ROTULANDO IA
NAS ELEIÇÕES

Boletim #16

26 de setembro a 09 de outubro de 2026

Instituto DEMOCRACIA EM XEQUE
institutodx.org

PUC RIO
Departamento de Comunicação PUC-Rio
PPG COM PUC-Rio Programa de Pós-Graduação em Comunicação

EXPEDIENTE

Rotulando IA nas eleições

Boletim #16 | 26 de setembro a 09 de outubro 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 #16 | 26 de setembro a 09 de outubro de 2026. Instituto Democracia em Xeque, 2026.

Equipe do relatório

Marcelo Alves

Douglas da Silva Ferreira

Instituto DEMOCRACIA EM XEQUE
institutodx.org

PUC RIO

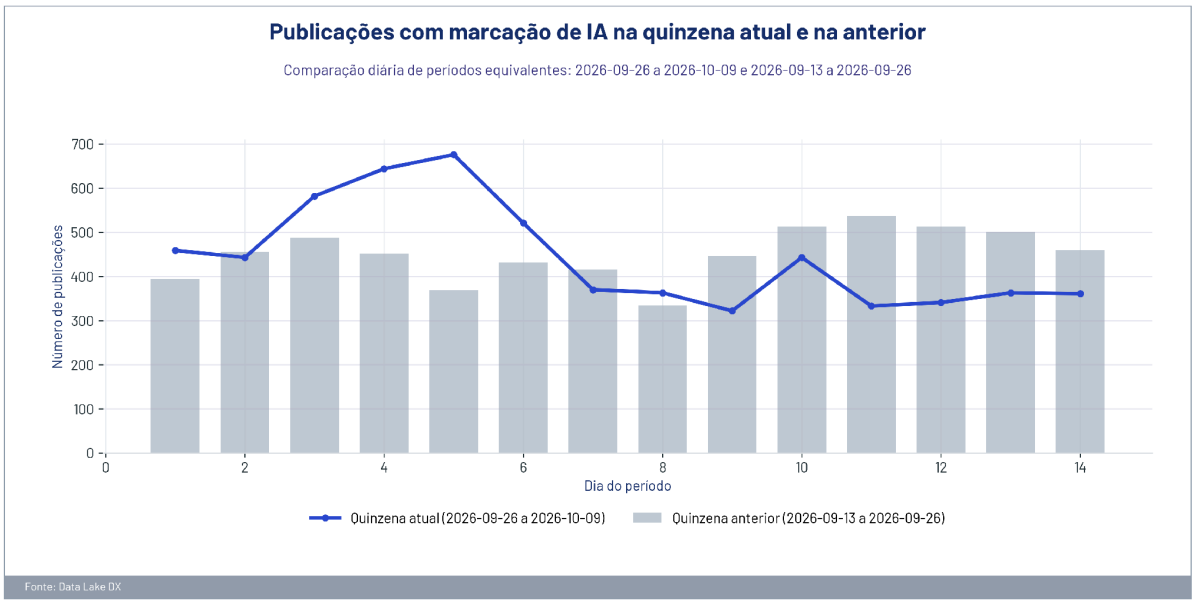
Departamento de Comunicação PUC-Rio

PPG COM PUC-Rio Programa de Pós-Graduação em Comunicação

6.221 posts com marcações de IA

Entre os dias 26 de setembro e 9 de outubro, o **Instituto DX** identificou 6.221 publicações com marcações de Inteligência Artificial, um crescimento de aproximadamente 6,2% em relação à quinzena anterior. Desse total, 4.058 publicações ocorreram antes do primeiro turno das eleições, realizado em 4 de outubro, 322 no dia da votação e 1.841 nos cinco dias seguintes, já no contexto da disputa pelo segundo turno. Entre as publicações identificadas, 1.972 foram realizadas por candidaturas às eleições de 2026, uma redução de 16,4% em relação à quinzena anterior. As candidaturas aos legislativos federal e estaduais permaneceram responsáveis pela maior parte dos registros. Entre as principais narrativas, destacaram-se conteúdos que buscavam associar Lula ao escândalo envolvendo Daniel Vorcaro e o Banco Master, além de vídeos sintéticos que especulavam sobre as consequências de uma eventual eleição de Flávio Bolsonaro, feitos pela esquerda.

