

ROTULANDO IA

NAS ELEIÇÕES

BOLETIM #03

29 de março a 11 de abril de 2026

Instituto
**DEMOCRACIA
EM XEQUE**



 institutodx.org



Departamento de
Comunicação

PUC-Rio

**PPG
COM**

PUC-Rio

Programa de
Pós-Graduação
em Comunicação

EXPEDIENTE

Rotulando IA nas eleições

Boletim #3 | 29 de março a 11 de abril de 2026.

ESTE RELATÓRIO ESTÁ LICENCIADO SOB A LICENÇA CREATIVE COMMONS CC BY-SA 4.0 BR.

Essa licença permite que outros remixem, adaptem e criem obras derivadas sobre a obra original, inclusive para fins comerciais, contanto que atribuam crédito aos autores corretamente, e que utilizem a mesma licença.

TEXTO DA LICENÇA: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

COMO CITAR ESSE DOCUMENTO:

Alves, Marcelo; Ferreira, Douglas da Silva. Rotulando IA nas eleições. Boletim #3 - 1.29 de março a 11 de abril de 2026. Instituto Democracia em Xequê, 2026.

Equipe do relatório

Marcelo Alves

Douglas da Silva Ferreira



4.015 posts com marcação de IA

PANORAMA¹

No período analisado, o Instituto DX registrou pouco mais de 4 mil publicações com marcações formais de uso de inteligência artificial nas plataformas monitoradas entre 29 de março a 11 de abril deste ano. O Instagram concentrou, de longe, a maior parte desse material, com cerca de 3400 posts. O mesmo padrão se repete nas interações: os conteúdos com marcação de IA somaram aproximadamente 5,5 milhões de interações no conjunto das plataformas, das quais cerca de 5,3 milhões vieram do Instagram.

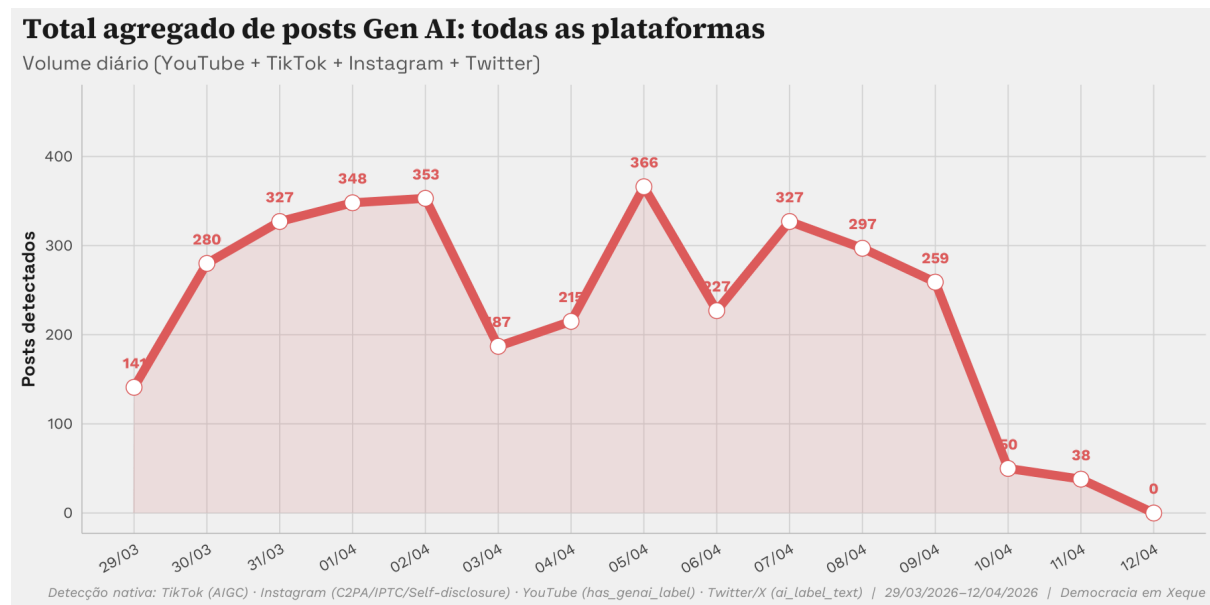
Quanto aos tipos de marcação, predomina com ampla vantagem a identificação de imagens editadas com apoio de IA, sobretudo no Instagram. Na plataforma, esse conjunto supera 2,3 mil publicações, muito acima dos cerca de 635 conteúdos sinalizados como gerados por IA e dos pouco mais de 400 posts autodeclarados pelos próprios perfis. Em termos gerais, o uso de IA identificado neste recorte segue menos associado à produção de conteúdos realistas e mais à criação, edição e reforço estético ou retórico de peças de comunicação política.

