

ROTULANDO IA

NAS ELEIÇÕES

BOLETIM #09

19 de junho a 03 de julho de 2026

Instituto
**DEMOCRACIA
EM XEQUE**



 institutodx.org



Departamento de
Comunicação

PUC-Rio

**PPG
COM**

Programa de
Pós-Graduação
em Comunicação

EXPEDIENTE

Rotulando IA nas eleições

Boletim #9 | 19 de junho a 03 de julho 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 #9 - 19 de junho a 03 de julho de 2026. Instituto Democracia em Xequê, 2026.

Equipe do relatório

Marcelo Alves

Douglas da Silva Ferreira



4.756 posts com marcação de IA

PANORAMA

A base de contas monitoradas pelo Instituto DX reuniu, nesta quinzena, **4.756 publicações** com marcações formais de uso de inteligência artificial. O resultado, referente ao intervalo de **19 de junho a 03 de julho de 2026**, ficou acima do registrado na coleta anterior, quando haviam sido identificados 3.954 posts, o que corresponde a um crescimento aproximado de 20%. No total, foram identificados 2.626 autores distintos, com média de 317 posts diários e pico em 24 de junho, quando a coleta registrou 707 publicações. A circulação, porém, permaneceu concentrada em poucas peças: os dez posts de maior desempenho reuniram 39% das interações, e os vinte primeiros alcançaram 50% do total.

O levantamento manteve uma distribuição bastante desigual entre as plataformas: o Instagram concentrou 3.771 registros, equivalente a 79% da amostra, enquanto YouTube (393), TikTok (309) e X (283) responderam por parcelas menores. Essa assimetria foi ainda mais evidente no volume de interações, já que 97% delas vieram de publicações no Instagram.

A dinâmica observada no Instagram foi marcada menos pela presença de peças inteiramente sintéticas e mais pelo uso de IA em processos de edição. Parte relevante da repercussão esteve associada à Copa do Mundo de Futebol da FIFA, sobretudo em conteúdos humorísticos e de entretenimento sem enquadramento político direto. Ainda assim, a estética esportiva também foi incorporada a publicações de caráter político, aparecendo em pautas mais vinculadas à sociedade civil – como a pauta do feminicídio – mas também à política institucional, como em críticas a adversários e na mobilização de símbolos da Direita. No recorte partidário, o PL teve o maior número de publicações, seguido por PT, PSD e MDB. Nas interações, entretanto, a diferença entre os partidos foi menos marcada, com aproximação entre PL e União Brasil. O principal destaque individual – que colaborou com o quadro geral de alcance do União Brasil – foi uma publicação de ACM Neto (UNIÃO-BA), construída a partir de uma criação com IA para contrapor problemas da Bahia à imagem que governo estadual supostamente fantasiaria a respeito

do estado. Além da Copa, o Caso Master continuou aparecendo como tema de disputa, sendo acionado tanto contra figuras ligadas ao governo Lula quanto contra associados da família Bolsonaro.

Nas demais plataformas, o volume foi menor, mas alguns padrões se mantiveram relevantes. No YouTube, os usos de IA seguiram ligados principalmente à edição de vídeos e à produção de *thumbnails*, ao mesmo tempo em que se consolidou um tipo de peça com formato com tela dividida: na parte superior, falas de atores políticos ou personalidades públicas; na inferior, imagens geradas por IA acompanhadas de efeitos visuais. A amostra também incluiu conteúdos sobre o Caso Master, em formato de conteúdo noticioso e apresentadores sintéticos, além de peças baseadas em infográficos, como uma que trata das vinculações entre Daniel Vercaro e a CazéTV.

No TikTok, houve leve redução no volume de publicações com indicação de IA e baixo desempenho médio em interações. Entre os conteúdos de maior alcance relativo, apareceram publicações do PT sobre o Plano Safra da agricultura familiar e o programa Pé-de-Meia. Também foram identificadas críticas ao partido, publicações sobre a gestão de Tarcísio de Freitas em São Paulo, peças sobre disputas internas na família Bolsonaro – notadamente a partir do vídeo gravado por Michele a respeito de sua relação com Flávio – e o volume já habitual de postagens vinculadas ao Canal Gov.

No X.com, por sua vez, a amostra apresentou maior proporção de conteúdos políticos, embora ainda houvesse muitas publicações ligadas à Copa ou a edições pontuais em imagens e *banners*. Entre os temas de maior circulação esteve a repercussão das vitórias eleitorais da direita na América do Sul, além de uma pesquisa eleitoral antiga – com Flávio Bolsonaro à frente na disputa – republicada sem contextualização temporal. Críticas ao STF, ao governo federal, e ao governo do Rio de Janeiro também foram presentes.