A quinzena também compreendeu o período de restrição previsto no art. 9º-B, § 3º-A, da Resolução TSE nº 23.610/2019, alterada pela Resolução nº 23.755/2026, que proíbe a divulgação de novos conteúdos sintéticos envolvendo imagem, voz ou manifestação de candidatos ou pessoas públicas nas 72 horas anteriores e 24 horas posteriores à votação. Entre os dias 2 e 4 de outubro, integralmente abrangidos pela restrição, foram identificadas 255 publicações de candidatos com marcações de IA. Dessas, 166 (65,1%) apresentaram autodeclaração de uso de IA (94) ou credenciais C2PA de conteúdo criado (72), categorias que podem indicar intervenções mais extensas do que edições pontuais, incluindo a geração de peças sintéticas.



Principais Narrativas

Grande parte das publicações de contas vinculadas à direita nas diferentes plataformas tratou de fazer publicidade orientada a divulgação de números de campanha, eventos e declaração de apoios para o segundo turno de outros candidatos (1; 2; 3; 4; 5; 6; 7). O tema mais recorrente, divulgado por inúmeras contas, foi a tentativa de vinculação de Lula a Daniel Vorcaro, após a divulgação de um áudio atribuído ao ex-banqueiro, no qual ele menciona um suposto repasse de R$ 30 milhões ao Instituto Lula para financiar um documentário sobre o presidente, acusação sem comprovação apresentada. As publicações ilustram desde fotos sintéticas do presidente junto de Vorcaro, assim como memes e paródias com personagens do governo, como Paulo Gonet, atual procurador-geral da União (1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 9; 10; 11). A fala retira de contexto feita por Lula, e explorada como apologia à pedofilia também aparece em diversos posts, dentre eles um vídeo em formato que se assemelha a animações populares da Pixar, e também em uma ilustração que afirma que "meninas não são tocadas desde cedo".

À esquerda, diversas contas trataram de explorar de maneira cênica como seria um governo Flávio Bolsonaro, se eleito. Nesse caso, abordou-se tanto a repetição de episódios que foram observados durante o mandado de seu pai, quanto especulações a partir de pontos defendidos por Flávio em falas públicas. A principal conta em desempenho foi a Roger Prado, com vídeos sobre o fim do bolsa família, efeitos negativos do trabalho por hora (1) – e a possibilidade de diminuição da carga horária com diminuição da demanda – mas também vinculando pastores ao diabo. Algumas referências sobre a relação Brasil e Estados Unidos, com defesa da soberania e não interferência nas eleições também foram encontradas. Uma *websérie* chamada Cheque Master também ganhou relativo alcance, ao usar os próprios personagens para representar as relações reveladas pela mídia entre Flávio e Vorcaro a partir do filme Dark Horse.

