

ROTULANDO IA

NAS ELEIÇÕES

Boletim #15

12 a 25 de setembro de 2026

Instituto
**DEMOCRACIA
EM XEQUE**



 institutodx.org



EXPEDIENTE

Rotulando IA nas eleições

Boletim #15 | 12 a 25 de setembro 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 #15 | 12 a 25 de setembro de 2026. Instituto Democracia em Xequê, 2026.

Equipe do relatório

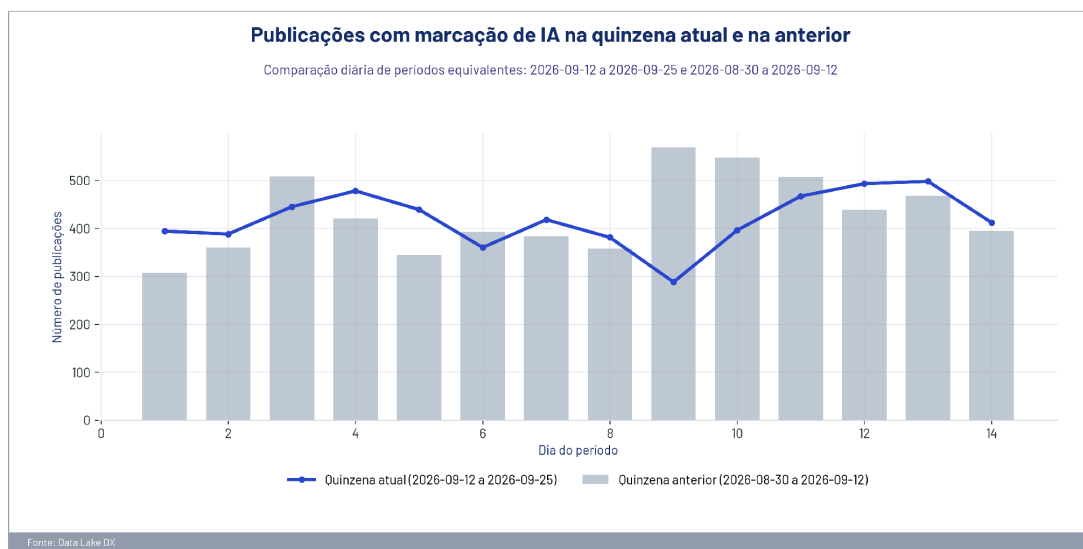
Marcelo Alves

Douglas da Silva Ferreira



5,857 posts com rótulo de IA

Entre os dias 12 e 25 de setembro, o Rotulando IA identificou 5.857 publicações com conteúdo sintético, representando um crescimento de aproximadamente 16% em relação à quinzena anterior. Entre elas, 2.358 publicações foram feitas por 810 pessoas que estão disputando um cargo na eleição de 2026, um aumento de 14%. As candidaturas a deputado federal e estadual continuam respondendo pela maior parte das publicações marcadas, mas perderam algum peso relativo em comparação com a quinzena anterior, enquanto as candidaturas aos governos estaduais ganharam espaço no conjunto. Posts com mais engajamento vieram de contas falsas de apoio ao ministro do STF, André Mendonça.



Principais Narrativas

As publicações com rótulos de IA com maior volume de interações pertenciam à conta “André Mendonça – Apoio 🇧🇷” (1; 2; 3; 4), entretanto a conta não se encontra mais no ar e não é possível acessar seus conteúdos. As legendas recuperadas tratam da trajetória acadêmica e internacional do Ministro do STF, enfatizando sua formação, atuação como pesquisador e experiência docente.

A temática envolvendo Ministros do STF também se repete em uma das publicações que aparece entre as 10 mais engajadas, em que faz humor com membros da corte, mas garantindo uma caracterização mais benevolente a [André Mendonça como um homem forte que come um ovo](#), em possível menção a Alexandre de Moraes; a mesma ideia de André Mendonça em posição de relativa superioridade em relação aos outros ministros também aparece em outra publicação em que [Flávio Dino, Cristiano Zanin e Gilmar Mendes](#)

[tentam salvar Moraes, que está suspenso em penhasco](#), enquanto André Mendonça prepara uma arma para atirar. Registrou-se pelo menos uma publicação que inverte a relação e faz humor com a consideração de Gilmar Mendes sobre André Mendonça, [chamando-o de “pixuleco”](#). Outra publicação também mostra os ministros [tocando e dançando](#).