INSTAGRAM

No Instagram, foram identificadas **3.771 publicações** com marcações formais de uso de IA. A maior parte da amostra correspondeu a conteúdos editados com IA, que somaram 1.927 registros (51%). As publicações geradas por IA chegaram a 1.362 posts (36%), enquanto as autodeclarações de uso de IA reuniram 482 ocorrências (13%). Entre os metadados, as marcações C2PA seguiram predominantes, tanto em conteúdos editados quanto gerados, enquanto os registros IPTC tiveram participação minoritária.

Entre as publicações associadas a partidos, o PL registrou o maior volume, com 300 posts, seguido por PT (277), PSD (270) e MDB (267). No engajamento, a liderança do PL foi menos isolada: o partido concentrou 17% das interações entre os conteúdos partidários, próximo do União, com 16%; o PT respondeu por 9%. O post com maior desempenho, porém, foi de ACM Neto (União), com aproximadamente 93 mil interações.

Na plataforma, houve muitas publicações associadas à Copa do Mundo de Futebol da FIFA que, em sua grande maioria, não apresentavam conteúdo político – explícito ou implícito. Em geral, tratavam de publicações cômicas, sobre a partida contra a Noruega, acontecida no dia 05 de julho. A despeito de não constituir o objetivo da análise mobilizada nesse relatório, estas foram as publicações que mais obtiveram alcance e repercussão da amostra (por exemplo, [1](#); [2](#); [3](#); [4](#); [5](#); [6](#); [7](#); [8](#); [9](#)).

Em menor escala – se comparamos com os *memes* sobre a Copa – também houve publicações que se utilizaram, tal qual na última quinzena, da temática de futebol para tecer comentários políticos, vinculados à política institucional ou a pautas da sociedade civil. O caso com maior volume de interações foi uma [publicação de Renan Marassi](#), suplente de Deputado Federal pelo Republicanos do RJ, que tratou de feminicídio, simulando imagens de vítimas desse tipo de crime na torcida dos jogos do Brasil. [Romeu Zema](#) (NOVO-MG) também utilizou do tema para enaltecer Neymar Jr. e criticar adversários.

A coincidência entre o número da camisa de Martinelli, que fez o gol nos últimos minutos da partida entre Brasil e Japão, e o número do Partido Liberal nas urnas eletrônicas – ambos 22 – também foi veiculado em um [post com alcance relativo](#). Entre publicações com menor alcance, o compartilhamento por Trump de um artigo da emissora conservadora Newsmax sobre as eleições no Brasil – que para o texto seria um “teste” – também foi alvo de uma [publicação que usou estética vinculada à Copa](#). O mesmo se passa com repercussão de uma [matéria do Metrôpoles](#) sobre temor dos juízes em serem barrados em estádios da Copa, veiculada por Marcos do Val (AVANTE-ES) com [Trump como árbitro de futebol](#). Diversas outras publicações com a mesma estética apareceram ([1](#); [2](#); [3](#); [4](#)).

Para além das publicações vinculadas à Copa, o Caso Master ainda mobiliza uma série de publicações, em ambos os lados do espectro político. À esquerda, as vinculações de Daniel Vercaro a Flávio Bolsonaro foram exploradas por um [colab envolvendo diversas contas vinculadas ao Partido dos Trabalhadores](#), por meio de uma paródia do seriado Chaves. À direita, [Rodrigo Valadares](#) (PL-SE) ([1](#)) também vinculou Lula a Vercaro, por via de Jaques Wagner.

PRINCIPAIS PUBLICAÇÕES



1 ACM Neto (União-BA)

 111 mil interações

 https://www.instagram.com/p/DaC_2ITxNod

O vídeo consiste em uma série de trechos reais que retratam problemas enfrentados no estado da Bahia. Em seguida, essas cenas são editadas com o uso de inteligência artificial, fazendo com que os problemas originalmente exibidos desapareçam. Na versão “editada”, sugere-se que aquela seria a forma como Jerônimo Rodrigues, governador da Bahia pelo Partido dos Trabalhadores, enxergaria o estado, em contraste com a realidade apresentada nas imagens originais.



2 Renan Marassi e Camara Tem Voz

 86 mil interações

 <https://www.instagram.com/p/DZ3O6LstcdA>

O vídeo mostra inúmeras vítimas de casos famosos de feminicídio no Brasil na torcida dos jogos da Copa do Mundo de Futebol da Fifa. Entre elas, Eliza Samudio, Marielle Franco e outros que foram amplamente noticiados na imprensa.



3 Partido Liberal

82 mil interações

<https://www.instagram.com/p/DaLk2ooQBiu>

A imagem usa a coincidência entre o número da camisa do jogador que fez o gol nos últimos momentos da partida entre Brasil e Japão da Copa do Mundo de Futebol da FIFA, e o número do Partido Liberal que ficara conhecido por ser o número do Bolsonaro na urna eletrônica.

