

ROTULANDO IA

NAS ELEIÇÕES

BOLETIM #10

03 a 17 de julho 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 #10 | 03 a 17 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 #10 - 03 a 17 de julho de 2026. Instituto Democracia em Xequê, 2026.

Equipe do relatório

Marcelo Alves

Douglas da Silva Ferreira



2.898 posts com marcação de IA

PANORAMA

Entre 3 e 17 de julho de 2026, a base de contas monitoradas pelo **Instituto DX** reuniu **2.898 publicações** com marcações formais de uso de inteligência artificial, uma redução de aproximadamente 39% em relação à quinzena anterior. Foram identificados 1.680 autores distintos, com média de 193 posts diários e pico de 295 registros em 16 de julho. O engajamento permaneceu concentrado: os dez posts de maior desempenho reuniram cerca de 38% das interações, enquanto os vinte primeiros responderam por 51% do total.

O Instagram concentrou 1.986 publicações, equivalente a 69% da amostra, seguido por YouTube (354), TikTok (312) e X (246). A plataforma também respondeu por aproximadamente 96% das 6,8 milhões de interações registradas. Entre os conteúdos identificados no Instagram, 59% correspondiam a materiais editados com IA, 25% a publicações geradas e 16% a autodeclarações de uso da tecnologia.

A Copa do Mundo de Futebol da FIFA continuou presente entre as publicações de maior alcance, sobretudo em peças humorísticas, sem implicações políticas diretas. Já nos conteúdos explicitamente políticos, apareceram manifestações de apoio à pré-candidatura de Flávio Bolsonaro com fotografias e vídeos sintéticos com o pré-candidato e membros da sua família, críticas de Mario Frias (PL-SP) a partes da reforma tributária, e de Romeu Zema à política econômica do governo Lula. Também circularam adaptações de cenas do filme Vingadores, nas quais os chamados “patriotas” ocupavam o lugar dos super-heróis e Lula era representado como antagonista. À esquerda, tiveram destaque memes de Guilherme Cortez (PSOL-SP) sobre a família Bolsonaro e uma publicação de Emídio de Souza (PT-SP) que representava Tarcísio de Freitas colocando ketchup em uma pizza, ironizando o fato de o governador ser carioca.

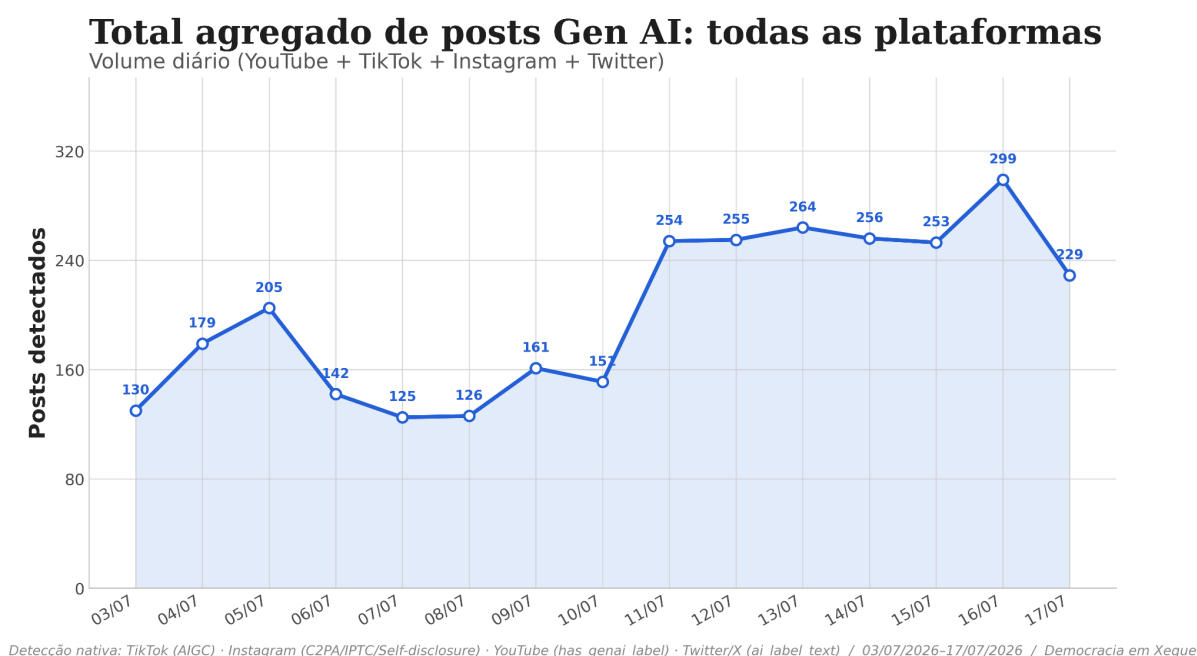
No recorte partidário do Instagram, o PT apresentou o maior volume, com 154 posts, seguido por PL (147), MDB (135) e PSD (128). Nas interações, entretanto, o PL concentrou aproximadamente 35% do total, à frente de PSOL (10%), PT (8%) e PSD (8%). A publicação partidária de maior repercussão foi de Ana Caroline Campagnolo (PL-SC), com cerca de 85