Para além desse tema, duas estéticas presentes em diferentes *posts* conseguiram destaque na quinzena, ambas vinculadas a contas da direita. A primeira consiste em chamados a votar em Flávio Bolsonaro através de bebês vestidos com uma camisa do Brasil (1; 2). A outra trata de [Lula retratado como um rato com uma camisa com menção ao Comando Vermelho, e Janja como uma galinha disparando ovos](#) a uma plateia composta de pessoas negras, enquanto o presidente se apresenta como DJ cantando uma música que faz referência a uma de suas falas públicas sobre “comer ovo, caso não tenha carne”, mas que foi descontextualizada e usada como propaganda no mês de setembro pela oposição. A mesma caracterização de Lula como rato e Janja como galinha foi repetida pela mesma conta, para peças semelhantes ou com outras temáticas, como o escândalo do INSS ou o decreto que proíbe as *Bets* no Brasil (1; 2; 3; 4).

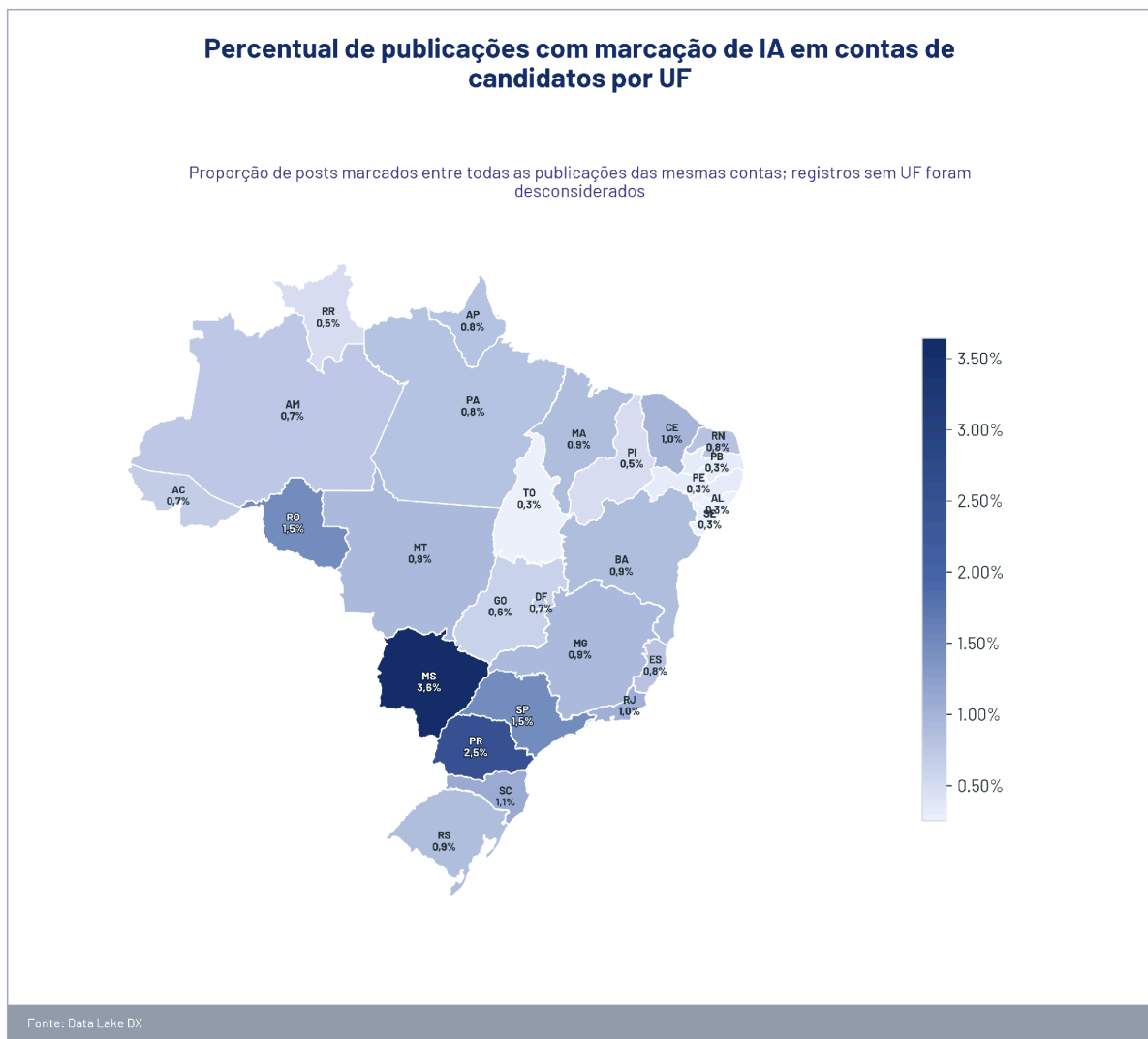
À esquerda, as principais narrativas recorrentes que conseguiram volume considerável de interações tratam do contato entre Nikolas Ferreira (PL-MG) e Daniel Vorcaro, ainda na esteira das semanas anteriores, cuja ambiguidade – já demonstrada falsa – sobre a interpelação usada pelo deputado para se dirigir ao banqueiro, supostamente “lindão”, é explorada através de cenas de casais (1; 2; 3). A publicação com maior destaque que faz uso extensivo de IA trata da [relação entre Eduardo Bolsonaro e Flávio Bolsonaro com Trump](#), mostrando o último mantendo os irmãos na coleira feito cães. Outra publicação que mostra [Alexandre de Moraes chutando Trump](#) também figurou no ranking. Além do tema, o apoio de artistas também figurou entre publicações com relativo destaque (1; 2).