4 Outros Destaques



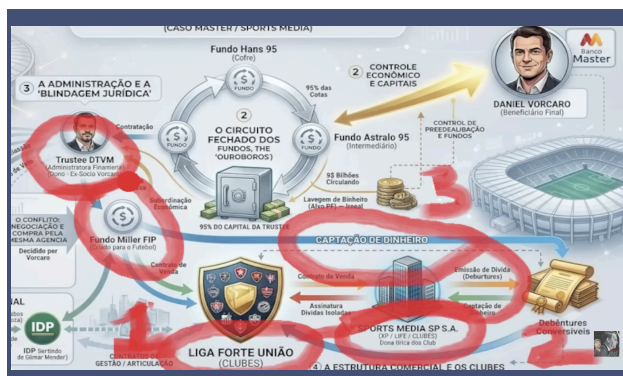
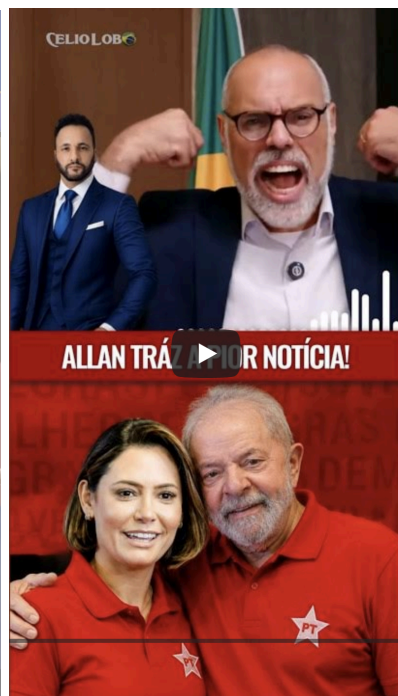
YOUTUBE

No YouTube, foram identificadas **393 publicações** com marcação de uso de IA. Na amostra analisada na quinzena, o uso predominante continuou concentrado na edição de vídeos e na produção de thumbnails, padrão já observado em nossa série histórica. No entanto, também se destaca um formato cada vez mais recorrente, que parece se consolidar como um gênero próprio: vídeos com uma estética bastante específica, marcados pela divisão horizontal da tela. Na parte superior, geralmente aparece a fala de uma personalidade pública ou de um ator político conhecido – como Alan dos Santos e Alexandre Garcia, nos exemplos analisados – enquanto a parte inferior exibe uma imagem gerada por IA, combinada a efeitos visuais adicionados na edição (1; 2; 3).

Nos assuntos tratados na quinzena, ainda restaram [menções](#) ao suposto envolvimento de Jaques Wagner no Caso Master, entendendo sua possível participação como mandatário de Lula. Publicações com caráter noticioso, com capas enganosas e apresentadores sintéticos permanecem na amostra, tipicamente em colaboração entre três canais: [Rota da Notícia](#), [BR Notícias](#) e [BR Brasil Notícias](#), que somados totalizam quase 2 milhões de inscritos. [No vídeo com melhor desempenho da amostra](#), o título insinua que Lula teria morrido. No entanto, ao longo da apresentação conduzida por um telejornalista sintético, essa afirmação passa a ser tratada como figura de linguagem. O conteúdo associa a formulação do título a declarações de Flávio Bolsonaro e a suspeitas de que o governo brasileiro estaria agindo sob coação de facções criminosas, vinculando essa interpretação à recente classificação do PCC e do CV como organizações terroristas. Em seguida, o telejornal passa a apresentar supostas notícias cotidianas, como operações policiais, mantendo o formato de noticiário artificial.

[Um vídeo](#) composto por uma série de infográficos produzidos por IA também alcançou desempenho relativamente expressivo na amostra. O conteúdo tem como argumento central a ideia de que Vercara exerceria controle sobre transmissões futebolísticas no Brasil, associando essa suposta influência à vinculação posterior do banqueiro à CazéTV. [Outro vídeo](#) que critica os auxílios pagos a parlamentares, feito completamente com animações produzidas por IA, também teve alguma expressão.

À esquerda política, um vídeo com temática de copa do mundo, em que [Lula dribla diversos adversários](#) também conseguiu expressivo alcance.



TIKTOK

No TikTok, foram registradas **309 publicações** com indicação de uso de inteligência artificial no período analisado, o que representa uma pequena diminuição em relação à última quinzena. A plataforma segue sendo a mais modesta tanto em termos de uso de IA no contexto político quanto no volume de interações desse tipo de conteúdo, com média de 40 interações por publicação.

