

ROTULANDO IA

NAS ELEIÇÕES

Boletim #13

14 a 28 de agosto de 2026

Instituto
**DEMOCRACIA
EM XEQUE**



 institutodx.org



EXPEDIENTE

Rotulando IA nas eleições

Boletim #13 | 14 a 28 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; Borges, Tiago. Rotulando IA nas eleições. Boletim #13 - 14 a 28 de agosto de 2026. Instituto Democracia em Xequê, 2026.

Equipe do relatório

Marcelo Alves

Douglas da Silva Ferreira

Tiago Borges



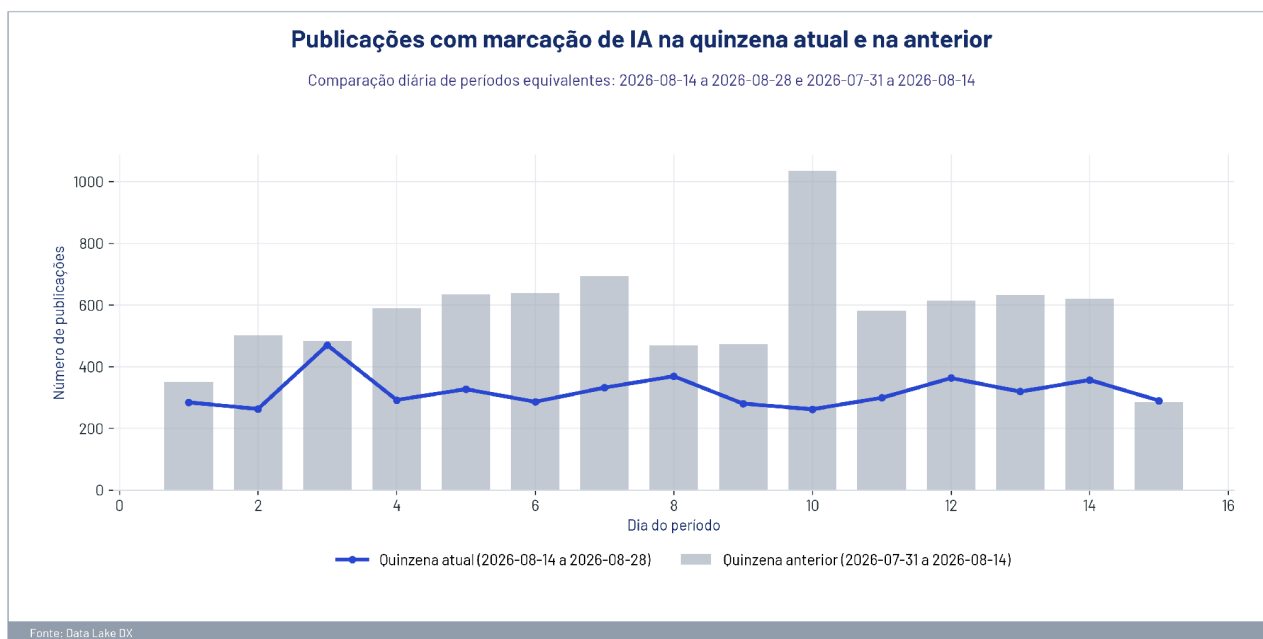
Resumo Executivo

- **O boletim analisa as publicações com marcações formais de IA coletadas entre 14 e 28 de agosto** no Instagram, X, YouTube e TikTok. Foram identificados cerca de 4.800 posts, uma **queda de aproximadamente 44%** em relação à quinzena anterior. O Instagram concentrou quase dois terços desse material.
- Esses conteúdos acumularam mais de 2 milhões de interações e se concentraram sobretudo no Instagram.
- **PL e Republicanos reuniram aproximadamente 24% das publicações de candidatos e 40% das interações.** O PT respondeu por cerca de 11% dos posts e 8% do engajamento.
- **Apenas um quarto dos candidatos a governador publicou conteúdo marcado como IA.** Tarcísio de Freitas concentrou cerca de 57% das interações do grupo, embora respondesse por somente 5% dos posts. Sérgio Moro liderou em volume, com aproximadamente um terço das publicações.
- **Entre os presidenciáveis, um único post de Augusto Cury concentrou cerca de 63% das interações.** Veterinário Wilson Grassi publicou mais vezes, mas obteve o menor engajamento acumulado entre os candidatos analisados.
- **A principal narrativa à direita associou o filho de Lula a supostos desvios no INSS.** Também apareceram conteúdos sobre o custo de vida e peças de propaganda produzidas com IA, como anúncios de candidaturas, jingles e animações.
- **O levantamento considera somente publicações que mantêm rótulos ou metadados formais de IA.** Portanto, não abrange necessariamente todo o conteúdo produzido com inteligência artificial durante a campanha. Conteúdos sem rótulos ou que perderam seus metadados não são identificados pela metodologia.

