

# ROTULANDO IA

NAS ELEIÇÕES

## BOLETIM #12

1º a 14 de agosto 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 #12 | 1º a 14 de agosto 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 #12 - 1º a 14 de agosto de 2026. Instituto Democracia em Xequre, 2026.

#### Equipe do relatório

Marcelo Alves

Douglas da Silva Ferreira





## 8.122 posts com marcação de IA

### PANORAMA

No período de 1º a 14 de agosto de 2026, foram identificadas **8.122 publicações** com marcações formais relacionadas ao uso de inteligência artificial, que somaram aproximadamente 10 milhões de interações. O Instagram concentrou 6.872 registros, seguido pelo YouTube (516), TikTok (392) e X (342). A diferença também apareceu no engajamento médio: o Instagram registrou cerca de 1.386 interações por publicação, à frente do YouTube (469), X (256) e TikTok (55).

Considerando conjuntamente as quatro plataformas, foram identificadas 5.648 publicações associadas a partidos. O PL apresentou o maior volume, com 715 posts, seguido por PT (578), MDB (572), PSD (559), Republicanos (510), União Brasil (454) e PP (436). O PL também concentrou a maior parcela das interações, com aproximadamente 16%, seguido pelo PT (15%), União Brasil (11%), MDB (8%), PSD (8%) e Republicanos (7%). Entre partidos com menor volume de publicações, PSOL e NOVO apresentaram médias de interação comparativamente elevadas, com cerca de 2 mil e 1,5 mil interações por post, respectivamente.

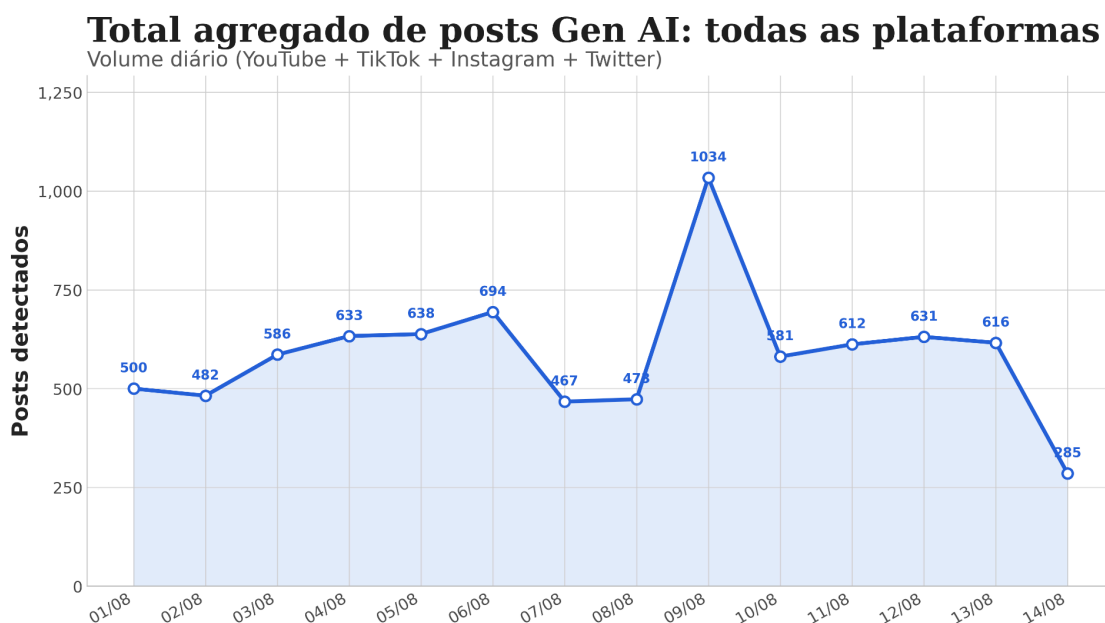
Entre as narrativas identificadas na quinzena, a direita mobilizou de forma recorrente o suposto envolvimento de Lula e de seu filho Fábio Luís Lula da Silva no caso dos desvios do INSS, narrativa que apareceu no Instagram e no TikTok, inclusive em publicação do PL. Nesses casos, foram identificados tanto vídeos gerados por IA quanto imagens sintéticas de caráter ilustrativo. Também circularam conteúdos que retomavam a Covid-19, especialmente o silêncio de Anthony Fauci em depoimento ao Congresso dos Estados Unidos e o arquivamento, pelo STF, de uma notícia-crime contra Jair Bolsonaro relacionada à CPI da Covid. A narrativa foi acompanhada por uma série de imagens fabricadas com IA, usadas sobretudo para ironizar a atuação da mídia, do governo e das autoridades sanitárias durante a pandemia. Outra narrativa com presença em mais de uma plataforma partiu das declarações de Janja sobre uma possível interrupção do Discord no Brasil. No Instagram, Romeu Zema mobilizou um carrossel de imagens sintéticas para ironizar a

