

# ROTULANDO IA

NAS ELEIÇÕES

**BOLETIM #04**

10 a 24 de abril de 2026

Instituto  
**DEMOCRACIA  
EM XEQUE**



 [institutodx.org](http://institutodx.org)



Departamento de  
**Comunicação**

PUC-Rio

**PPG  
COM**

PUC-Rio

Programa de  
Pós-Graduação  
em Comunicação

## EXPEDIENTE

### Rotulando IA nas eleições

Boletim #4 | 10 a 24 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 #4 - 10 a 24 de abril de 2026. Instituto Democracia em Xequê, 2026.

#### Equipe do relatório

Marcelo Alves

Douglas da Silva Ferreira



## 3.314 posts com marcação de IA

### PANORAMA

No período analisado, entre **10 e 24 de abril de 2026**, o **Instituto DX** identificou **3.314 publicações** com marcações formais de uso de inteligência artificial nas plataformas monitoradas. Como nas edições anteriores, o Instagram concentrou a maior parte do conteúdo e das interações, enquanto YouTube, TikTok e X apresentaram volumes menores.

Nesta quinzena, alguns achados indicam deslocamentos importantes em relação ao que vinha sendo observado. No YouTube, o ponto de maior destaque foi a mudança na forma de apresentação de um canal que produz vídeos com juízes do STF: além de sinalizar que os conteúdos são feitos com IA, o canal passou a adotar indicações como “Sátira Política” e “Fictício”. Também voltaram a aparecer apresentadores sintéticos e vídeos que simulam situações jornalísticas ou falas de autoridades, em alguns casos associados à circulação de conteúdos enganosos.

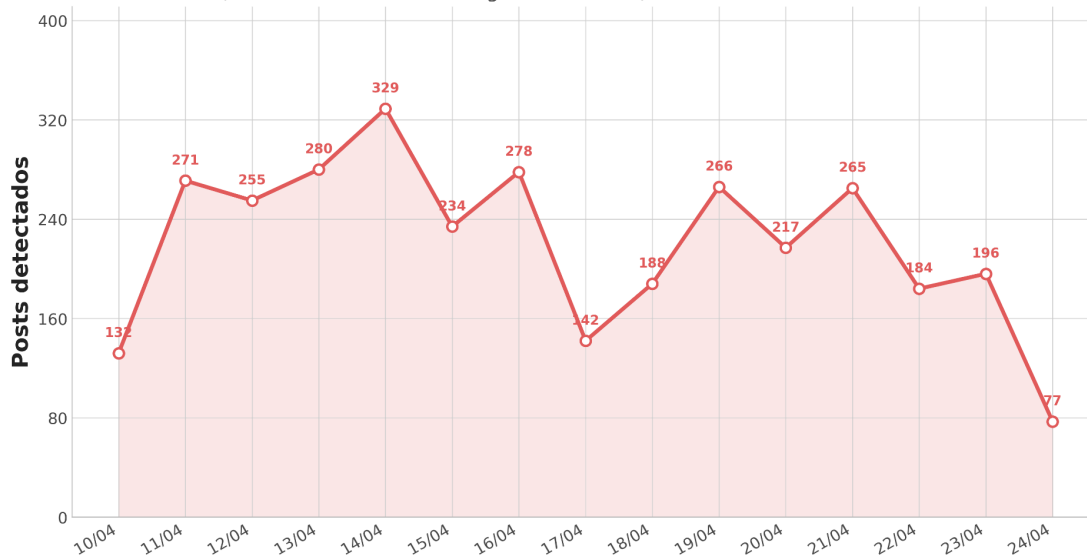
No TikTok, manteve-se a presença de peças paródicas, ilustrativas e institucionais, com destaque para o uso da IA pelo Canal Gov na produção de capas e banners informativos. O principal achado da plataforma, entretanto, foi a identificação de usos em contexto político municipal, em publicações voltadas ao ataque de adversários locais. Essa foi a primeira aparição desse tipo de uso em nossa série histórica de relatórios. Já no X, os conteúdos rotulados permaneceram mais concentrados em imagens editadas, ilustrações, *thumbnails* e textos sobrepostos, com alcance inferior ao observado nas demais plataformas.

No Instagram, por reunir a amostra mais ampla, é possível observar com mais detalhe a distribuição entre postagens veiculadas por integrantes de partidos. Nesse recorte, PT, PSD, MDB e PL aparecem entre os partidos com maior volume de publicações com marcação de IA. Quando os dados são agregados por campo político, a direita concentra a maior parcela de posts e interações, enquanto a esquerda apresenta maior peso relativo de conteúdos marcados como edição por IA. Em conjunto, a quinzena sugere menos uma ruptura com os padrões já observados e mais a consolidação de usos da IA que já vinham sendo identificados nos relatórios anteriores. O recurso aparece sobretudo em retoques de

imagem e na composição visual dos posts, incluindo elementos tipográficos. Em menor volume, especialmente à direita, também é mobilizado na produção de peças satíricas e de conteúdos voltados ao reforço visual de narrativas já presentes no campo político.