4,793 posts com marcação de IA

Na primeira quinzena de campanha eleitoral, o Rotulando IA registrou um total de 4.793 publicações com marcadores sintéticos. Isso representa uma redução de aproximadamente 44%. Assim, com o início da campanha ocorreu uma redução muito significativa no volume de publicações que inserem os rótulos de IA, apontando para uma mudança nas estratégias de produção de propaganda eleitoral. Essa redução da rotulagem aconteceu principalmente no Instagram, que teve 63,2% da amostra (3.031 posts), seguido do X com 15,7% (752), Youtube com 11,3% (543) e Tiktok com 9,7% (487).

Entre as contas de candidaturas monitoradas, foram coletadas 201.963 publicações, das quais 1.997 apresentaram marcadores de IA, o equivalente a aproximadamente 1% do total. Essas publicações, distribuídas entre 863 candidatos, acumularam 2,3 milhões de interações e se concentraram sobretudo no Instagram, que reuniu 83,1% dos registros. Quanto aos cargos disputados, as candidaturas a deputado federal e estadual responderam, juntas, por 84,3% das publicações com marcadores de IA, enquanto as candidaturas aos governos estaduais representaram 8,7% do conjunto.



Principais Narrativas

À direita, o tema com maior recorrência é a reiterada vinculação do filho de Lula, Fábio Luís Lula da Silva, com desvios de dinheiro do INSS. A publicação com temática política com maior volume de interações na amostra geral trata da polêmica; nela, observa-se o [filho do presidente sendo alvo de um cabo de guerra entre Lula, Alexandre de Moraes e Flávio Dino de um lado, e André Mendonça de outro](#). Menções ao suposto envolvimento do filho de Lula com desvios no INSS também apareceram em outra publicação, como uma que [mostra Lula caracterizado como rato, o filho com um saco de dinheiro e camisa do INSS e Janja como uma galinha](#). Outro post, ainda, mostra [aposentados aplicando golpes na cara de Fábio Luís](#). Outras publicações com menor volume de interações também reiteraram a narrativa ([1](#); [2](#); [3](#))

O custo de vida também foi alvo de publicações vinculadas à direita, com uma que obteve desempenho significativo, aparecendo entre as 10 publicações de IA mais engajadas. O vídeo mostra [um burro vestindo camisa com o símbolo da foice e martelo argumento com a avó que as coisas no mercado não estariam caras, e seria apenas uma “sensação”](#). Seria uma menção à

fala da jornalista Miriam Leitão em um trecho do programa Bom Dia Brasil; a jornalista também é caricaturada no vídeo.

Outro destaque individual trata das [candidaturas de Gisele e Roberto Monteiro \(PL-RJ\), irmã e pai de Gabriel Monteiro](#), respectivamente. No vídeo, Gabriel é apresentado como mártir do combate ao crime organizado, vinculando sua prisão à sua insistência na pauta; a IA é usada para produzir um vídeo em que o ex-policial conversa consigo mesmo e anuncia sua candidatura para 2028.

À esquerda, as narrativas se fragmentaram entre diversos atores. A publicação com melhor desempenho faz menção à entrevista de Lula ao Jornal Nacional, mostrando [o presidente tocando violão enquanto os apresentadores dançam](#). Outra publicação em destaque retrata [Donald Trump dançando com Javier Milei](#); assinalando a suposta subserviência do argentino, que já havia aparecido no relatório da última quinzena.