primeira-dama; no X, voltou ao tema em uma publicação que comparava o Brasil a países onde a plataforma teria sido bloqueada.

A candidatura de Flávio Bolsonaro também atravessou diferentes plataformas e assumiu formatos variados. À direita, apareceu no YouTube em um *jingle* não oficial acompanhado por um vídeo em que o candidato é representado como piloto de caça. À esquerda, sua campanha foi associada a Donald Trump e a uma posição de submissão aos Estados Unidos, enquanto a própria identidade visual da candidatura foi apropriada em peças que destacavam elementos gráficos para vinculá-lo a Daniel Vercaro, através da letra “V” que compõem ambos os nomes. Também apareceram peças que o representavam como Pinóquio, pelo episódio em que divulgara uma formação que não teria concluído, ou ao lado de Javier Milei no Titanic, em referência à perda de popularidade dos dois.

À esquerda, outras narrativas recorreram principalmente a vídeos sintéticos, montagens e peças cômicas. Entre elas, apareceu um vídeo em que Putin, Xi Jinping e Lula golpeiam Javier Milei vestido de palhaço, uma peça sobre a reciprocidade às tarifas de Trump e, no YouTube, um vídeo em que Trump é carregado em uma charrete por Javier Milei enquanto é chicoteado, acompanhado da legenda sobreposta “O laranjão quer em 2027 o Tarifrávio junto”, associando Flávio Bolsonaro à relação entre Milei e Trump.

Por fim, também foram identificados usos diretamente voltados à apresentação eleitoral de candidaturas. Ciro Gomes se destacou no TikTok por concentrar três das publicações geradas por IA de maior engajamento entre as contas de políticos profissionais, todas relacionadas à sua candidatura. Diferentes candidatos e contas partidárias também recorreram a animações e imagens sintéticas para anunciar candidaturas, apresentar trajetórias políticas e declarar apoios. No YouTube, parte desses usos conviveu com aplicações mais pontuais da tecnologia, sobretudo em *thumbnails*, capas e edições. Entre os formatos recorrentes com apresentadores sintéticos, houve ainda uma ligeira inovação em relação às quinzenas anteriores, com alguns vídeos passando a adotar uma estética mais próxima de programas de talk show, e não apenas de telejornais.



Deteção nativa: TikTok (AIGC) · Instagram (C2PA/IPTC/Self-disclosure) · YouTube (has\_genai\_label) · Twitter/X (ai\_label\_text) / 01/08/2026-14/08/2026 / Democracia em Xequê

## INSTAGRAM

No Instagram, foram identificadas 6.872 publicações com marcações formais relacionadas ao uso de inteligência artificial. As publicações editadas com auxílio da tecnologia permaneceram como a maior parcela da amostra, com 3.489 registros, equivalentes a 51% do total. Outros 2.676 posts foram classificados como gerados por IA, representando 39%, enquanto as 707 publicações restantes, cerca de 10%, foram identificadas por autodeclarações de uso da tecnologia. As credenciais C2PA continuaram sendo o mecanismo mais recorrente entre os conteúdos editados e gerados, enquanto os metadados IPTC apareceram em proporção consideravelmente menor.