Principais Publicações



Candidaturas em geral

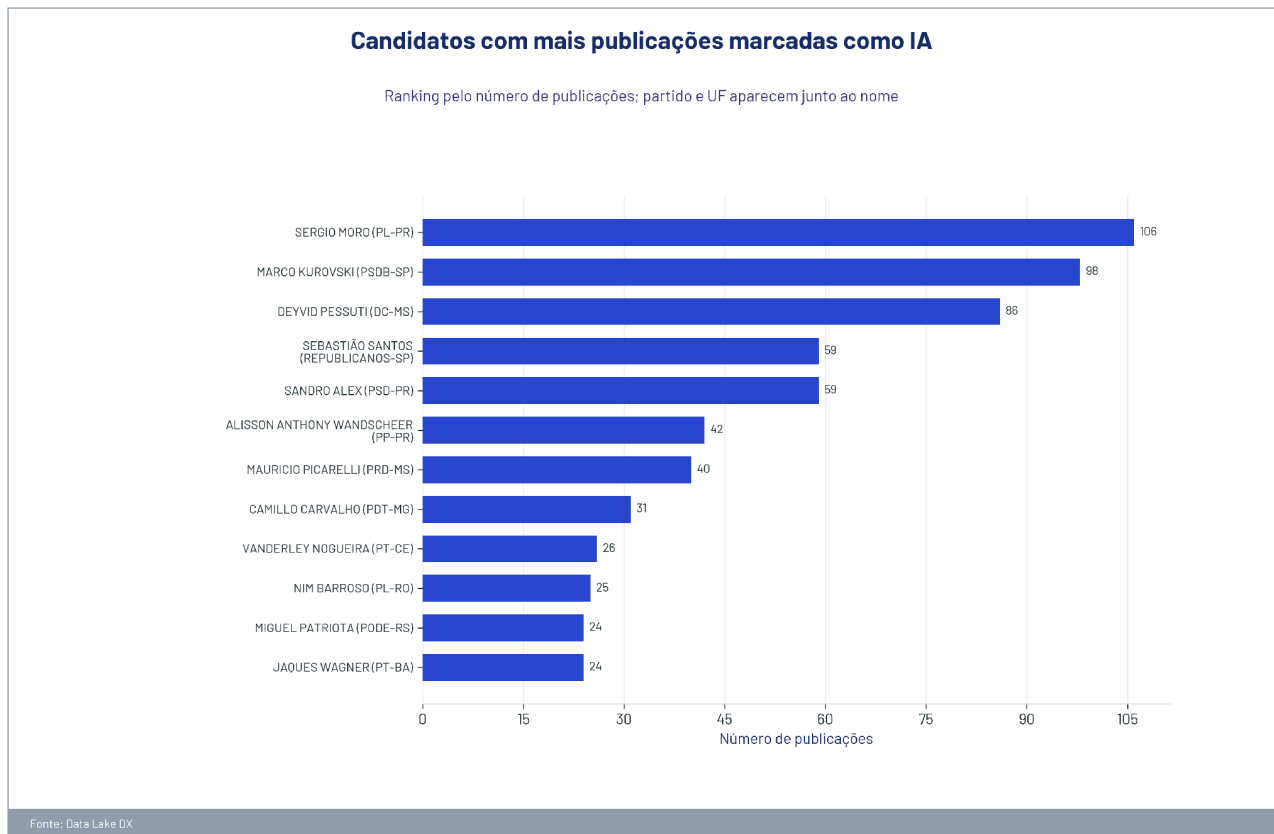
Na quinzena, foram registrados marcadores de uso de Inteligência Artificial em aproximadamente 1% das publicações das contas de candidatos presentes em nossa base, isto é, em 2.358 posts de um total de 224.630. No recorte por unidade federativa, o Mato Grosso do Sul apresentou a maior proporção de publicações com marcação de IA, com 3,6% das postagens registradas no estado. Em seguida aparece o Paraná, com 2,5%. Na outra ponta, Paraíba, Pernambuco e Tocantins registraram os menores percentuais, com aproximadamente 0,3% das publicações marcadas.



