

# INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA POLÍTICA

## QUAIS OS IMPACTOS DO USO DA IA NA PROPAGANDA POLÍTICA?

**BARBOSA, Isabelly** <sup>1</sup>;

### RESUMO

A inteligência artificial gera grandes transformações na comunicação política. Especialmente na campanha presidencial de 2022, observamos um grande aumento na utilização de conteúdo gerado pela IA e mensagens direcionadas. O objetivo dessa pesquisa é analisar as propagandas políticas geradas por inteligência artificial. Foi utilizada uma abordagem exploratória e foram analisadas as reportagens no G1 e na Folha de São Paulo. Concluímos que a inteligência artificial facilita a comunicação política e aumenta o alcance nas campanhas, mas ela também incentiva a formação das bolhas informativas e a disseminação de fake news. Por isso, essa pesquisa se torna indispensável, a tecnologia deve ser utilizada de forma adequada no ambiente político, a fim de manter o principal princípio democrático, a transparência.

**PALAVRA-CHAVES:** Inteligência artificial; Comunicação Política; Deepfakes; Desinformação; Ética.

### INTRODUÇÃO

A inteligência artificial tem um papel cada vez mais significativo na sociedade, especialmente no campo da comunicação. No ramo político, o uso das IAs para produção e disseminação de propaganda tem se tornado um grande aliado para as campanhas eleitorais, através do algoritmo de segmentação, criação de imagem, jingles, textos persuasivos e principalmente deep fakes. O algoritmo permite que mensagens cheguem aos perfis de possíveis apoiadores, aumentando o alcance das mensagens e persuasão. No entanto, mesmo facilitando a comunicação e a conexão com os públicos, traz sérias problemáticas éticas e sociais. O uso de inteligência artificial nas propagandas políticas pode ultrapassar os limites da persuasão e se transformar em manipulação da opinião pública. Com isso, a disseminação de desinformação e de conteúdo audiovisual falsificado pode prejudicar a integridade da campanha e do processo democrático. Justifica-se esse estudo pela necessidade urgente de refletir sobre os impactos que a crescente presença da inteligência artificial no contexto eleitoral, um espaço onde a transparência e a ética são princípios fundamentais para a democracia e a comunicação.

### METODOLOGIA DA PESQUISA

A pesquisa será desenvolvida através do caráter exploratório e descritivo, com o objetivo de compreender de que maneira o uso da inteligência artificial na propaganda política molda a opinião

pública, bem como as questões éticas e sociais. O estudo tem como corte temporal as campanhas para presidência de 2022, entre os candidatos Luiz Inácio da Silva, Lula, e Jair Bolsonaro, que foram divulgados pelo G1 e pela Folha de São Paulo com palavras-chave como "IA", "propaganda política", "deepfake", "desinformação" e "campanhas políticas". A pesquisa contará com a análise de dados coletados das reportagens e entrevistas do site. Portanto, o trabalho contará com a análise de conteúdos de acordo com Bardin (2016, pg 13) com três categorias: estratégia comunicacional da relação de inteligência artificial; impactos da opinião pública; e questões éticas e sociais

## **INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA COMUNICAÇÃO POLÍTICA**

Atualmente na sociedade contemporânea, os avanços tecnológicos estão moldando não só as campanhas eleitorais, mas também o senso crítico das pessoas, como elas se comunicam, interagem, e principalmente constroem suas percepções através desses avanços. A utilização da inteligência artificial não é só uma tendência ou uma "trend" que estamos acostumados a ver nas redes sociais, mas sim, uma realidade cada vez mais presente no nosso cotidiano. No ramo político, a IA está sendo utilizada como ferramenta estratégica, capaz de segmentar, criar imagens, jingles, textos persuasivos até deep fakes, ou seja, personalizando narrativas políticas persuasivas. Mas, será que a ética e a integridade democrática estão sendo priorizadas?