Principais Publicações





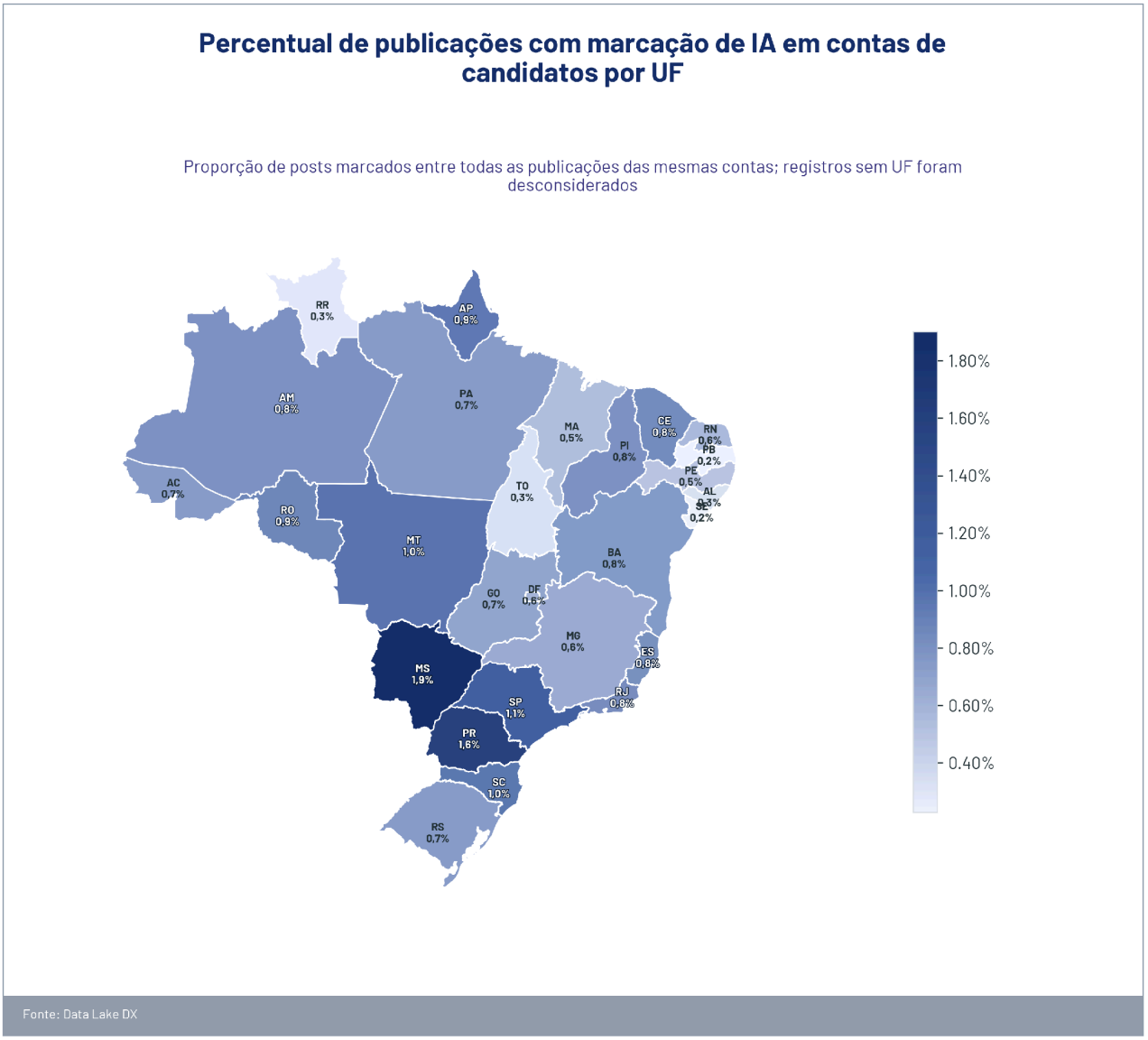






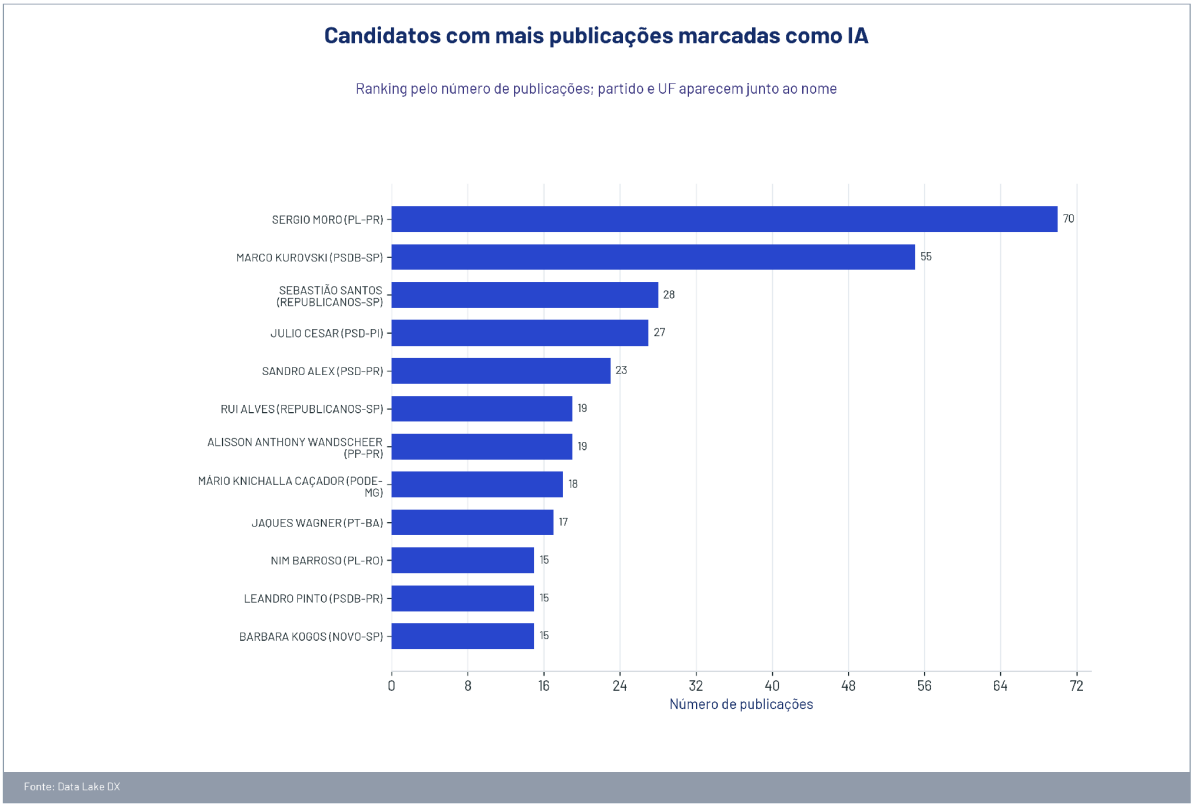
Candidaturas em Geral

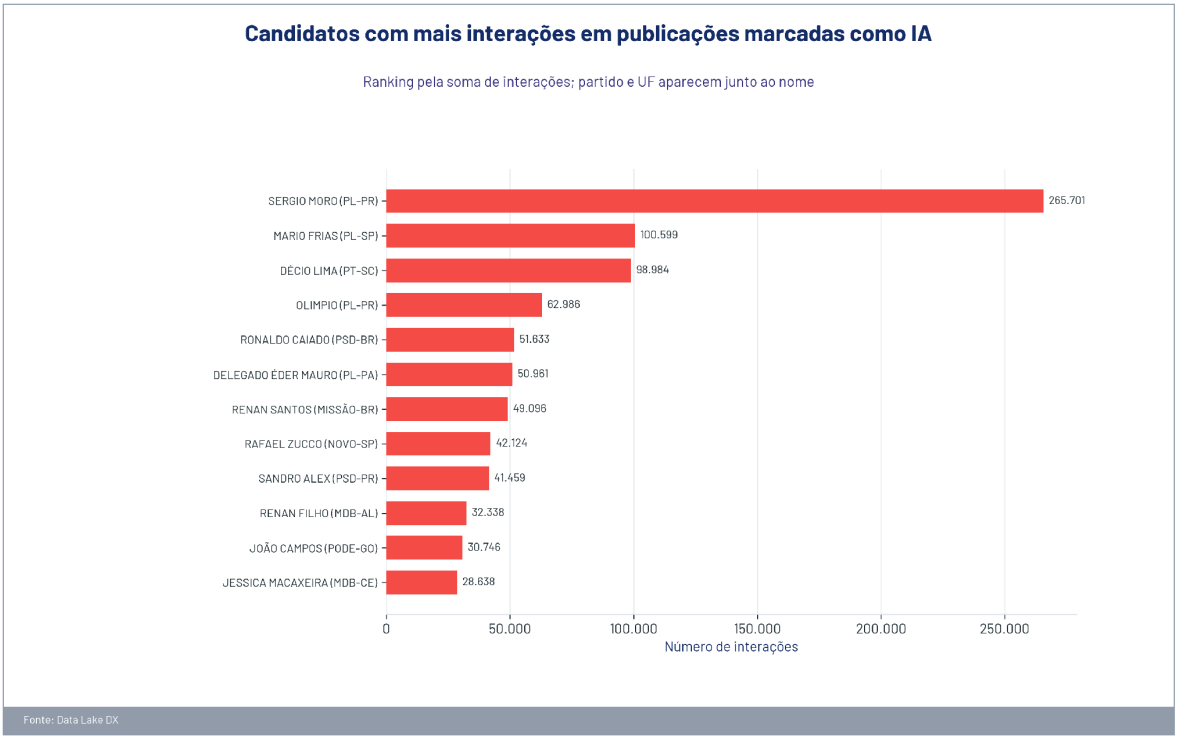
Ao longo da quinzena, 1.972 das 235.948 publicações realizadas pelas contas de candidatos monitoradas apresentaram marcações de Inteligência Artificial, o equivalente a aproximadamente 0,8% do total. Na distribuição geográfica dos conteúdos marcados, São Paulo concentrou o maior volume, com 447 publicações, seguido pelo