Nas quatro plataformas, a IA aparece sobretudo como ferramenta de apoio à construção narrativa dos conteúdos, ainda que com usos distintos. No Instagram, que responde por 3.403 posts do período, predominam as edições pontuais de imagem, enquanto os posts autodeclarados se concentram, em geral, em conteúdos paródicos, humorísticos ou caricaturais. No YouTube, com 301 publicações rotuladas, diminuiu a presença de apresentadores de telejornal gerados por IA entre os conteúdos de maior engajamento, ganhando relevo, nesta quinzena, vídeos que simulam falas de ministros do STF. No TikTok, com 135 publicações, seguem frequentes as peças paródicas ou ilustrativas mobilizadas como recurso retórico de ataque, mas também chama atenção o peso proporcional de publicações institucionais com rótulo de IA. Já no X/Twitter, com 178 publicações, predomina o uso da IA na edição de imagens e na produção de imagens ilustrativas, com presença relevante em publicações de agências de checagem, canais vinculados a

¹ Nesta edição, o X/Twitter passou a integrar o monitoramento; por isso, os números agregados aqui apresentados não são diretamente comparáveis aos do boletim anterior.

universidades e agências de notícias, além de baixa incidência de posts caricaturais ou humorísticos.

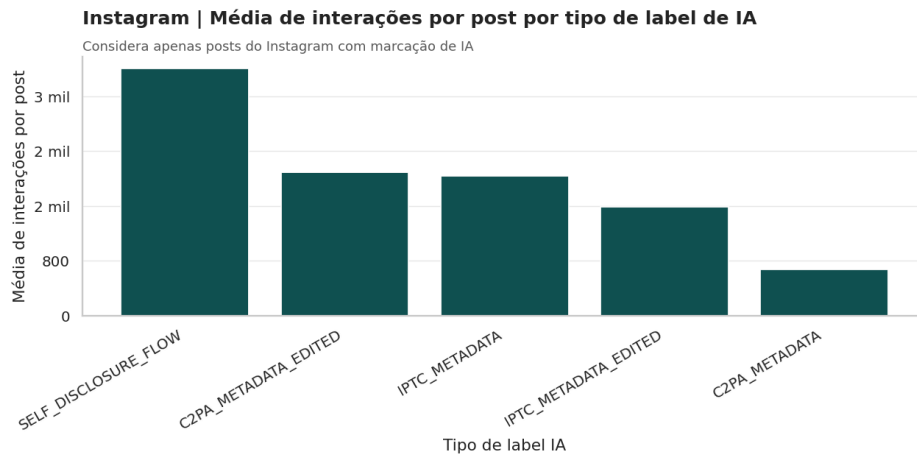
No recorte partidário, PT, MDB, PSD e PL concentram os maiores volumes de posts com marcação de IA no período, todos em uma faixa muito próxima, entre 231 e 248 publicações: são 248 do PT, 238 do MDB, 232 do PSD e 231 do PL. Juntos, esses quatro partidos reúnem 949 posts, o que corresponde a cerca de 45% de todas as publicações com partido identificado na base. Em interações, porém, a distribuição é menos equilibrada: o PSD aparece na dianteira, com 310.019 interações, seguido por PL, com 246.048, e PT, com 153.634. Na sequência, surgem Republicanos e Podemos. Em conjunto, o material do período reforça que a IA generativa tem sido usada menos para fabricar um realismo plenamente convincente e mais para intensificar visualmente mensagens, enquadramentos e disputas narrativas já em circulação.