Entre as publicações associadas a partidos, o PL apresentou o maior volume, com 601 posts, seguido pelo PT, com 552. MDB e PSD apareceram na sequência, com 541 e 508 publicações, respectivamente. No engajamento, o PL também ocupou a primeira posição, concentrando aproximadamente 16% das interações obtidas pelos conteúdos partidários, enquanto o PT respondeu por cerca de 15%. O União Brasil apareceu em terceiro lugar, com aproximadamente 11%, seguido pelo PSD, com 8%, e pelo Republicanos, com 7%. A publicação de maior repercussão no período foi feita pelo perfil Esquerda Verde, somando cerca de 235 mil interações. Nesse caso, o conteúdo foi classificado como gerado por IA e consistia em uma peça de divulgação de [políticas públicas criadas ou fortalecidas durante os governos de Luiz Inácio Lula da Silva](#).

Um tema recorrente na amostra foi a repercussão do depoimento de Anthony Fauci ao Congresso norte-americano, em que o imunologista optou por se manter em silêncio. Uma série de publicações fabricadas com IA com viés ilustrativo foi mobilizada, principalmente para ironizar a postura da mídia e do governo sobre a Covid, indicando uma suposta reviravolta no entendimento da pandemia e das medidas sanitárias, que favoreceria as concepções da extrema-direita à época ([1](#); [2](#); [3](#); [4](#); [5](#); [6](#); [7](#); [8](#)); diversos posts são mobilizados por candidatos do pleito atual. Algo semelhante se dá com o [arquivamento pelo STF da notícia-crime contra Jair Bolsonaro sobre a CPI da Covid](#).

À direita, diversas publicações vinculadas a partidos ou políticos eleitos trataram do tema do suposto envolvimento entre o presidente Lula e o atual escândalo envolvendo desvio de verbas do INSS através de seu filho, Fábio Luís Lula da Silva ([1](#); [2](#)). Alguns assuntos que tangenciam o debate político também foram alvo de peças criadas com IA, como a reclamação de [Bruno Gagliasso quanto ao horário de fechamento de uma das lojas do McDonalds](#), e a [suposta contradição com a defesa pública do fim da escala 6x1](#). Janja também foi alvo carrossel com diversas imagens fabricadas por suas [declarações públicas sobre interromper o funcionamento da plataforma Discord](#) no Brasil.

À esquerda, algumas publicações singulares obtiveram destaque na amostra. Dentre estas, um vídeo em que [Vladimir Putin, Xi Jinping e Lula golpeiam Javier Milei vestido de palhaço](#), uma peça cômica sobre o início do [processo de reciprocidade em relação às tarifas impostas por Trump](#), e outra sobre [as relações de Flávio Bolsonaro com Trump, tratada como de submissão](#). Uma [música sobre a família Bolsonaro](#), ressaltando as conexões com figuras envolvidas em casos de corrupção também obteve alcance relativo. O mesmo tipo de conexão é desenvolvido em um vídeo sobre o [“grupo seletor” que teria frequentado a casa de Willer](#)

Tomaz. Algumas publicações menos engajadas também usaram IA para produção de vídeos, como um que relaciona a decadência da popularidade de Milei e Flávio Bolsonaro em cenário do Titanic, e Flávio Bolsonaro como Pinóquio (1; 2)

Diversos candidatos e contas partidárias, tanto da esquerda quanto da direita, fizeram animações e imagens para anunciar suas candidaturas, comunicar suas trajetórias e declarar apoios (por exemplo, 1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8).