Em ambos os lados do espectro político, uma série de candidaturas foi anunciada usando IA como um artifício para produção de peças de campanha (1; 2; 3; 4; 5; 6)

Principais Publicações





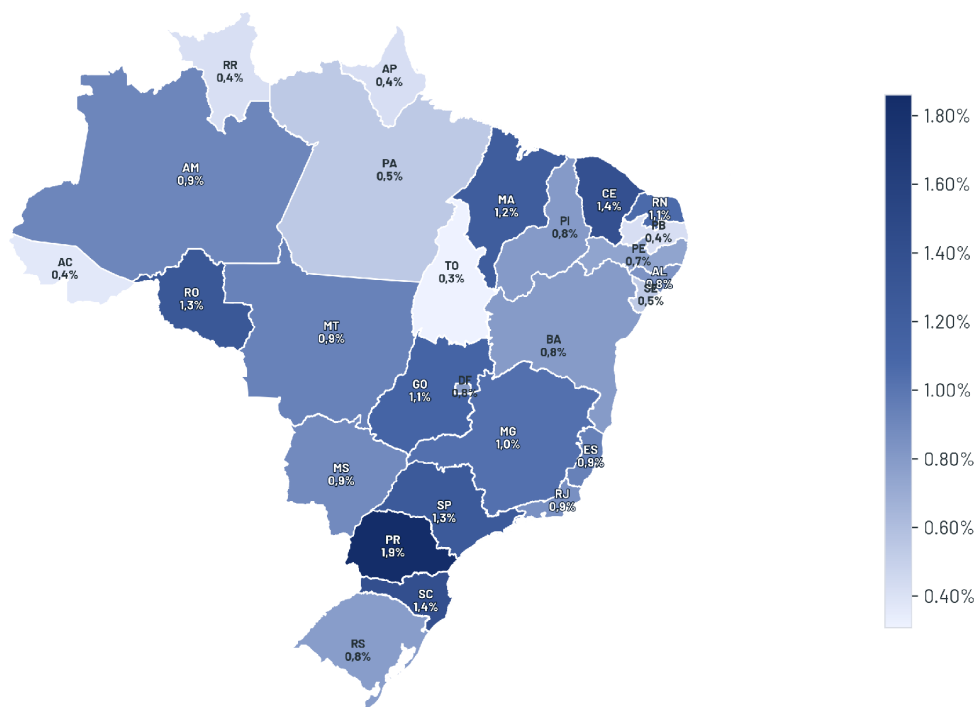
Candidaturas em geral

Na quinzena, foram registrados marcadores de uso de Inteligência Artificial generativa em 1% das publicações dos candidatos devidamente registrados no TSE, isto é, em 1.997 posts de um total de 201.963. Quando é avaliado apenas o uso para geração ou autodeclaração – isto é, usos que não se restringem à simples edição de imagens ou vídeos – este volume cai para 0,8% das publicações.

No recorte por unidade federativa (UF), o Paraná é o estado com maior porcentagem de publicações de candidatos com marcação de IA, aparecendo em 1,9% das postagens registradas no estado. Por sua vez, o Tocantins foi a UF com menor porcentagem, registrando apenas 0,3% de publicações marcadas.

Percentual de publicações com marcação de IA em contas de candidatos por UF

Proporção de posts marcados entre todas as publicações das mesmas contas; registros sem UF foram desconsiderados

