

ALÉM DA GRANDE MÍDIA: COMO A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL RECONFIGURA A DISPUTA POR NARRATIVAS NA POLÍTICA BRASILEIRA¹

BEYOND THE MAINSTREAM MEDIA: HOW ARTIFICIAL INTELLIGENCE RECONFIGURES THE DISPUTE OVER NARRATIVES IN BRAZILIAN POLITICS

Matheus de Souza Rodrigues²

<https://orcid.org/0009-0003-9889-0725>

RESUMO

Este artigo explora o papel da Inteligência Artificial (IA) como ferramenta de comunicação política para a esquerda, buscando contornar o controle narrativo da mídia tradicional e da extrema-direita no Brasil. A pesquisa analisa de que forma a IA tem sido utilizada para construir narrativas alternativas, amplificar vozes de grupos marginalizados e desmistificar discursos hegemônicos. Para isso, são examinados os desafios e as limitações dessa tecnologia, como a manipulação algorítmica e a disseminação de notícias falsas. A metodologia do estudo incluiu uma revisão bibliográfica e a análise de casos práticos. Nas conclusões, este texto argumenta que, apesar dos riscos, a IA oferece um potencial transformador para as forças progressistas, permitindo a construção de um discurso propositivo e focado em propostas concretas para as lutas sociais e trabalhistas, em vez de se limitar a uma postura reativa. A chave para um futuro promissor, conforme o artigo, reside no desenvolvimento ético e responsável dessas ferramentas como operacionalização da produção de um discurso voltado à justiça social.

Palavras-chave: inteligência artificial; comunicação política, mídia e narrativas; esquerda; democracia.

1 Este artigo nasce do desafio cotidiano de pesquisador e divulgador de notícias, análises políticas e pesquisas científicas na página “Educcionando com crítica” (@educacionando_comcritica) na rede social do Instagram.

2 Bolsista doutorando do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Pesquisador na linha Teoria e Pensamento Social do Programa de Pós-Graduação em Sociologia na Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: matheus.srodrigues@ufpe.br

ABSTRACT

This article explores the role of Artificial Intelligence (AI) as a political communication tool for the left, seeking to circumvent the narrative control of traditional media and the far-right in Brazil. The research analyzes how AI has been used to construct alternative narratives, amplify the voices of marginalized groups, and demystify hegemonic discourses. To this end, the research examines the challenges and limitations of this technology, such as algorithmic manipulation and the spread of fake news. The study's methodology included a literature review and case study analysis. In its conclusions, this text argues that, despite the risks, AI offers transformative potential for progressive forces, enabling the construction of a proactive discourse focused on concrete proposals for social and labor struggles, rather than limiting itself to a reactive stance. The key to a promising future, according to the article, lies in the ethical and responsible development of these tools as an operationalization of the production of a discourse focused on social justice.

Keywords: artificial intelligence; political communication, media and narratives; left; democracy.

1 INTRODUÇÃO

Em um cenário político cada vez mais complexo, a disputa por narrativas se tornou central para a formação da opinião pública e a manutenção das estruturas de poder por parte das elites brasileiras (Souza, 2019). Por um lado, a mídia tradicional, controlada por grandes corporações, consolida-se como um dos principais agentes na formação do consenso, frequentemente marginalizando pautas progressistas e movimentos sociais. Por outro, a ascensão da Inteligência Artificial (IA) no discurso político surge como uma nova força, com potencial para desafiar esse controle narrativo e democratizar a produção de conteúdo nas redes sociais. A IA, que já se mostra uma ferramenta estratégica em campanhas políticas para segmentar audiências e personalizar mensagens, agora emerge como uma alternativa aos grupos tradicionalmente subalternos, possibilitando a criação de suas próprias narrativas, isto é, ampliando o alcance e o engajamento em temas sociais cruciais para a sociedade.

Nesse contexto, este artigo busca entender o papel da IA como uma ferramenta de comunicação política capaz de atravessar o controle narrativo da mídia tradicional e dos segmentos da extrema-direita. Assim, o objetivo é analisar de que forma a esquerda e o campo progressista têm utilizado a inteligência artificial para construir narrativas alternativas, amplificar vozes de grupos marginalizados e desmistificar discursos hegemônicos. Para isso, a pesquisa explora os desafios e as limitações dessa tecnologia, como a manipulação algorítmica e a disseminação de notícias falsas, sem deixar de destacar o potencial da IA como um instrumento ético e estratégico para a democracia.