Dentre os atores, Sergio Moro (PL-PR) permanece como o candidato com maior número de publicações marcadas pelo uso de IA, totalizando 106 posts. Marco Kurovski (PSDB-SP) aparece em seguida, com 98 publicações, e Deyvid Pessuti (DC-MS), com 86. Sebastião Santos (Republicanos-SP) e Sandro Alex (PSD-PR) completam o grupo dos cinco primeiros, ambos com 59 publicações.

Quando somadas as interações das publicações marcadas como IA, Sérgio Moro (PL-PR) também registra o maior volume, com aproximadamente 267 mil interações. Rafael Zucco

(NOVO-SP) aparece em segundo, com cerca de 110 mil, seguido por Manoel Gomes – Caneta Azul (AVANTE-SP), com aproximadamente 104 mil. Marcelinho Jhonson (Solidariedade-PA) acumulou cerca de 68 mil interações, enquanto Nísia Trindade (PT-RJ) registrou aproximadamente 55 mil.





No recorte por partido, o PL apresentou o maior número de publicações com marcações de IA, totalizando 347 posts, seguido pelo PT, com 230, PSD, com 215, PSDB, com 202, e Republicanos, com 174. Quando consideradas as interações, o PL também aparece com o maior volume, somando aproximadamente 444 mil, o equivalente a 26,5% do total. O PT aparece em seguida, com cerca de 247 mil interações (14,7%), enquanto o NOVO, apesar de registrar apenas 94 publicações, acumulou aproximadamente 211 mil interações (12,6%). PSD, com cerca de 137 mil (8,2%), e AVANTE, com aproximadamente 108 mil (6,4%), aparecem na sequência. Assim, a concentração das interações não acompanha diretamente o volume de publicações: partidos como NOVO e AVANTE apresentam participação proporcionalmente mais elevada no engajamento do que no número de posts.

Quanto aos tipos de marcação de IA, a autodeclaração pelo autor permaneceu como a categoria predominante nos três grupos ideológicos, correspondendo a 79% das publicações da direita, 77,8% das do centro e 66,3% das da esquerda. As marcações do padrão C2PA para conteúdo criado aparecem em seguida, representando 8,7% na direita, 11,6% no centro e 14,5% na esquerda. A esquerda também apresentou participação proporcionalmente maior de registros de C2PA para conteúdo editado, com 9%, diante de 4,2% no centro e 3,4% na direita. As demais formas de marcação, incluindo detecção automática pelas próprias plataformas e metadados IPTC, tiveram participação menor no conjunto.



1 Manoel Gomes - Caneta Azul (AVANTE-SP)

62 mil interações

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

O vídeo mostra o candidato Manoel Gomes, mais conhecido como Caneta Azul, se transformando e combatendo inimigos com rótulos como “Banco Master”, “Picanha”, “Dark Horse”, “Escala 6x1”, etc. Esteticamente, a mudança da cor de cabelo parece fazer referência a animações japonesas como o Dragon Ball.



2 Romeu Zema (NOVO)

55 mil interações

<https://www.youtube.com/watch?v=nwzAP8BPwJ0>

O vídeo funciona como uma paródia no estilo de músicas para aprender o alfabeto, com a mais famosa brasileira sendo o Abecedário da Xuxa. Nesse caso, é o Alfabeto dos intocáveis e caracteriza personagens da política republicana vinculando-os através das letras a episódios noticiados pela mídia.