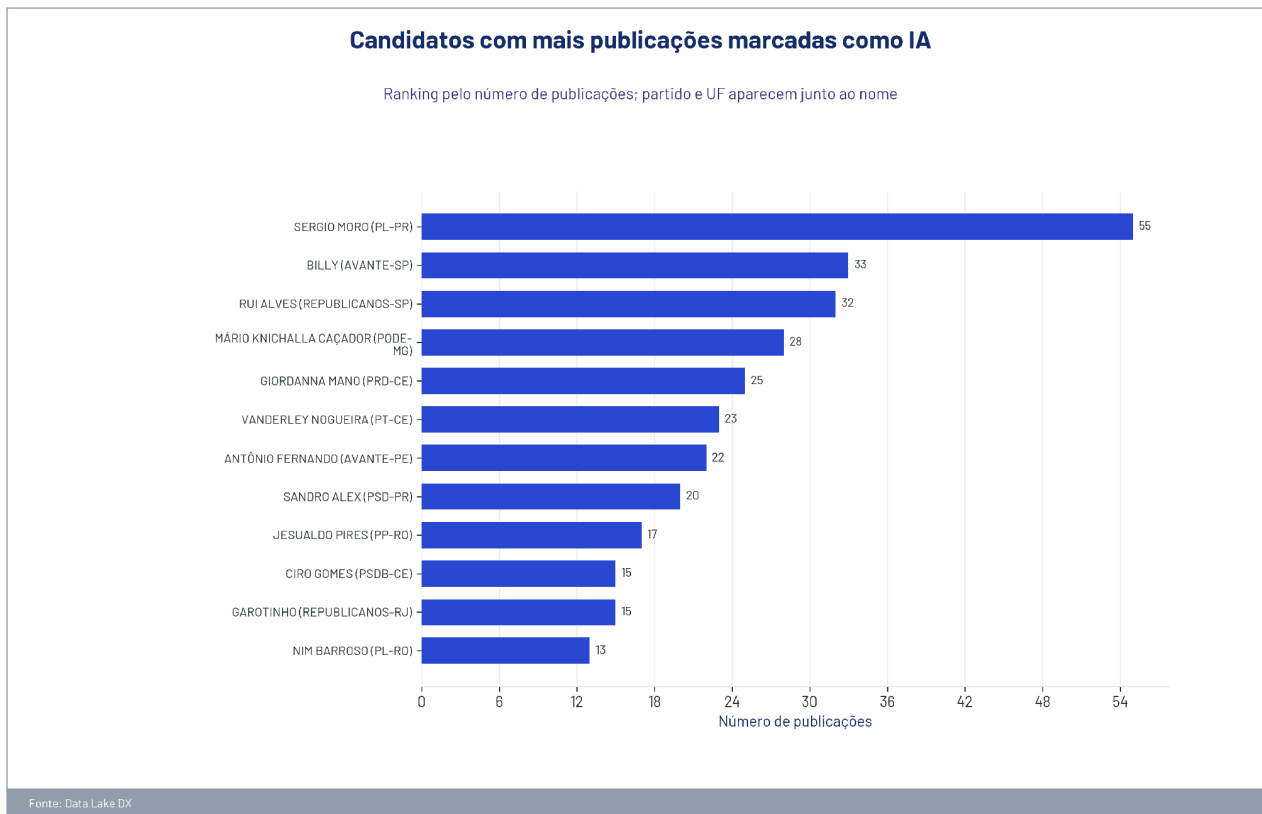


Fonte: Data Lake DX

Entre todos os candidatos registrados no TSE para as eleições deste ano, Sérgio Moro (PL-PR), candidato a governador do estado do Paraná, teve maior número de publicações marcadas pelo uso de IA, totalizando 55 publicações. O candidato a deputado federal por São Paulo, Billy (AVANTE-SP), aparece em segundo lugar, com 33 publicações, seguido por Rui Alves (Republicanos-SP), candidato a deputado estadual, com 32 posts. Os candidatos a deputado federal Mário Knichalla Caçador (PODE-MG) e Giordanna Mano (PRD-CE) completam o top 5 com 28 e 25 publicações, respectivamente.

Quando somadas as interações das publicações marcadas como IA, o candidato com maior volume é Tarcísio de Freitas (Republicanos-SP), candidato à reeleição como governador de SP, com 423 mil interações. Sérgio Moro (PL-PR) agora aparece em segundo, com menos da metade das interações de Tarcísio, 198 mil. O presidenciável Augusto Cury (AVANTE) somou

185 mil interações. Tiririca (PSD-CE) e Manoel Gomes (AVANTE-SP), candidatos a deputado federal, somaram 82 mil e 74 mil interações, respectivamente.



Candidatos de partidos de direita publicaram, em geral, mais conteúdo com marcação de IA do que os candidatos da esquerda. O PL somou 287 publicações, que totalizaram 440 mil interações. Os candidatos do Republicanos apresentaram 192 marcações de IA que somaram 488 mil interações, cerca de 21% do engajamento total. Por sua vez, os candidatos dos dois maiores partidos à esquerda, o PT e o PSB, publicaram 217 e 67 posts com marcações de IA, respectivamente.