mil interações; também se destacaram conteúdos de Carlos Bolsonaro (PL-RJ) e Mario Frias (PL-SP).

No YouTube, continuaram recorrentes as *thumbnails* produzidas com IA, os vídeos em tela horizontalmente dividida e os telejornais com apresentadores sintéticos. Entre os temas, apareceram insinuações sobre suposta prisão de Lula, possíveis revelações de Flávio Bolsonaro, novamente paródias políticas de Vingadores e também de Shrek, além da retomada da alegação de que Lula teria sido substituído por um sócio após uma cirurgia, repercutidas a partir de uma fala de Cabo Daciolo (MOBILIZA-AM).

No TikTok, poucas publicações utilizaram imagens sintéticas como elemento central de conteúdo político. Os principais destaques estiveram ligados ao Partido dos Trabalhadores, a Luiz Emanuel Zouain (Republicanos-ES) e a Allan Lyra (PL-RJ), principalmente pelo volume de postagens. Entre os conteúdos com maior desempenho em interações apareceram uma peça sobre suposta contradição entre diminuição da pobreza e população em situação de rua no Governo Lula, e um banner da pré-candidatura de Rick Azevedo pelo PSOL.

No X, a Copa dividiu espaço com a repercussão da carta de Jair Bolsonaro divulgada por Flávio, críticas a Kássio Nunes Marques e Alexandre de Moraes e montagens que ironizavam a fotografia de Flávio Bolsonaro com o sicário de Daniel Vorcaro, inserindo no mesmo cenário figuras como Ayrton Senna, Michael Jackson e extraterrestres.



INSTAGRAM

No Instagram, a amostra reuniu 1.986 publicações identificadas por marcações formais de uso de inteligência artificial. Os conteúdos submetidos a algum tipo de edição com IA representaram a maior parcela do conjunto, com 1.172 registros, equivalentes a 59% do total. Outros 497 posts foram classificados como gerados por IA, correspondendo a 25%, enquanto 317 publicações apresentaram autodeclarações de uso da tecnologia, ou 16% da amostra. As credenciais C2PA permaneceram como principal mecanismo de identificação entre os conteúdos editados e gerados, ao passo que os metadados IPTC continuaram aparecendo com menor frequência.

Considerando apenas as publicações vinculadas a partidos, o PT apresentou o maior volume, com 154 posts, seguido de perto pelo PL, com 147. MDB e PSD vieram na sequência, com 135 e 128 publicações, respectivamente. A distribuição das interações, contudo, foi consideravelmente mais concentrada: o PL respondeu por aproximadamente 35% de todo o engajamento dos conteúdos partidários. O PSOL ocupou a segunda posição, com 10%, seguido pelo PT, com 8%, e pelo PSD, com cerca de 8%. A publicação de maior repercussão no período foi feita por [Ana Caroline Campagnolo](#) (PL-SC), e acumulou aproximadamente 85 mil interações.