INSTAGRAM

No Instagram, foram registradas **3.401 publicações** com marcação de uso de IA. Desse total, 1.754 publicações (51,5%) apresentavam o metadado C2PA de edição, indicando que as imagens foram editadas com o auxílio de ferramentas de inteligência artificial. Outras 520 publicações (15,4%) continham o metadado C2PA de geração, enquanto 351 (10,3%) foram autodeclaradas como tendo utilizado IA. Isso reforça uma característica que se repetiu nas últimas edições deste boletim, em que se percebe que o principal uso é para edição de traços pontuais com imagens.

Observa-se que as imagens com rótulo de autodeclaração de uso de IA correspondem, em geral, a conteúdos de caráter paródico, sobretudo de humor ou de viés caricatural, como [esse post](#). Trata-se de um tipo de postagem fortemente concentrado no campo da direita e que, entre as categorias analisadas, apresenta também a maior média de interações por publicação.



Isso reforça o uso diferencial que a direita – e, em nossa amostra, tendo o Partido Liberal como expressão canônica desse padrão – faz das ferramentas de inteligência artificial generativa em relação à esquerda: um recurso mobilizado para produzir peças de propaganda visualmente apelativas, destinadas a reiterar discursos já acionados em sua plataforma política.

PRINCIPAIS PUBLICAÇÕES



1 Partido Liberal | PL22

111 mil interações

<https://www.instagram.com/p/DWv4PTuCk7>

Um vídeo inteiramente produzido com inteligência artificial, que comemora o Domingo de Páscoa. Chama a atenção o volume de imagens distintas, e a variedade de *takes* e variedade de cenas com Jesus e o que supostamente seria o Oriente Médio à sua época.



2 Dona Maria | DN Marias

64 mil interações

<https://www.instagram.com/p/DWwxffLj8jr/>

O perfil, que simula uma senhora negra indignada com acontecimentos polêmicos no Brasil, comenta o caso da expressão “tá de chico”, usada por Neymar e interpretada como machista. O comentário relativiza a gravidade da fala, ironiza sua repercussão internacional em contraste com letras de músicas consideradas mais ofensivas e sugere que a controvérsia decorre menos do conteúdo em si do que de quem a proferiu. Insinua, ainda, que a reação seria diferente se a mesma expressão tivesse sido usada por artistas identificados com pautas progressistas, como Anitta.



3 Jornal O Grito da Liberdade

172 mil interações

<https://www.instagram.com/p/DWpjMttk2F5>

O post apresenta Nikolas Ferreira como crítico da demora de Davi Alcolumbre em pautar a votação do PL da dosimetria. Também associa essa cobrança à possibilidade de instalação da CPI do Banco Master e enquadra o deputado como representante da oposição. Ao longo do texto, defende a revisão de penas ligadas aos atos de 8 de janeiro, cobra mais transparência e critica articulações políticas em Brasília.

YOUTUBE

No YouTube, registraram-se **301 publicações** com marcação de uso de IA. Nesta quinzena, entre as publicações rotuladas que concentraram maior volume de interações, houve menor presença de apresentadores de telejornais gerados por IA, padrão recorrente em relatórios

anteriores. Além do uso já habitual da tecnologia para edições pontuais e para a produção de conteúdos ilustrativos com função retórica ou *thumbnails* chamam atenção os repetidos vídeos que simulam falas de ministros do STF, especialmente André Mendonça e Luiz Fux, acompanhados de numerosos comentários elogiosos de usuários da plataforma. [Em um deles](#), Mendonça é sintetizado criticando outros ministros; [em outro](#), chama os colegas de traidores; e, [em um terceiro](#), afirma temer por sua segurança, mencionando Teori Zavascki.