Ao abordar essa dinâmica, justifica-se este artigo pela sua relevância ao oferecer uma linha de interpretação com bases em estudos e casos práticos de como a IA pode se tornar uma ferramenta de empoderamento, possibilitando à esquerda e ao campo progressista uma posição reativa mais propositiva e assertiva na disputa do consenso por uma sociedade mais justa.

A metodologia empregada neste trabalho consistiu em uma revisão bibliográfica detalhada, com a análise de diversos autores do campo da mídia e tecnologia, que discute a relação de poder entre esses meios. Como já mencionado, este artigo também traz a análise de estudos de caso concretos, como a campanha “Justiça Social Já”, mobilizada pela esquerda e pelo campo progressista, e o projeto Transciclopédia feito pela ONG ARCO, para ilustrar a aplicação prática da IA na construção de narrativas libertárias e anti-hegemônicas.

Nas considerações finais, apontamos que a IA, apesar dos desafios e riscos, oferece um potencial transformador para as forças políticas que buscam se desvencilhar de uma posição defensiva. Esta tecnologia permite a construção de um discurso amplo e engajado, que possibilita focar em propostas concretas para as lutas sociais e trabalhistas, em vez de se limitar a reagir a acusações da mídia tradicional e das plataformas dos setores conservadores. Logo, acreditamos que a chave para um futuro promissor reside no desenvolvimento ético e responsável dessas ferramentas, garantindo que a tecnologia sirva como um instrumento de emancipação coletiva e não de alienação como tradicionalmente está posto no cotidiano.

2 O SURGIMENTO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO DISCURSO POLÍTICO

O impacto da Inteligência Artificial (IA) no discurso político contemporâneo é inegável, especialmente com sua crescente utilização nas redes sociais e na criação de conteúdo digital. Com o avanço das tecnologias digitais, a IA tem se tornado uma ferramenta estratégica para personalizar campanhas eleitorais, segmentando audiências e adaptando mensagens políticas de forma mais eficaz. Esta transformação tecnológica não se limita à criação de conteúdos direcionados, assim como expande a capacidade de influenciar a opinião pública e revelou-se, recentemente, como uma alternativa para combater a desinformação. Ao analisar exemplos de uso da IA em campanhas políticas, observa-se como ela tem sido empregada para desafiar o controle das narrativas dominantes e proporcionar alternativas que fortalecem a participação democrática. Nesse sentido, este tópico explora o papel da IA como ferramenta de comunicação no contexto político, destacando seus potenciais e limitações.

2.1 A IA NO CONTEXTO TECNOLÓGICO

O advento da inteligência artificial (IA) tem transformado a comunicação política, especialmente nas redes sociais e na criação de conteúdo digital. A IA, por meio de algoritmos de recomendação e *chatbots*, tem sido utilizada para segmentar audiências e personalizar mensagens políticas, permitindo que campanhas eleitorais alcancem maior eficácia ao adaptarem seus conteúdos às preferências dos eleitores (Tomić; Damnjanović; Tomić, 2023). Para Matz *et al.* (2024), a IA não só facilita a criação de conteúdos personalizados, como também tem o potencial de influenciar as opiniões políticas dos usuários, mesmo por meio de interações breves, evidenciando seu impacto como ferramenta de persuasão política.

Em *The potential of generative AI for personalized persuasion at scale*, Matz et al. (2024) utilizaram um método empírico, com quatro estudos (consistindo em sete sub-estudos, totalizando um N = 1788 participantes), para demonstrar o potencial dos grandes modelos de linguagem (LLMs)³, como o ChatGPT, para automatizar a persuasão personalizada em escala. Os pesquisadores testaram a eficácia de mensagens personalizadas criadas pelo ChatGPT em comparação com mensagens não personalizadas, usando diferentes domínios de persuasão (por exemplo, marketing de produtos de consumo e apelos políticos) e perfis psicológicos (como traços de personalidade, ideologia política e fundamentos morais).