Paraná, com 231, e pelo Rio de Janeiro, com 174. Minas Gerais (107) e Rio Grande do Sul (101) completam o grupo dos cinco estados com maior número de registros.



Entre os candidatos, Sergio Moro (PL-PR) manteve a liderança no número de publicações com marcações de IA, com 70 posts, seguido por Marco Kurovski (PSDB-SP), com 55. Na sequência aparecem Sebastião Santos (Republicanos-SP), com 28 publicações, Julio Cesar (PSD-PI), com 27, e Sandro Alex (PSD-PR), com 23. O desempenho individual em termos de interações apresentou uma distribuição distinta, embora Sergio Moro também tenha

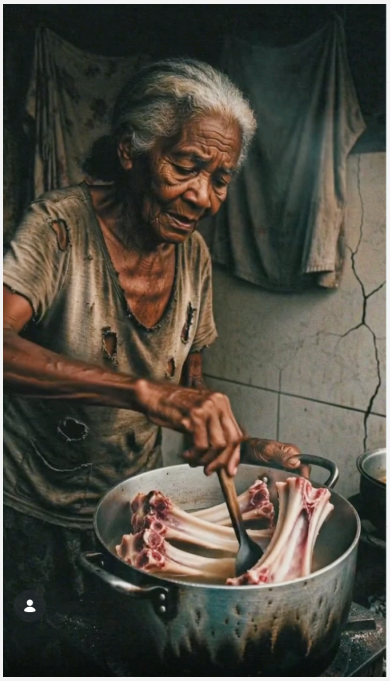
permanecido na primeira posição, acumulando aproximadamente 266 mil interações. Mario Frias (PL-SP) e Décio Lima (PT-SC) aparecem em seguida, ambos com cerca de 100 mil interações, enquanto Olimpio (PL-PR), com aproximadamente 63 mil, e Ronaldo Caiado (PSD), com 52 mil, completam o grupo dos cinco candidatos com maior engajamento acumulado nas publicações marcadas.