Notou-se uma forte presença de publicações relacionadas à Copa do Mundo de Futebol da Fifa, em sua maioria com caráter cômico e sem relação explícita com o cenário político brasileiro; quando aparecem com alguma relação à cena nacional, incluindo as eleições vindouras, gira em torno da configuração que foi se construindo nos últimos anos, em que Neymar divide opiniões entre direita e esquerda. No geral, a coleção de posts relacionados à Copa foram os mais engajados. (1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 9; 10; 11; 12). E diferentemente de outras quinzenas, a estética da Copa não mobilizou muitas publicações, com apenas algumas exceções, como as que vinculam a recuperação da esperança no Brasil – perda com sua derrota para Noruega – com a vitória eleitoral de Flávio Bolsonaro (1; 2; 3)

À direita, diversas contas manifestaram apoio à pré-candidatura de Flávio Bolsonaro (PL) (1; 2; 3), incluindo com [deep fakes de vídeos com Flávio e seu pai](#). Algumas publicações criticando políticas realizadas pelo governo Lula conseguiram bom desempenho em volume de interações, incluindo uma de [Mario Frias](#) (PL-SP) e outra de [Romeu Zema](#) (NOVO-MG), tratando de reforma tributária e de política econômica, respectivamente. No primeiro caso, o tema também foi veiculado por outros atores, sob a narrativa de “o governo te rouba antes do dinheiro cair na conta” (1). Também foi identificada na amostra uma tendência de edição de cenas de filmes da franquia Vingadores para a inserção de mensagens de caráter político. Nessas publicações, figuras associadas à [extrema direita junto dos “patriotas” são representadas como equivalentes aos super-heróis](#), enquanto lideranças do PT, incluindo o presidente Lula, são posicionadas no papel de antagonistas. Em algumas variações, o desfecho dos filmes é reinterpretado como um ataque direto a Lula, descrito como o [“maior ladrão da história”](#); em outras, Bolsonaro aparece em cenas de forte apelo emocional, acompanhadas de manifestações de expectativa em relação a uma eventual candidatura de Flávio Bolsonaro. Por fim, alguns utilizaram IA para produção de cenas para autopromoção de

suas pré-candidaturas, incluindo a fabricação de vídeos sintéticos com imagens de [ministros do STF na cadeia](#).

À esquerda, [Guilherme Cortez](#) (PSOL-SP) conseguiu um dos melhores volumes de interações com uma publicação que repercute uma série de memes sobre a família Bolsonaro, estabelecendo relações entre Flávio Bolsonaro e as tarifas impostas ao Brasil pelo Governo Trump. Emídio de Souza (PT-SP) também teve desempenho com uma publicação que veicula imagens fabricadas por IA, como uma que mostra [Tarcísio de Freitas colocando ketchup em uma pizza](#), referindo-se ao fato de o governador ser carioca.

PRINCIPAIS PUBLICAÇÕES



1 Carlos Bolsonaro (PL-RJ)

 64 mil interações

 <https://www.instagram.com/p/DaYN0XXhQ4D>

Uma imagem gerada por IA com Carlos Bolsonaro em frente a seu pai, Jair Bolsonaro. Na legenda, há afirmações da inocência de seu pai, além de texto melancólico e sentimental sobre momentos do passado que teria passado ao lado do ex-presidente, e insinuações quanto aos sofrimentos que estaria passando.



2 Mario Frias

 46 mil interações

 <https://www.instagram.com/p/DavTcOljom2>

A imagem produzida por IA é a primeira de um carrossel que critica o sistema split payment que será usado para recolher IBS e CBS no Brasil. Na sequência, afirma que o Estado passa a tratar o empresário como sonegador, e que impactará o caixa das empresas ao inverter a lógica de recolhimento de impostos, uma vez que o dinheiro iria automaticamente para o governo.