## Total agregado de posts Gen AI: todas as plataformas

Volume diário (YouTube + TikTok + Instagram + Twitter)



Deteção nativa: TikTok (AIGC) · Instagram (C2PA/IPTC/Self-disclosure) · YouTube (has\_genai\_label) · Twitter/X (ai\_label\_text) / 10/04/2026-24/04/2026 / Democracia em Xequê

## INSTAGRAM

No Instagram, foram registradas **2.703 publicações** com marcação de uso de IA. Desse total, 1.629 publicações (60,3%) apresentavam o metadado C2PA de edição, indicando que as imagens foram editadas com o auxílio de ferramentas de inteligência artificial, padrão que já se mostra estável em nossos relatórios. Outras 472 publicações (17,5%) continham o metadado C2PA de geração, enquanto 375 publicações (13,9%) foram autodeclaradas como tendo utilizado IA.

Entre os demais possíveis marcadores de IA, o IPTC de edição apareceu em 216 publicações (8,0%), e o IPTC de geração, em apenas 13 publicações (0,5%). Esse dado é relevante porque, até onde se sabe, os modelos de geração de imagem da OpenAI utilizam o marcador C2PA, enquanto modelos da Google declaram em sua documentação o uso de metadados IPTC. Apesar de concentrar um número reduzido de publicações, o grupo identificado com IPTC de geração apresentou a maior média de interações, com cerca de 4 mil interações por post, valor muito superior ao observado entre as publicações com C2PA de geração, cuja média foi de 545 interações. Como exemplos de publicações com esse marcador, podemos citar [esta](#), [esta](#) e [esta](#).

Além disso, ao longo da semana, o PT foi o partido com maior número de publicações com marcação de uso de IA no Instagram, com 234 posts, seguido por PSD (179), MDB (176) e PL (155). No volume de interações, a liderança também ficou com PT e PSD, mas o Podemos passou à terceira posição, substituindo o MDB. Em termos agregados, contudo, a direita

concentrou o maior volume entre os três campos políticos, reunindo 43,6% dos posts e 55,7% das interações. Quanto aos tipos de marcação, os metadados de edição com IA predominaram em todos os campos, sobretudo na esquerda (79,3%), seguida pelo centro (70,7%) e pela direita (64,2%), enquanto os marcadores de geração tiveram peso mais próximo no centro e na direita.

Esse padrão sugere um uso desigual das ferramentas de IA generativa no Instagram. Embora os marcadores de edição predominem de modo geral, a direita se destaca pelo maior volume de publicações e interações e pela presença mais forte de autodeclarações e marcadores de geração. Na amostra analisada, isso aponta para um uso mais explícito da IA como recurso de comunicação política, associado à produção de peças visuais chamativas e à repetição de discursos já consolidados nesse campo político.

## PRINCIPAIS PUBLICAÇÕES



### **1** Romeu Zema (PL-MG)

 137 mil interações

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

O vídeo intercala uma narração de Zema em fundo preto com cenas produzidas em IA. Foi feito em função do feriado de Tiradentes, e compara os elevados impostos que a Coroa Portuguesa impunha ao Brasil Colônia com a situação atual do país, tratando o executivo, o judiciário – e também Vorcaro – por uma corte que se apropria dos tributos de forma abusiva.



## 2 Lulaverso | lulaversoficial

72 mil interações

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

O perfil que concatena uma série de memes envolvendo o presidente Lula, em tom celebratório em relação a pautas da esquerda. No vídeo em questão, inteiramente gerado por IA, vê-se Lula dançando o “passinho do Jamal”, que ganhou popularidade no Instagram e no Tiktok a partir de 2025, e se tornou referência entre os jovens. Sobre o vídeo, observa-se as logos de diversos programas sociais mobilizados pelo Governo.



## 3 DN Maria | dn.marias

47 mil interações

<https://www.instagram.com/p/DXW6ehLDYPm>

O vídeo constrói uma narrativa de que “um dos maiores problemas que o Brasil enfrenta hoje” tem relação com Marcela Temer, ex-primeira dama e esposa de Michel Temer. Segundo a personagem sintética, para mobilizar com celeridade uma investigação de um crime de vazamento de fotos íntimas de Marcela, Temer teria solicitado auxílio de Alexandre de Moraes – então Secretário de Segurança Pública do Estado de SP – que então fora beneficiado, posteriormente, com a vaga de Ministro do STF. Continua afirmando que o que fora um favor pessoal, transformou-se em uma máquina que amordaça o povo.

## YOUTUBE

No YouTube, registrou-se **280 publicações** com marcação de uso de IA. Nesta quinzena, o uso já habitual da tecnologia para edições pontuais e para a produção de conteúdos

ilustrativos com função retórica ou *thumbnails* se manteve. Dentre os achados, o que mais chama a atenção é que um dos canais que produz vídeos de juízes do STF passou a adotar um rótulo indicando que os conteúdos são produzidos por IA; o canal inclusive passou a indicar em seu próprio nome o apêndice “Sátira Política”, e colocar o termo “Fictício” antes dos vídeos, como [nesse exemplo](#).