Na distribuição por legendas partidárias, o PL reuniu o maior número de publicações com marcações de IA, totalizando 338 posts. O PT aparece em segundo, com 219, seguido pelo PSD, com 211, Podemos, com 139, e PSDB, com 134. A concentração é ainda mais expressiva quando observadas as interações: o PL acumulou aproximadamente 687 mil, respondendo sozinho por mais de 38% do total. O PT registrou cerca de 223 mil interações (12,5%), enquanto o PSD somou 190 mil (10,7%). O NOVO, apesar de apresentar um volume relativamente menor de publicações, com 104 registros, alcançou aproximadamente 167 mil interações (9,4%). O MDB completa o grupo, com cerca de 96 mil interações (5,4%). Assim, a distribuição do engajamento permanece desigual em relação à frequência de publicações, com algumas legendas alcançando participação proporcionalmente superior nas interações.

Em relação aos tipos de marcação de IA, a autodeclaração dos autores continuou predominando entre os três grupos ideológicos, embora com diferenças importantes: representou 66% das publicações da direita, 64% das do centro e 52,4% das da esquerda. Em contrapartida, os registros de C2PA para conteúdo criado tiveram maior participação proporcional à esquerda, com 24,1%, diante de 19,4% na direita e 17% no centro. Já as marcações de C2PA para conteúdo editado corresponderam a 7,9% dos registros do centro, 7,8% da esquerda e 3,9% da direita. As demais modalidades de identificação, como detecção automática das plataformas, outros marcadores formais e metadados IPTC, apresentaram participação mais reduzida.



1 Décio Lima (PT-SC)

🗨 **98 mil interações**

🔗https://www.instagram.com/p/DeKsb27PL1o/

O vídeo completamente sintético mostra várias cenas que supostamente aconteceriam caso Flávio Bolsonaro assumisse a presidência da República, como uma mulher negra cozinhando ossos, pessoas tentando acessar hospitais públicos sem conseguir, uma vez que foram privatizados, ou tentando matrículas em escolas agora também privadas.



2 Olímpio Araújo Jr. (PL-PR)

62 mil interações

https://www.instagram.com/p/DeKrwUKA23-

O vídeo mostra cenas sintéticas de jornalistas e apresentadores da Rede Globo de Televisão saindo da emissora chorando; a fala repercute uma matéria da Revista Oeste que narra que o Grupo Globo prepara mudanças para se adequar ao resultado eleitoral, produzindo produtos voltados para o público conservador e de direita.



3 Ronaldo Caiado (PSD-GO)

51 mil interações

https://www.instagram.com/p/Dd1B175FfAc

A publicação é um carrossel que é composto de várias imagens que afirmam que Flávio Bolsonaro seria mentiroso por inúmeras contradições evidenciadas a partir da apuração do escândalo Master, e de declarações do Senador. A publicação foi feita antes do apoio de Caiado ao candidato do PL no segundo turno, e ganhou tração a partir de comentários de apoiadores de Lula.

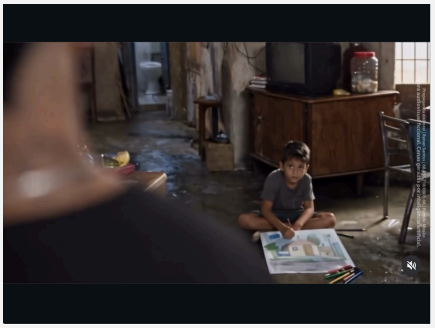


4 Delegado Éder Mauro (PL-PA)

🗨 **50 mil interações**

🔗https://www.instagram.com/p/DeNpbKjtYfq

O vídeo se trata de uma transformação de uma peça real de Lula; na cena, o presidente aparece como um rato.



5 Renan Santos (MISSÃO)

🗨 **53 mil interações**

🔗 https://www.instagram.com/p/Dd74wJzxjQ-

O vídeo mostra uma família morando na favela, e submetida às mazelas que Renan Santos reiterou diversas vezes em sua campanha: crime organizado, milícia, violência urbana, e outras condições que trata negativamente, como os auxílios para a população, como o Bolsa Família – que no vídeo é tratado como algo que desestimula o trabalho. A voz da razão na cena é o filho, que repete bordões da campanha de Renan; a preferência do candidato entre os jovens é assinalada.