## PRINCIPAIS PUBLICAÇÕES



### 1 Esquerda Verde

271 mil interações

<https://www.instagram.com/p/DbvZy35xn5F>

Imagem gerada com IA com uma série de programas sociais mobilizados por Lula durante seus 3 mandatos. A publicação é uma colaboração entre Esquerda Verde, Pedro Machado e Deyvid Bacelar (PT-BA)



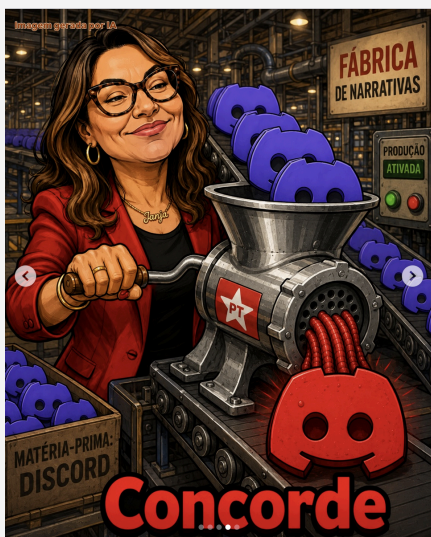
### 2 Nikolas Ferreira Fanpage (nikolasferreiras2)

100 mil interações

<https://www.instagram.com/p/Db4GTTtA3rO>

A legenda trata da velocidade de crescimento de votos entre as primeiras e as últimas candidaturas do deputado. Nos comentários, é possível ver pessoas afirmando que a conta parou de ser seguida espontaneamente.





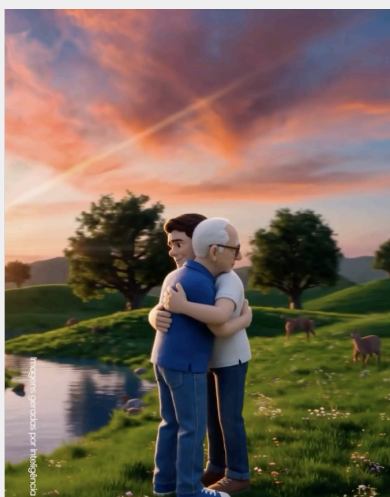
### 3 Romeu Zema (NOVO-MG)

54 mil interações

<https://www.instagram.com/p/Db8qkWJFdWk>

A publicação consiste em um carrossel com uma série de imagens sintéticas ironizando a fala de Janja sobre banir a plataforma Discord no Brasil.

### 4 Outros Destaques



## YOUTUBE

No YouTube, foram identificadas 516 publicações. Entre os conteúdos classificados por campo político, a direita concentrou 375 posts, a esquerda 81 e o centro 21. O centro apresentou, com ampla diferença, a maior média de interações, com cerca de 3.577 por publicação, seguido pela direita, com 390, e pela esquerda, com 161 interações por post.

A maioria dos posts não apresenta conteúdo político explícito ou faz apenas um uso pontual da tecnologia, principalmente na produção de *thumbnails* e capas para os vídeos. Entre os formatos recorrentes — já identificados em diversos relatórios da série —, houve algumas variações nos vídeos que simulam apresentadores de telejornais. Nesta quinzena, parte dessas produções passou a adotar uma estética [mais próxima de programas de talk show](#), ampliando um formato que até então aparecia sobretudo associado a noticiários.

À direita, os posts com maior destaque foram um vídeo com um *jingle* não oficial para a campanha de Flávio Bolsonaro, que acompanha um vídeo em que o [candidato se apresenta como um piloto de caça](#), e outro em que [Alexandre de Moraes é retratado ao som de uma música que enfatiza, em tom de exaltação, o seu próprio poder](#) com referências da música *pop*.

À esquerda, um vídeo em que [Donald Trump é carregado em uma charrete por Javier Milei](#) enquanto é chicoteado acompanha a legenda sobreposta “O laranjão quer em 2027 o Tariflávio junto”, e outro em que [políticos da extrema-direita se queixam ao serem apresentados a uma carteira de trabalho](#) foram os principais destaques.