3 Ana Caroline Campagnolo

85 mil interações

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

A publicação consiste em uma sequência de imagens em que a Deputada Estadual fala de sua trajetória de vida enquanto profissional e mulher de direita, e usa a IA para uma série de montagens como o exemplo ao lado.

4 Outros Destaques



YOUTUBE

No YouTube, foram identificadas **354 publicações** na quinzena. Observou-se com frequência o uso da inteligência artificial para geração de *thumbnails*, edições pontuais em vídeos e imagens ilustrativas.

Entre os usos que excedem esses usos já habituais, houve a confirmação de uma tendência notada no último relatório de vídeos, como os produzidos por Célio Lobo (1; 2), em que se tem trechos recortados de falas de outras personalidades na parte superior do vídeo, com imagens geradas por IA na parte inferior, tipicamente em formato de *shorts*.

Na amostra, verificou-se a presença de telejornais com apresentadores sintéticos. Os temas são diversos, sempre noticiosos e ambíguos. Há a insinuação de que [Lula teria sido preso](#), de que [Flávio teria revelado algo que prejudicou](#) muito a campanha do adversário, ou que [Lula e seu filho teriam sido mandantes de algum crime](#), que teria sido revelado por André Mendonça.

Na coleção atual, verificou-se uma presença maior que a média de paródias produzidas com auxílio da tecnologia, principalmente aquela relacionada a filmes *blockbusters* como Vingadores e [Shrek](#). Particularmente em relação ao primeiro, houve uma série de publicações, mobilizadas por atores alinhados à direita, [que atacam Lula](#) ou que [celebram o governo de Jair Bolsonaro](#), utilizando a mesma cena do filme, e [outra que equaliza os “patriotas” aos super-heróis](#) do filme e Lula ao vilão da trama. [Uma compilação de memes](#) produzidos com IA que atacam Lula e o PT também foi encontrada.

Outros vídeos também conseguiram alguma repercussão, que apesar de terem usado apenas como meio para geração de thumbnails, veicularam peças – mesmo que indiretamente, citando terceiros – já tratadas em outros momentos como desinformativas por inúmeras fontes, como a [substituição de Lula por um sósia](#) durante sua cirurgia de quadril.