O sociólogo Silveira (pg 45) afirma que dados reunidos durante vários dias permitem compor um padrão de comportamento, informações sobre gostos, cores preferidas, imagens repulsivas ou elementos atrativos da atenção do usuário. Com tudo, confirma a "a bolha dos filtros", um conceito estudado por Eli Pariser (2011), que reforça que os usuários têm acesso apenas ao conteúdo de seus próprio interesse, ideologia e crença com as quais se identificam. Isso faz com que o acesso seja limitado para a construção de uma opinião crítica e também reduz o debate político democrático.

Portanto, no contexto eleitoral, o algoritmo permite que a comunicação política seja extremamente segmentada, uma estratégia muito eficaz, mas também chega aos limites de persuasão legítima e entra no campo da manipulação. O site JOTA publicou que *deepfakes* podem ser usadas para manipular a opinião pública de forma negativa, criando uma narrativa falsa sobre os candidatos ou eventos eleitorais. A partir dessa problemática de fake news e de desinformação recorrente, o TSE adotou a

Resolução 23.610/2019, dispõe sobre a propaganda eleitoral, onde todo o conteúdo gerado por inteligência artificial deve ser deixado explícito que foi feito por tal.

A comunicação em rede está revitalizando a democracia mediante a crítica aos partidos burocratizados e aos políticos corruptos, defende Manuel Castells, 2018, no site Fronteiras. Isso confirma que as campanhas eleitorais podem vir a ser atacadas em ambos os espaços, digital e offline. Por fim, é importante refletir sobre a inteligência artificial nas propagandas políticas, principalmente quando analisamos o poder de moldar e manipular a opinião pública que ela possui e que pode colocar em risco questões éticas e sociais na democracia.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Com tudo, é indiscutível que a IA é um grande avanço tecnológico na sociedade contemporânea e facilita muito a comunicação política nas campanhas eleitorais. Porém, com ela surgem sérios questionamentos sobre a ética e manipulação da opinião pública. A utilização de deepfakes usadas nos algoritmos ultrapassada a linha de persuasão e começa a manipulação digitalmente.

A partir desse estudo, podemos perceber que as campanhas eleitorais que são medida pela inteligência artificial, usada de maneira intransparente, podem comprometer a democracia e formar a opinião dos eleitores com desinformação e fake news. Com isso, pode levar ao declínio da democracia.

Por fim, esse estudo reforça a necessidade urgente de refletir sobre os impactos da inteligência artificial no contexto político, um espaço onde a transparência e a ética devem ser priorizadas. A tecnologia deve ser utilizada como uma aliada à democracia e não uma ferramenta de manipulação ou distorção da realidade. Discutir esse problema é essencial para garantir que o processo eleitoral se torne mais justo e responsável.

## REFERÊNCIA

YOUTUBE. AOUcOBhsqHI. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=AOUcOBhsqHI>. Acesso em: 27 maio 2025.

YOUTUBE. YR6-Dig4p5M. Disponível em: <https://www.youtube.com/shorts/YR6-Dig4p5M>. Acesso em: 27 maio 2025.

YOUTUBE. pSewuNeosKQ. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pSewuNeosKQ>. Acesso em: 27 maio 2025.

YOUTUBE. BA4nVSpG82I. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BA4nVSpG82I>. Acesso em: 27 maio 2025.

YOUTUBE. 5by5ARFGedE. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=5by5ARFGedE>. Acesso em: 27 maio 2025.

YOUTUBE. X8Ko9rOfxG4. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=X8Ko9rOfxG4>. Acesso em: 27 maio 2025.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo na perspectiva de... (arquivo local). p. 13.

SCIELO. Análise de conteúdo na perspectiva de... Disponível em: <https://www.scielo.br/j/seq/a/RCBgHncvQOKvxMwJvwYYXP/?lang=pt>. Acesso em: 28 maio 2025.

TIMMERS, Paul. Digital Transformation for Business Model Innovation – An Organisational Capabilities Perspective. *Technology Innovation Management Review*, v. 9, n. 1, 2019. Disponível em: <https://timreview.ca/article/1282>. Acesso em: 28 maio 2025.

MOON, J.; CHOI, S.; CHUNG, D. A Study on the Digital Transformation and Sustainability of Media Industry. *Media and Communication*, v. 4, n. 3, 2022. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2673-6756/4/3/21>. Acesso em: 29 maio 2025.