Apesar do volume alto de publicações do PT, o engajamento nessas postagens não chega à metade das interações registradas por PL e Republicanos. Candidatos petistas somaram 186 mil interações, enquanto os do PSB registraram somente 79 mil. Candidaturas do centro fisiológico também superaram as da esquerda, tanto em número de publicações totais quanto em engajamento. O AVANTE foi o partido do centro com maior engajamento, somando 297 mil interações

Principais Publicações



1 Tarcísio de Freitas (Republicanos-SP)

212 mil interações

<https://www.instagram.com/p/DcWDyw3RmO->

O vídeo consiste em em uma série de imagens sintéticas que remetem à recuperação judicial das Casas Bahia, vinculando a empresa à história de realização pessoal dos trabalhadores, como a compra da primeira geladeira, primeiro telefone celular e primeira televisão, e amarrando a atual conjuntura econômica brasileira que, na leitura do candidato, dificulta a atividade dos empresários e promove a falência de empresas.



1 Tarcísio de Freitas (Republicanos-SP)

111 mil interações

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

O vídeo mostra Sylvester Stallone correndo e saltando e, ao aterrissar, o prédio em que pisa se transforma em uma barra de um gráfico que decresce mostrando o desempenho menor do candidato do PT, Fernando Haddad.



1 Manoel Gomes (Avante-SP)

55 mil interações

<https://www.instagram.com/p/DclXeD9nPTN>

O carrossel de duas imagens é composto por *banners* que anunciam a candidatura de Manoel Gomes, o caneta azul, e seu apoio a Augusto Cury para a presidência da república.



1 Simone Tebet (PSB-SP)

63 mil interações

<https://www.instagram.com/p/DcR6g45Rurf>

A imagem faz brincadeira com o meme “Absolute Cinema”, e com o as palavras Senadora e Diva, e faz parte da propaganda eleitoral da candidata para o Senado Federal



1 Tiririca (PSD-MA)

66 mil interações

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

O vídeo mostra Tiririca dançando à moda de Michael Jackson, acompanhado de seu *jingle* de campanha.

Candidatos a Governador

Nas candidaturas aos governos estaduais, foram identificadas 174 publicações com marcações de IA. Candidatos classificados como de centro concentraram cerca de dois terços desse volume, enquanto a direita respondeu por aproximadamente um quarto e a esquerda por menos de 10%. Também houve forte concentração partidária: PL, Republicanos, PSDB e PSD reuniram, juntos, quase 80% das publicações, com destaque para o PL, responsável por 63 posts. Considerando os 153 candidatos a governador registrados em nossa base, apenas 38 realizaram publicações com marcações de IA.

Entre os principais destaques está Tarcísio de Freitas, candidato ao governo do Estado de SP pelo Republicanos ([1](#); [2](#); [3](#); [4](#); [5](#)). Com soma de 423 mil interações nas publicações com marcações de IA, superando em muito a média alcançada entre os candidatos da categoria que realizaram publicações com marcadores de IA na quinzena, de 19 mil interações. O resumo detalhado, assim como a publicação com maior volume de engajamento alcançado por cada um dos candidatos a governador pode ser visto no Anexo 1.