Na quinzena, ao contrário de outras semanas quando pouco se viu do uso para a produção de sátiras – como é habitual no Instagram ou Tiktok – notou-se algumas publicações, [como essa](#) que simula o Jornal Nacional caso tivesse sido Bolsonaro a comer carne de paca, referindo-se ao episódio envolvendo o presidente Lula; no vídeo, mostra-se o que seria uma abordagem condenatória da cobertura. Além disso, voltou-se a notar a presença de apresentadores sintéticos, cuja ausência fora uma exceção do último relatório. Nesse caso, há a disseminação de peças de desinformação, [como essa](#) que extrai conclusões erradas da revisão de votos de Fux, com sua defesa da absolvição dos réus do 8 de janeiro, [além de outras](#) que fazem correlação entre os episódios de detentos mortos na cadeia com os julgamentos envolvendo a CPMI do INSS.

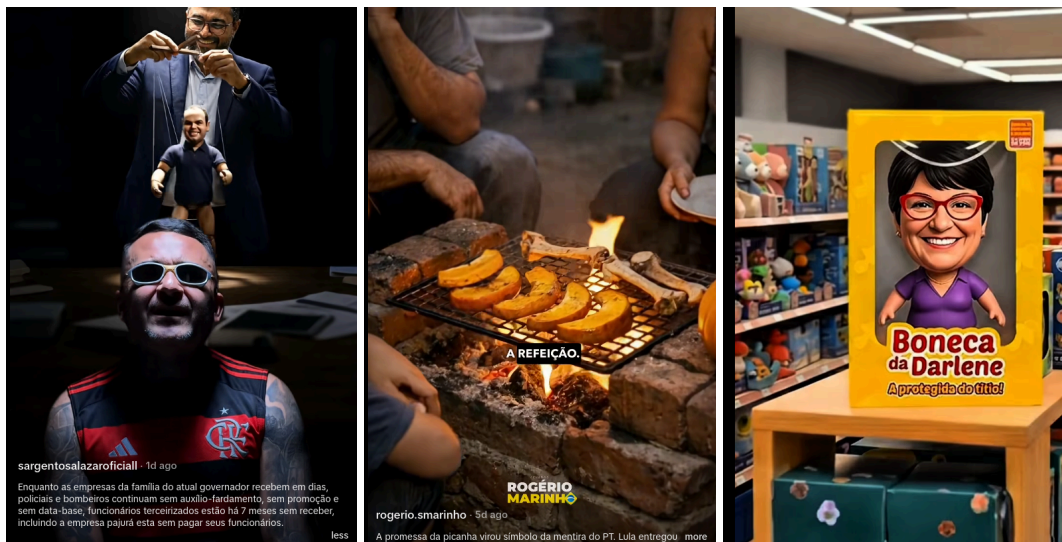


## TIKTOK

No Tik Tok, foram registradas **144 publicações** com marcações de uso de IA no período. O ator a publicar com o maior volume esse tipo de post foi o Canal Gov – com 30 – todos com uso da ferramenta para produção de capas e design de banners informativos. Além disso, permanecem frequentes as postagens de caráter paródico ou ilustrativo, [como essa](#) publicação de Rogério Marinho (PL-RN), que afirma que os brasileiros estão fazendo churrasco de abóbora.

Outros exemplos ilustrativos incluem [uma das publicações com amplo impacto](#) de Sargento Salazar, policial militar e vereador em Manaus, que critica ações tomadas pelo atual governador do Estado do Amazonas, notadamente a falta de pagamento de auxílio fardamento e aos terceirizados. Outra publicação satiriza a prefeita de Rio Grande, no Rio Grande do Sul, simulando uma peça de publicidade de uma boneca que “chora a qualquer momento” e “some”; [a publicação](#) foi realizada também por um vereador da cidade. Os dois casos supracitados

foram as primeiras vezes em nossos relatórios que observamos o uso da ferramenta para atacar adversários políticos na esfera municipal.



## X.COM

No X, considerando a amostra dos últimos 15 dias, foram identificadas **187 publicações** com marcador de IA em nossa base. Ainda predomina o uso da IA na edição de imagens, na produção de imagens ilustrativas, e da produção de textos para sobrepor à imagens dos posts.

Deltan Dallagnol e o Canal Gov ainda se mantêm entre os principais atores vinculados ao cenário político e institucional, com usos semelhantes aos da última quinzena, isto é, a criação de thumbnails produzidas por IA a partir de manchetes reais, e, no caso do Canal Gov, para criação de anúncios e na inserção de legendas sobrepostas a fotografias.

Algumas publicações que apareceram em destaque quanto às interações, incluem [esta](#), que faz uma comparação da aparência de Jair e Flávio Bolsonaro, chamando a semelhança de “capital político”, e [esta que faz um elogio](#) das “tias do zap” e dos “tios do churrasco”. Entretanto, vale notar que o volume de interações das publicações mais bem ranqueadas na plataforma não ultrapassa 6 mil, número bastante inferior à média observada em outras redes. No Instagram, por exemplo, a publicação mais bem colocada soma mais de 1 milhão de interações.



#### 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.