Candidatos a Governador

Nas candidaturas aos governos estaduais, foram identificadas 180 publicações com marcações de IA. A direita respondeu por 102 posts, aproximadamente 57% do total, distribuídos entre 14 candidatos; os partidos tipicamente vinculados ao centro fisiológico somaram 55 publicações, de 15 candidatos, enquanto a esquerda registrou 23, de 8 candidatos. Entre os candidatos de direita, destacou-se Sergio Moro (PL-PR), candidato ao governo do Paraná, responsável por 70 das 102 publicações do grupo. No centro fisiológico, Sandro Alex (PSD-PR) reuniu 23 das 55 publicações, enquanto, à esquerda, Requião Filho (PDT-PR) liderou com 6 das 23. A concentração também se verificou na distribuição partidária: PL, PSD, MDB e PT responderam, conjuntamente, por aproximadamente 77% das publicações identificadas. Dos 151 candidatos a governador registrados em nossa base, 37 realizaram publicações com marcações de IA.

As publicações mais engajadas da quinzena no caso dos candidatos a governador tratam do resultados das pesquisas imediatamente anteriores ao primeiro turno das eleições. Sérgio Moro (1; 2; 3), Requião Filho (PDT-PR), Sandro Alex (PSD-PR), Renan Filho (MDB-AL) e Alysson Bezerra (UNIÃO-RN) foram aqueles com maior destaque da série nessa temática. À esquerda, a última semana que antecedeu ao pleito contou com declarações de apoio, afirmações de vitória e apresentações de propostas; Fernando Haddad (PT-SP) (1; 2; 3) foi o principal destaque, com publicações animadas sobre suas propostas, em especial educação.

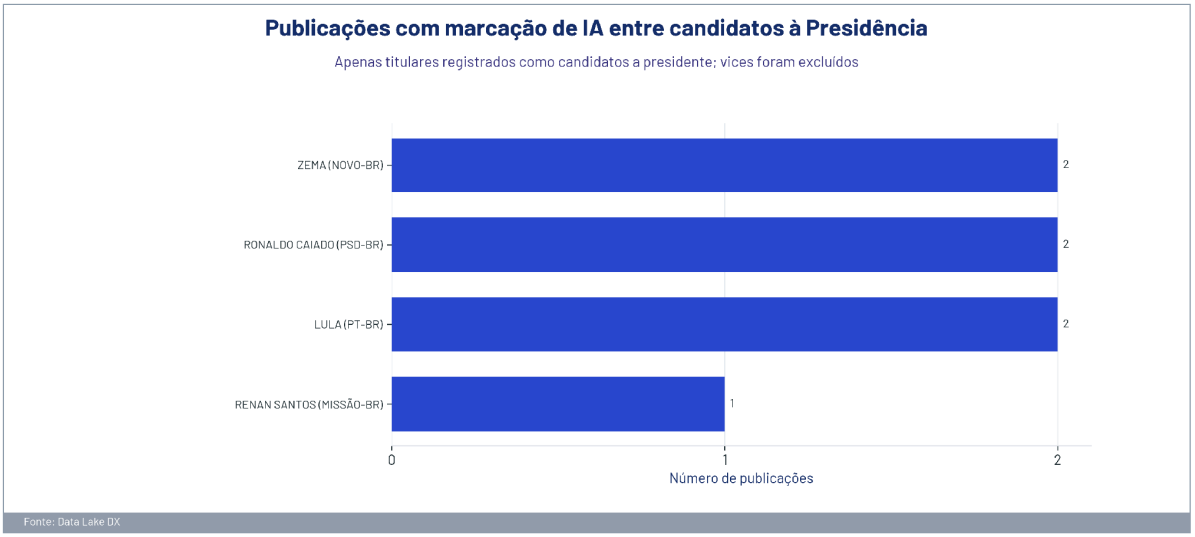
Não foi possível identificar o uso de IA para propulsionar narrativas homogêneas que atravessassem as campanhas de diferentes candidatos a governador; nota-se que o uso de IA. O uso variou possivelmente por conta do art. 9º-B, § 3º-A, da Resolução TSE nº 23.610/2019 que a despeito de não proibir todo conteúdo que possua marcação de IA, impede determinados conteúdos sintéticos envolvendo imagem, voz ou manifestação de candidatos ou pessoas públicas.