TIKTOK

No TikTok, foram registradas **135 publicações** com marcações de uso de IA no período. Permanecem frequentes as postagens de caráter paródico ou ilustrativo, utilizadas como recurso retórico para atacar adversários da direita. Nesta semana, por exemplo, na liderança de engajamentos, observa-se um [vídeo publicado por Romeu Zema \(PL-MG\)](#) que ridiculariza a atuação de Alexandre de Moraes no STF, relacionando-o diretamente ao caso Master e insinuando seu envolvimento em casos de corrupção. [Outra publicação](#) associa Lula à mentira, em tom irônico, ao recuperar falas antigas sobre a verdade na campanha contra Bolsonaro.

Ao longo da quinzena, também chama atenção o volume proporcionalmente elevado de publicações institucionais com rótulo de IA feitas pelo Canal Gov, que emplaca diversas postagens entre aquelas com maior volume de interações em nossa base (por exemplo: [1](#), [2](#), [3](#), [4](#), [5](#))



X.COM

No X, considerando a amostra dos últimos 15 dias, foram identificadas **178 publicações** com marcador de IA em nossa base. Entre elas, a de maior engajamento foi [uma postagem](#) que veiculava, em tom de denúncia, um vídeo gerado por inteligência artificial. No vídeo, vê-se um homem agredindo várias mulheres com camisas do PT dentro de uma igreja; ao compartilhá-lo, o autor marca o partido, como se denunciasse um conteúdo que circula em redes da direita. No restante da amostra, o uso da IA segue padrão semelhante ao de outras plataformas: predomina seu emprego na edição de imagens e na produção de imagens ilustrativas, com presença relevante em publicações de agências de checagem, como a Agência Lupa (por exemplo, [1](#); [2](#); [3](#)), e de canais vinculados a universidades, como o Instituto Humanitas Unisinos ([1](#); [2](#); [3](#)), além de agências de notícias (por exemplo, [1](#); [2](#); [3](#)). Nesse contexto, chama atenção a baixa incidência de postagens de caráter caricatural ou humorístico.

Entre políticos profissionais e atores institucionais, destacam-se Deltan Dallagnol e o Canal Gov, ainda que com usos distintos da IA generativa. Dallagnol recorre de modo recorrente a thumbnails produzidas por IA a partir de manchetes reais, inclusive em imagens que simulam capas de jornal, como [nesta publicação](#), enquanto o Canal Gov emprega a ferramenta sobretudo na ilustração de anúncios e na inserção de legendas sobrepostas a fotografias (por exemplo, [1](#); [2](#)).

NOTA METODOLÓGICA

Os dados analisados neste relatório referem-se a publicações de contas presentes na base de dados do Instituto DX. Os conteúdos foram coletados nas plataformas Instagram, YouTube e TikTok. A identificação de possíveis usos de inteligência artificial baseia-se exclusivamente em marcações e metadados disponibilizados pelas próprias plataformas.

No **Instagram**, são consideradas três formas de sinalização: a **autodeclaração do usuário de uso de IA**; **credenciais de procedência do padrão C2PA**, que registram a origem de um arquivo e podem indicar geração ou edição por IA (inclusive quando há registro de modificações posteriores); e **metadados do padrão IPTC**, que também podem indicar conteúdo sintético ou editado. No **YouTube**, são considerados rótulos da própria plataforma que indicam **conteúdo alterado ou sintético**. No **TikTok**, consideram-se rótulos de **conteúdo gerado por IA**, aplicados pelo criador ou automaticamente pela plataforma. O mesmo é feito no **X.com**.

A metodologia registra apenas conteúdos que apresentam essas marcações formais e, portanto, não abrange necessariamente todo conteúdo produzido com IA. Por exemplo, no Instagram, uma imagem gerada por IA que seja capturada por print e repostada pode perder seus metadados de procedência e não ser identificada por este procedimento.