleitorais/prestacao-de-contas-eleicoes-2024>
25. Sistema de Prestação de Contas Eleitorais (SPCE) - Tribunal Superior Eleitoral, acessado em janeiro 12, 2026,
<https://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-2024-content/prestacao-de-contas/sistema-de-prestacao-de-contas-eleitorais-spce>
26. Se Liga: o que não é permitido na propaganda eleitoral na internet?, acessado em janeiro 12, 2026,
<https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2024/Julho/se-liga-o-que-nao-e-permitido-na-propaganda-eleitoral-na-internet>