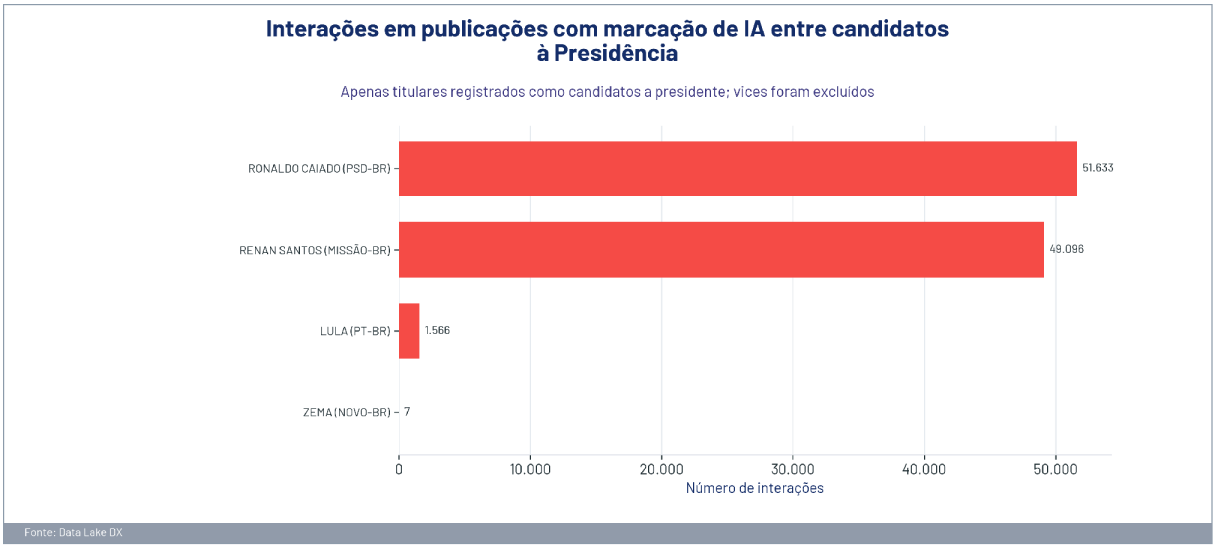
Presidenciáveis

Entre as candidaturas à Presidência da República, foram identificadas sete publicações com marcações de Inteligência Artificial, distribuídas entre quatro candidatos. Ronaldo Caiado (PSD) registrou a publicação com maior volume de interações, com 51.633, seguido de Renan Santos (Missão), com 49.096. Antes do primeiro turno, realizado em 4 de outubro, foram identificadas seis publicações: duas de Ronaldo Caiado (PSD), duas de Romeu Zema (NOVO), uma de Lula (PT) e uma de Renan Santos (Missão). Após a votação, foi registrada apenas uma publicação, de Lula (PT), no dia 5 de outubro.

A publicação com melhor desempenho, a de Ronaldo Caiado, fora aquela supracitada na seção de destaques das candidaturas em geral, e que trata de uma crítica a Flávio Bolsonaro (PL) e que feita antes da declaração de apoio. O mesmo se passou com Renan Santos, segundo em desempenho. Lula, que conseguiu a terceira posição, mas desempenho entre as publicações de IA muito inferior, contou com imagens do ato em São Paulo que participaram ele, Geraldo Alckmin (PSB), Fernando Haddad (PT-SP) e Tebet (PSB-SP).

As publicações de Zema com maior visibilidade trataram de coleções de fotos do candidato.





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.