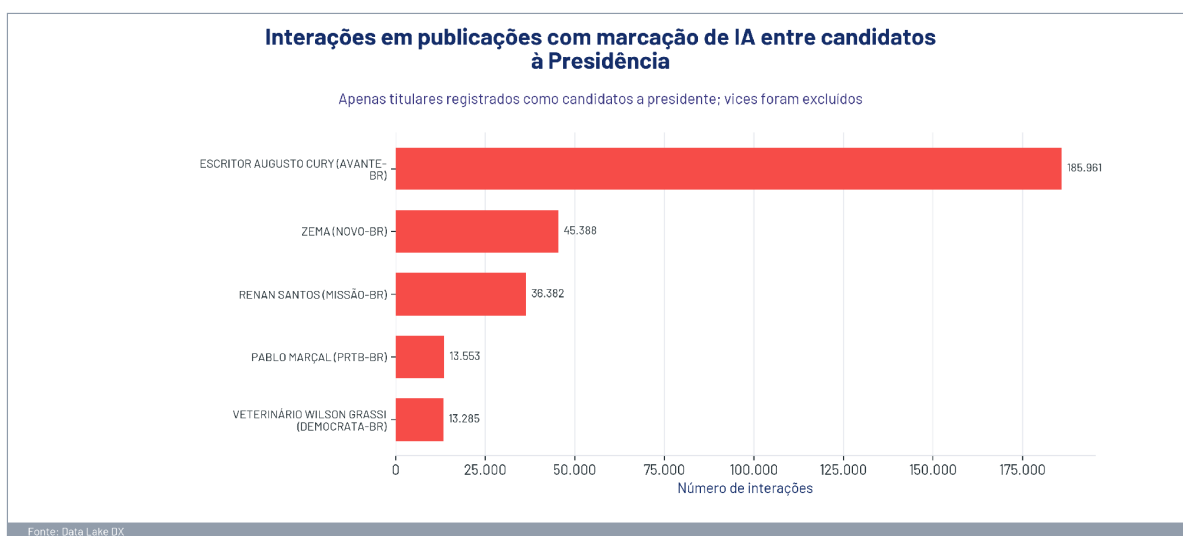
Entre outras candidaturas da direita, Sérgio Moro, candidato a governador no Paraná pelo Partido Liberal também fez uma série de publicações com ações da campanha; neste caso, as publicações foram editadas com auxílio de IA, e são compostas de vídeos com a tipografia da campanha sobrescrita às imagens ([1](#); [2](#); [3](#); [4](#); [5](#)). Renan Filho (MDB-AL) também aparece com relativo destaque, com publicação inteiramente animada, que é acompanhada de seu *jingle*, em que mostra [a construção de hospital e equipamentos públicos de saúde](#).

À esquerda, destaca-se o candidato do PT para o Rio Grande do Norte, Carlos Eduardo Xavier, com uma publicação que aparece [acenando e dançando junto de Lula](#). O mesmo tipo de publicação, com vista aérea do candidato junto de Lula aparece em outros candidatos do PT ([1](#); [2](#)). Fernando Haddad (PT-SP) também mobiliza uma publicação sobre o programa “Hora de Aprender”, em que [propõe alternativas para a educação de São Paulo](#) que, segundo a peça, é deficitário em relação ao momento ideal das crianças se apropriarem das habilidades segundo sua idade; nesse caso, parece ser a única peça que registra uma proposta de campanha entre os candidatos. O mesmo tipo de peça [também aparece em outro post](#).

Presidenciáveis

Entre os presidenciáveis, o candidato com maior número de publicações com marcação de IA foi o Veterinário Wilson Grassi (DEMOCRATA), com 5 publicações, seguido por Romeu Zema (NOVO), com 3 posts. Pablo Marçal (PRTB), Augusto Cury (AVANTE) e Renan Santos (MISSÃO), aparecem com uma publicação cada. Grassi é, no entanto, aquele com menor engajamento, apenas 13.285 interações no total, somando suas 5 publicações. Cury, com apenas [uma publicação](#), que afirma superar os extremos políticos, tem mais interações em suas publicações marcadas pelo uso de IA que os outros candidatos somados, totalizando 186.961. Zema, o segundo colocado também no quesito engajamento, somou 45 mil interações em suas três postagens ([1](#); [2](#)). Uma delas, inclusive, faz coro a uma das principais narrativas propulsionadas por publicações com imagens sintéticas, isto é, a vinculação do [episódio de desvios de verbas no INSS com Fábio Luís, filho de Lula](#).

Renan Santos, que encabeça, entre os presidenciáveis, a segunda publicação de maior engajamento, faz uma [crítica à presença de movimentos antifascistas nas universidades públicas brasileiras](#), e faz uma convocatória para um ato no Largo de São Francisco, em São Paulo.



Nota Metodológica

Os dados analisados neste relatório referem-se a publicações de contas presentes na base de dados do Instituto DX. Além disso, foram monitoradas as candidaturas divulgadas pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) cujas contas no Instagram possuem mais de 10 mil seguidores. Os conteúdos foram coletados nas plataformas Instagram, YouTube, TikTok e X.com. 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 procedimento é adotado no X.com.

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