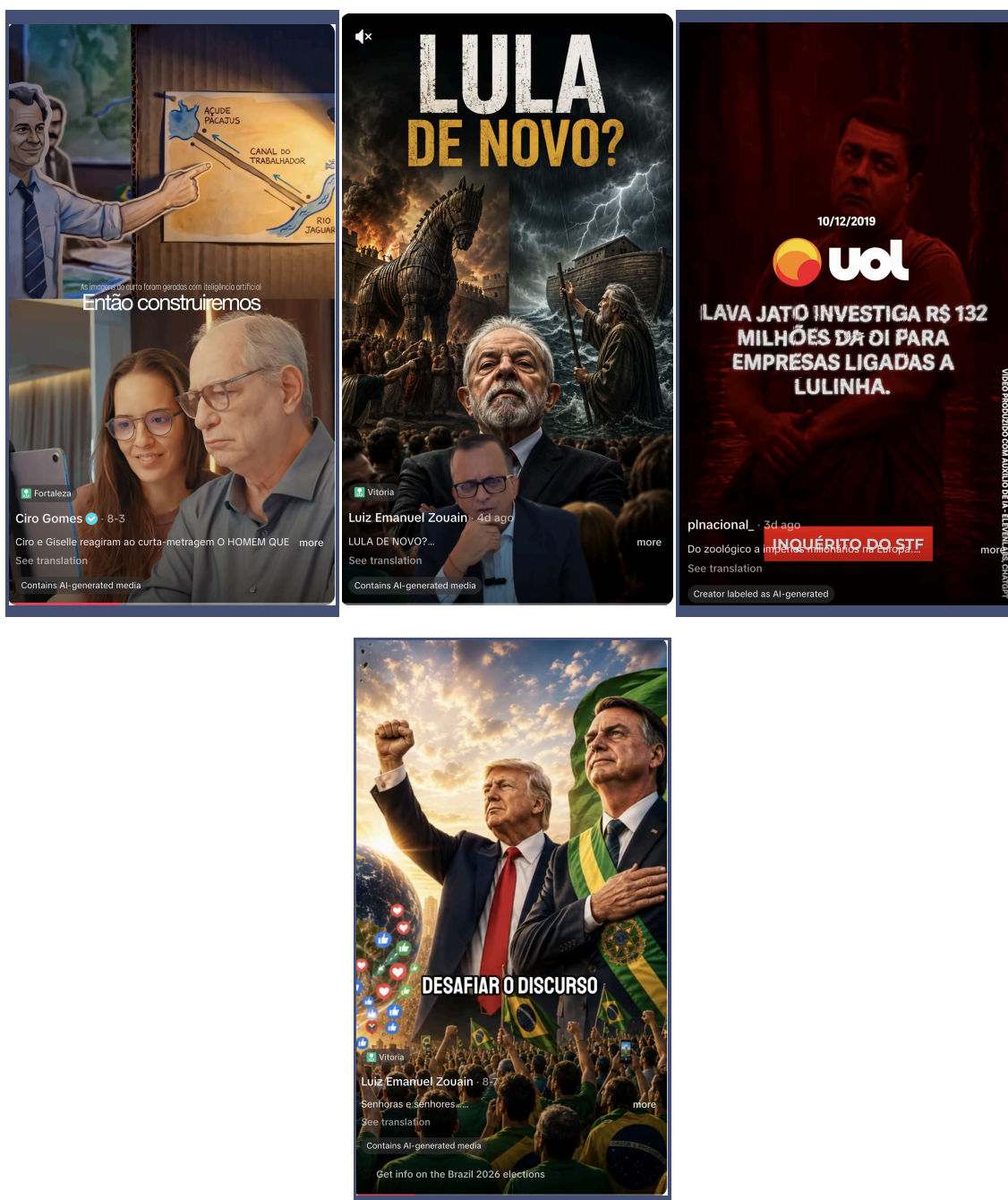
## TIKTOK

No TikTok, foram registradas **228** publicações na quinzena. Na comparação entre as plataformas, o TikTok apresentou a menor média de interações por publicação, com cerca de 55 interações por post. Entre os conteúdos classificados por campo político, a direita apresentou o maior volume de posts, seguida pelo centro e pela esquerda. Em termos de engajamento médio, porém, o centro teve o melhor desempenho, com cerca de 106 interações por publicação, enquanto a esquerda registrou média de 68 interações e a direita, de 32 interações por post.

Dentre as contas de políticos profissionais com maior destaque, há **Ciro Gomes (PSDB-CE)**, que teve 3 publicações entre as mais engajadas da amostra, quando filtramos por conteúdo gerado por IA, todas relacionadas à sua candidatura ([1](#); [2](#); [3](#)). Entre os atores políticos, incluindo

as contas institucionais de partidos, o Partido Liberal obteve destaque com um vídeo sobre [Fábio Luís Lula da Silva, ou Lulinha, filho do presidente Lula, sobre seu suposto envolvimento com desvio de dinheiro do INSS](#).

Entre atores individuais que se destacam pelo volume de posts, Luiz Emanuel Zouain, vereador de Vitória (ES) pelo Republicanos é aquele que mais fez publicações com conteúdo gerado por IA (5), com vídeos cujos temas giram em torno de críticas a Lula, à universidade e celebração das mudanças culturais provocadas por Jair Bolsonaro (1; 2; 3; 4; 5).