AOS FATOS. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/>. Acesso em: 29 maio 2025.

AGÊNCIA LUPA. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/>. Acesso em: 29 maio 2025.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (TSE). Resolução nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019>. Acesso em: 29 maio 2025.

CASTELLS, Manuel. A comunicação em rede está revitalizando a democracia. *Fronteiras*, 2019. Disponível em: <https://www.fronteiras.com/leia/exibir/manuel-castells-a-comunicacao-em-rede-esta-revitalizando-a-democracia>. Acesso em: 29 maio 2025.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. Tudo sobre TODXS: redes digitais, privacidade e vigilância. Disponível em: [https://mudancatecnologicaedynamicacapitalista.wordpress.com/wp-content/uploads/2019/02/tudo-sobre-tod40s\\_-redes-digitais-privacid-sergio-amadeu-da-silveira-1.pdf](https://mudancatecnologicaedynamicacapitalista.wordpress.com/wp-content/uploads/2019/02/tudo-sobre-tod40s_-redes-digitais-privacid-sergio-amadeu-da-silveira-1.pdf). p. 45. Acesso em: 29 maio 2025.

PARISER, Eli. O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você. Disponível em: [https://flavioufabc.wordpress.com/wp-content/uploads/2019/02/filtro-invisivel\\_eli-pariser.pdf](https://flavioufabc.wordpress.com/wp-content/uploads/2019/02/filtro-invisivel_eli-pariser.pdf). Acesso em: 29 maio 2025.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 1. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. Disponível em: <https://archive.org/details/CASTELLSManuel.ASociedadeEmRedeVol.II/page/n23/mode/2up>. Acesso em: 29 maio 2025.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. 1. ed. São Paulo: Edições 70, 2011.

G1. Justiça Eleitoral está atenta ao uso de IA para fake news em campanhas eleitorais [vídeo]. G1 Goiás. [s.d.]. Disponível em: <https://g1.globo.com/go/goias/videos-bom-dia-go/video/justica-eleitoral-esta-atenta-ao-uso-de-ia-para-fake-news-em-campanhas-eleitorais-12892771.ghtml>. Acesso em: 7 jun. 2025.

TV GLOBO. Investigação por calúnia na campanha eleitoral de Parnamirim [vídeo]. RN TV 1ª Edição, exibido no Globoplay. 4 jun. 2025. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/13654576/>. Acesso em: 7 jun. 2025.

TV GLOBO. [Título não informado] [vídeo]. Globoplay. [s.d.]. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/6908593/>. Acesso em: 7 jun. 2025.

G1. Veja o que é fato ou fake nas campanhas eleitorais dos candidatos ao GDF [online]. G1 – Distrito Federal, 3 set. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/eleicoes/2022/noticia/2022/09/03/veja-o-que-e-fato-ou-fake-nas-campanhas-eleitorais-dos-candidatos-ao-gdf.ghtml>. Acesso em: 7 jun. 2025.

FOLHA DE S. PAULO. O que falta nos planos das redes sociais contra fake news nas eleições [podcast]. São Paulo: Folha de S. Paulo, 16 fev. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/podcasts/2022/02/o-que-falta-nos-planos-das-redes-sociais-contr-fake-news-nas-eleicoes-ouca-podcast.shtml>. Acesso em: 7 jun. 2025.

FOLHA DE S. PAULO. Entenda regras para retirada de conteúdo e moderação das redes sociais nas eleições [online]. São Paulo: Folha de S. Paulo, mar. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/03/entenda-regras-para-retirada-de-conteudo-e-moderacao-das-redes-sociais-nas-eleicoes.shtml>. Acesso em: 7 jun. 2025.

FOLHA DE S. PAULO. Lei das fake news deve ter efeito inócuo nas eleições [online]. São Paulo: Folha de S. Paulo, 13 mar. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/03/lei-das-fake-news-deve-ter-efeito-inocuo-nas-eleicoes.shtml>. Acesso em: 7 jun. 2025.