Apesar do baixo volume geral de interações, o Partido dos Trabalhadores mobilizou duas das publicações com melhor desempenho relativo no ranqueamento da plataforma (1; 2). A primeira trata do lançamento do Plano Safra voltado à agricultura familiar, enquanto a segunda repercute a redução do abandono no ensino médio associada à implementação do programa Pé-de-Meia. Em ambos os casos, os conteúdos combinam linguagem institucional e recursos audiovisuais sintéticos para valorizar entregas do governo federal.

Entre as contas vinculadas à direita, [Luiz Emanuel Zouain](#), vereador de Vitória (ES) pelo Republicanos, aparece em destaque, com post no qual argumenta que a estratégia discursiva do PT seria descredibilizar iniciativas voltadas à investigação de supostos casos de corrupção

associados ao partido. Segundo a publicação, essa narrativa buscaria deslocar a gravidade das acusações e das responsabilidades, transferindo o foco para os responsáveis por levantar as denúncias e dar visibilidade aos fatos.

À esquerda, [Paulo Fiorilo](#) (PT-SP) também aparece com uma postagem tecendo críticas a gestão de Tarcísio em São Paulo, principalmente a seu programa de privatizações e aumento do preço das tarifas de pedágio; nesse caso, a publicação é sustentada retoricamente por ilustrações produzidas por IA. Uma publicação de [Paulo Teixeira](#) (PT-SP) que trata da disputa interna no campo da extrema-direita, principalmente as lutas intestinas na família Bolsonaro e o último vídeo de Michele a respeito de seu dissenso com Flávio, usa IA para produzir imagens que veiculam à iconografia da série House of the Dragon, da HBO.

O volume elevado de publicações relacionadas ao Governo Federal por meio do Canal Gov manteve-se dentro do padrão habitual.



X.COM

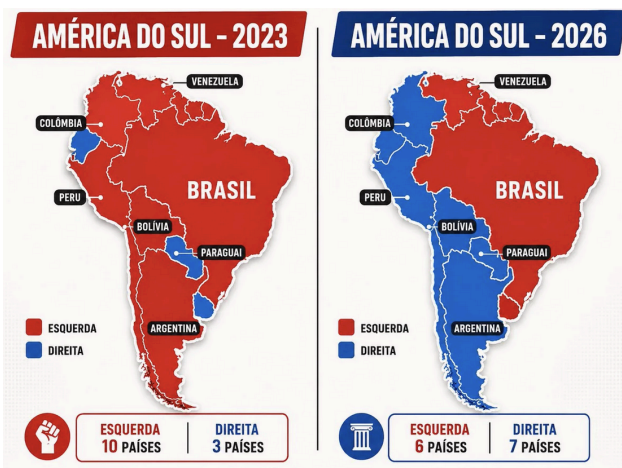
No X, foram identificadas **282 publicações** com marcadores de uso de inteligência artificial na quinzena. A plataforma aparece, na quinzena, como aquela com o maior número relativo de peças com conteúdo político, divergindo um pouco das publicações sobre a copa do mundo.

Na amostra analisada, algumas publicações oriundas de contas associadas à direita alcançaram repercussão considerável. Entre elas, destaca-se uma publicação de [Nikolas Ferreira](#) (PL-MG) que exhibe um mapa da América do Sul codificado por cores conforme o posicionamento político dos chefes do Poder Executivo — à direita ou à esquerda —, sugerindo que o continente estaria “se livrando dos comunistas”. Outra publicação, de [Allan dos Santos](#), repercute um estudo do Instituto Veritá segundo o qual Flávio Bolsonaro apareceria à frente de Lula. A pesquisa, entretanto, havia sido divulgada em abril, informação que não é mencionada

na publicação. [Romeu Zema](#) (NOVO-MG) também faz uma publicação que aproveita o tema da Copa do Mundo de Futebol para defender o impeachment de ministros do STF, e de “Brasil livre do PT”. Outra publicação, do jornalista [Mafinha Barba](#), também teve expressividade na amostra, comentando os últimos acontecimentos envolvendo Bets e o canal CazéTV no youtube, responsabilizando Lula pela investigação da Senacon.

À esquerda, Zeca Dirceu (PT-PR) faz uma publicação que mostra Flávio Bolsonaro com as mãos com as cores da bandeira dos EUA, com a legenda “Absolutamente Traidor”. [Monica Benicio](#) também conseguiu relativo destaque com uma publicação produzida com IA, que ironiza a popularidade do ex-governador do Rio de Janeiro, Cláudio Castro (PL-RJ).

Entretanto, apesar de algumas publicações com relativo alcance, a maior parte das publicações da amostra não tiveram caráter político, e muitas vezes teciam comentários gerais a respeito da Copa do Mundo de Futebol da FIFA, ou a rotulação de IA foi derivada apenas de retoques pontuais em fotos ou produção de banners para posts.



Momentos mais esperados pelo Brasileiro em 2026



Neymar em campo



Impeachment dos intocáveis



Brasil livre do PT



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 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.