3 Tarcísio de Freitas (Republicanos-SP)

33 mil interações

<https://www.instagram.com/p/DdL1IIVR2Q1>

O vídeo é composto de várias cenas gravadas, assim como animações sintéticas produzidas a partir de fotografias do acervo pessoal do governador. O vídeo trata da importância de figuras femininas na vida de Tarcísio, assim como é composto de vários recortes de uma conversa de Tarcísio com mãe de crianças com necessidades especiais, em que o candidato narra suas ações até agora, e anuncia novas medidas voltadas para esse público.



4 Fernando Haddad (PT-SP)

29 mil interações

<https://www.instagram.com/p/DdoJPRth6Vv>

O vídeo se assemelha à estética de filmes da Pixar e ilustra uma música que mostra inúmeros personagens com profissões populares declarando apoio a Haddad.



5 Nísia Trindade (PT-RJ)

40 mil interações

<https://www.instagram.com/p/DdeHl6shnDT>

A imagem mostra um avatar de Nísia Trindade com um bolo de aniversário comemorando os 36 anos da instituição do Sistema Único de Saúde.

Candidatos a governador

Nas candidaturas aos governos estaduais, foram identificadas 266 publicações com marcações de IA. A direita concentrou 141 posts, cerca de 53% desse volume, distribuídos entre 16 candidatos; o centro fisiológico respondeu por 97 publicações, de 13 candidatos, e a esquerda por 28, de 12 candidatos. O volume da direita foi concentrado no candidato ao governo do estado do Paraná, Sergio Moro (PL-PR), responsável por 106 das 141 publicações do grupo. Nos partidos tipicamente vinculados ao centro fisiológico, Sandro Alex (PSD-PR) concentrou 59 das 97 publicações, enquanto, à esquerda, Araceli (PSOL-PA) registrou 5 das 28. Também houve forte concentração partidária: PL, PSD, MDB e PT reuniram, juntos, cerca de 80% das publicações. Considerando os 149 candidatos a governador registrados em nossa base, 41 realizaram publicações com marcações de IA.

Jeronymo Rodrigues (PT-BA) foi o candidato com o post com maior engajamento único, com mais de 30 mil interações; entretanto, a publicação usou IA apenas para edição pontual, e se tratou de [cenas de apoiadores com o logo do partido sobreposto](#). Jeronymo também contou com uma publicação em que é ilustrado, junto de Jacques Wagner como um personagem animado no estilo Pixar, [viajando de carro e apontando os investimentos e melhorias – atuais e futuras – na mobilidade urbana](#) do estado; a publicação reitera que tudo foi feito em parceria com Lula. Entre outros candidatos a governador de partidos da esquerda, Fernando Haddad (PT-SP) foi aquele que conseguiu o maior desempenho relativo, e também o que um dos que mais se destaca individualmente quanto ao uso extensivo de IA, com o mesmo tipo de animação de Jeronymo, e que conta com personagens declaram voto no candidato; nesse caso, são [diversas profissões retratados nas imagens](#).

Ainda à esquerda, com menor volume de interações, mas com usos curiosos da tecnologia, está Patrus Ananias, com um [vídeo em homenagem a Juscelino Kubitschek](#), em que mostra o antigo governador de Minas e presidente do Brasil trafegando de carro em lugares do estado, e vislumbrando suas realizações como presidente. Em relação a volume de publicações, Serley Leal (UP-CE) foi destaque ([1](#); [2](#); [3](#); [4](#)), em geral com edições simples ou inclusão de tipografia em imagens.

À direita do espectro político, Tarcísio de Freitas (Republicanos-SP) foi o candidato com maior desempenho; duas de suas publicações, [a supracitada que elenca o papel das mulheres](#), e se compromete a ações relacionadas ao atendimento de crianças com necessidades especiais, e outra em que se vê [diversos eletrônicos distintos com o número 10 sendo pressionado](#), ao som de seu *jingle*. Roberto Cidade (UNIÃO-AM) fica em segundo lugar quanto ao desempenho de peças únicas, em que [uma animação com personagens caricatos reforça narrativamente seu jingle](#); esse tipo de publicação parece se tornar cada vez mais típica na amostra, compondo um dos usos mais habituais da tecnologia: reforço visual de uma narrativa de campanha musicalizada. Alysso Bezerra (UNIÃO-RN) também encabeçou uma das publicações entre as 5 mais engajadas, com um [vídeo que mostra como supostamente seria Mossoró \(RN\), cidade da qual foi prefeito, caso não tivesse sido gestor](#).