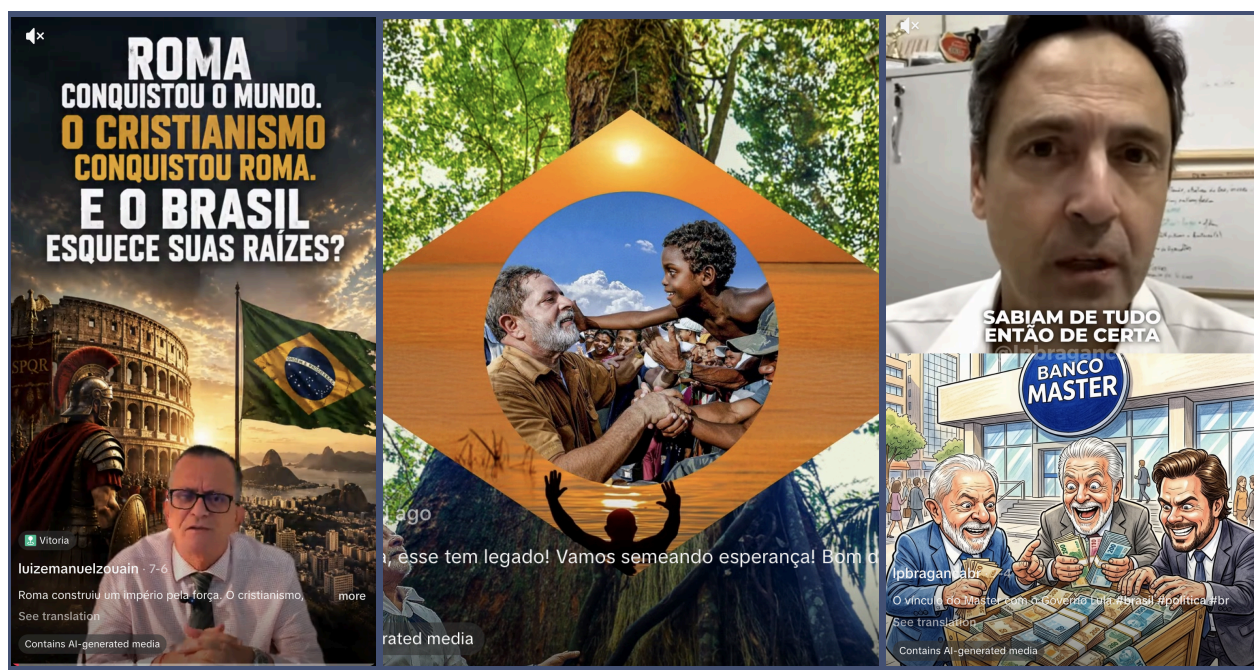


TIKTOK

No TikTok, foram registradas **312** publicações na quinzena. Foram poucas as publicações que, de fato, mobilizaram imagens ou vídeos sintéticos como elemento central da peça e que, ao mesmo tempo, tivessem importância política. Pode-se constatar alguns atores que

obtiveram destaque na amostra, como o Partido dos Trabalhadores (1; 2; 3; 4; 5), o vereador de Vitória (ES), Luiz Emanuel Zouain (1; 2; 3; 4; 5) e o vereador de Niterói, Allan Lyra (PL-RJ) (1; 2; 3; 4; 5). Esses destaques, entretanto, são importantes mais pelo grande volume de publicações das respectivas contas que por alguma expressividade em alcance ou interações de publicações específicas.

Quanto aos posts com maior destaque, registrou-se um, com aproximadamente 100 interações, que trata de supostas contradições entre os dados oficiais divulgados pelo governo Lula quanto à pobreza e o [aumento do número de moradores de rua no Brasil](#); nesse caso, entretanto, apenas a capa do vídeo é produzida com IA. Outro, com pouco mais de 300, foi um [banner da pré-candidatura de Rick Azevedo](#) a deputado federal do RJ pelo PSOL.



X.COM

No X, foram identificadas **246 publicações** com marcadores de uso de inteligência artificial na quinzena. Na amostra da quinzena, inúmeras publicações rotuladas continuaram a tematizar a Copa, algumas com implicações políticas diretas – como celebrações do jogador Neymar, contrapondo às falas de Lula – e outras sem (1; 2; 3; 4; 5).

A carta escrita por Jair Bolsonaro, e divulgada por Flávio, repercutiu tanto à direita (1; 2) quanto à esquerda, no último caso [em forma de deboche](#). Perfis à direita também ironizaram, afirmando que [ler carta, hoje, é crime](#).

Entre os perfis de políticos profissionais, [Romeu Zema](#) (NOVO-MG) obteve relativo alcance com uma publicação que também foi feita em outras plataformas, e que trata das políticas econômicas dos governos PT, e defendidas por seus partidários.

Houve críticas a dois dos ministros do STF, notadamente Kássio Nunes Marques e Alexandre de Moraes. [No primeiro caso](#), Kássio é interpretado como Cavalo de Troia de Ciro Nogueira para o Brasil, demonstrando decepção com a atuação do ministro, indicado ainda na

gestão de Jair Bolsonaro. [A segunda](#) relembra, apontando-o como César, do contrato da mulher do ministro com o Banco Master; o ministro também é chamado de torturador.

Uma série de publicações foi responsável por ironizar a fotografia de Flávio com o Sicário de Vorcaro, uma vez que a narrativa do pré-candidato foi a de tratar a peça como uma imagem manipulada por inteligência artificial. Nesse sentido, diversos perfis passaram a produzir imagens, no mesmo cenário, mas com figuras absurdas, como Ayrton Senna, extraterrestres, Michael Jackson, etc. ([1](#); [2](#); [3](#); [4](#); [5](#))

A decisão – já revista – por Trump, de que cobraria pedágio no Estreito de Ormuz também foi tema de [uma publicação](#).





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.