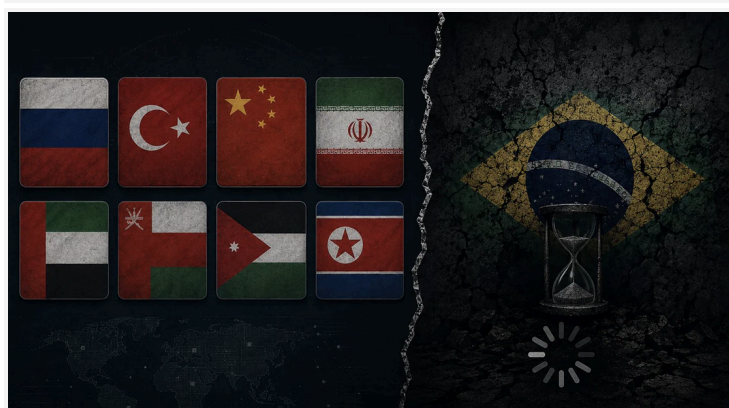




No X, foram identificadas **342 publicações**, com média de 256,3 interações por publicação. 213 foram classificadas como de direita e 102 como de esquerda, enquanto 17 pertenciam ao centro.

À direita, o tema da possibilidade de interrupção do funcionamento do Discord no Brasil teve destaque, também por Romeu Zema (NOVO-MG), que fez uma publicação [comparando o Brasil com países onde supostamente houve interrupção das atividades da plataforma](#). Outra publicação que ganhou visibilidade foi a de Eduardo Bolsonaro (PL-SP), cuja imagem mostra [J.D. Vance, vice-presidente dos EUA ao lado de Alfredo Gaspar \(PL-AL\)](#), vice da chapa encabeçada por Flávio Bolsonaro (PL-RJ).

À esquerda, o design da campanha de Flávio Bolsonaro foi usado para reforçar a vinculação do político à Daniel Vorcaro, através do destaque dado à letra V ([1](#); [2](#); [3](#)). Pouquíssimas outras publicações encontraram algum alcance, notadamente uma que mostra [o presidente Lula em diversas fases da vida](#), e [de Jair Bolsonaro como um esqueleto, referindo-se à sua inelegibilidade](#).



#### 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.