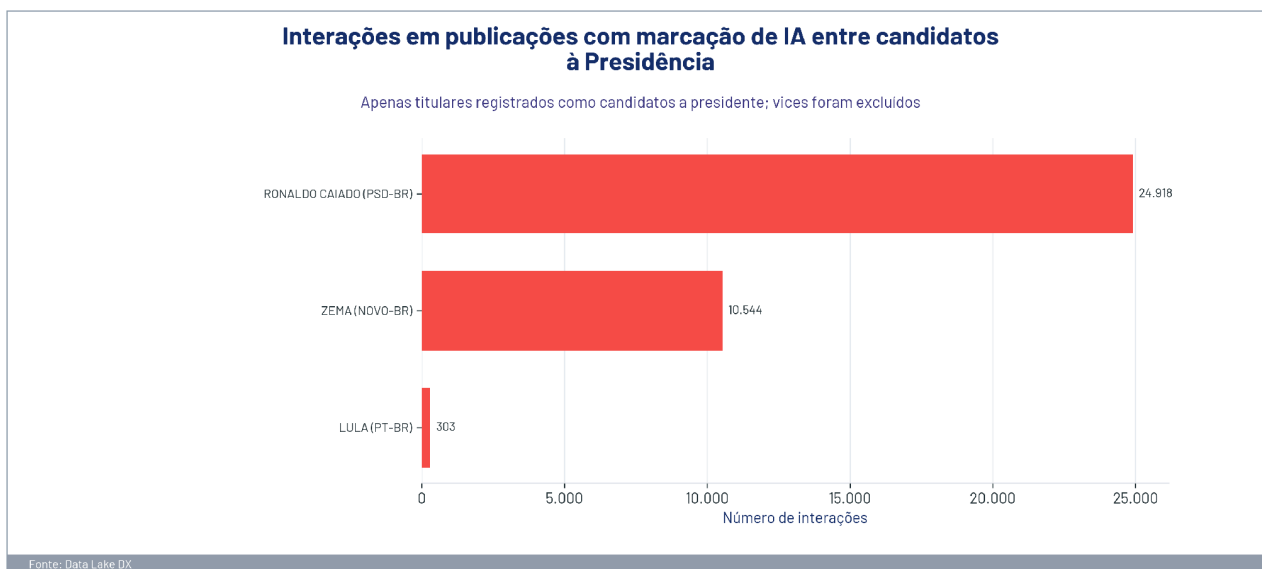
Presidenciáveis

Ronaldo Caiado (PSD) foi o candidato com maior volume de interações em uma publicação com rótulo de Inteligência Artificial, seguido de Zema (NOVO) e Lula (PT). Estes foram os únicos candidatos a registrar publicações na quinzena. Ronaldo Caiado com uma publicação, e os outros dois com 5 cada.

O Presidente Luís Inácio Lula da Silva usou IA em suas publicações principalmente com finalidade de editar os vídeos, ou incluir pequenos efeitos de transição entre *takes*. Entre os assuntos tratados, aparece uma publicação patriótica, contrapondo [interesses nacionais aos norte-americanos](#), o [Redata](#) – política nacional de data centers – e o [escândalo Master](#), mas também assuntos mais gerais relacionados ao pleito atual (1; 2).

Romeu Zema (NOVO) foi aquele que fez da IA – como vem fazendo ao longo do ano – um uso mais presente e evidente. A publicação já tratada na seção geral das candidaturas é um exemplo, em que usou uma animação e uma paródia para ironizar adversários. Mas outras publicações também usam o artifício de personagens animados como uma que trata de [Daniel Vorcaro](#), outra que mostra um [boneco de Lula sentado em uma obra inacabada](#), e outra que trata de um dos [slogans de sua campanha](#), “Chega de intocáveis”, e associa mazelas sociais brasileiras a Lula.

Ronaldo Caiado (PSD), de forma mais modesta, mas com maior volume de interações, faz uma publicação sem relação direta com o pleito, mas que [torce para o Flamengo](#).



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.