Com isso, os autores concluíram que as mensagens personalizadas criadas por grandes modelos de linguagem (LLMs) como o ChatGPT são significativamente mais influentes do que as mensagens não personalizadas. Essa conclusão foi consistente em diferentes domínios, como marketing de produtos, apelos políticos para a ação climática e mensagens sobre saúde (Matz et al., 2024).

2.2 IA COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO

Como os próprios Tomić, Damnjanović e Tomić (2023) evidenciaram, a IA permite a criação de narrativas alternativas e democráticas, oferecendo uma resposta ao controle midiático tradicional. Por meio da análise de grandes volumes de dados, é possível identificar padrões de comportamento dos eleitores e criar conteúdos direcionados para engajá-los de forma mais eficaz. Além disso, a IA pode ser usada para identificar e combater desinformação, desmentindo informações falsas com rapidez e precisão. Dessa forma, a IA pode, também, contribuir para a integridade do processo democrático desde que bem utilizada, ao mesmo tempo que possibilita uma disputa mais justa pela narrativa política (Jauch, 2025).

2.3 EXEMPLOS DE USO DE IA PARA PROPÓSITOS POLÍTICOS

Como observaram Bovet e Maske (2019), o uso de *bots* e notícias falsas na campanha presidencial dos EUA em 2016, por exemplo, teve um impacto significativo na difusão de informações no Twitter. Uma análise de 171 milhões de tweets mostrou que 25% dos tweets com links para notícias espalhavam conteúdo falso ou extremamente tendencioso. No geral, o volume de tweets com links para notícias falsas e extremamente tendenciosas era comparável ao volume de tweets para notícias de centro e de esquerda.

3 De maneira geral, os Modelos de Linguagem de Grande Escala (LLMs) são sistemas de IA treinados com grandes volumes de texto para aprenderem padrões da linguagem e, assim, compreenderem e gerarem novas sequências de forma autônoma. Eles se popularizaram com o ChatGPT, baseado nos modelos GPT-3 e GPT-4 (Data Science Academy, 2023).

A repórter Sarah Steffen, na matéria *AI-driven bot network tried to help Trump win US election*, publicada em abril de 2024 no jornal *Deutsche Welle*, levantou uma denúncia onde uma rede de bots, impulsionada por inteligência artificial, atuou na Plataforma X para apoiar Donald Trump nas eleições presidenciais dos Estados Unidos. Nessa reportagem, a autora menciona que um pesquisador identificou essa rede, que foi descrita como “grande, mas grosseira”, e que as contas envolvidas foram rapidamente suspensas pelo X. Estima-se a dificuldade de atribuição da autoria de tais redes e como a IA pode automatizar completamente essas operações, tornando-as mais difíceis de detectar à medida que a tecnologia avança.

Já a jornalista Thais Borges, em uma matéria em julho 2019, intitulada “Conheça a Operação Serenata de Amor, que criou robô para monitorar gastos de parlamentares”, apresentou o que seria denominada “Operação Serenata de Amor”, um projeto de cientistas de dados e entusiastas de tecnologia que, desde 2016, utiliza um robô de IA chamado “Rosie” para monitorar os gastos de parlamentares brasileiros na Cota para Exercício da Atividade Parlamentar (Ceap). A Rosie, que tem seu código aberto, analisa os reembolsos em busca de padrões suspeitos, como despesas exorbitantes com refeições ou viagens incompatíveis, e publica suas descobertas no Twitter, o que já resultou em milhares de denúncias e centenas de reembolsos cancelados. O projeto, hospedado pela *Open Knowledge Brasil* e financiado por doações, demonstra como a tecnologia pode, nesse caso, ser usada para aumentar a transparência e fiscalizar o uso do dinheiro público.

3 ESTRATÉGIAS DA ESQUERDA NA UTILIZAÇÃO DE IA PARA A CONSTRUÇÃO DE NARRATIVAS

Nos últimos anos, a inteligência artificial emergiu como uma ferramenta poderosa e multifacetada, redefinindo as estratégias de comunicação política. No contexto da esquerda, a IA tem sido empregada não apenas para otimizar campanhas, mas também para construir narrativas mais inclusivas e contestar discursos hegemônicos. Nos pontos seguintes, mostramos como a esquerda tem utilizado a IA para criar conteúdo de vídeo, dar voz a grupos historicamente marginalizados e desmistificar a narrativa dominante, apresentando exemplos concretos de sua aplicação para mobilizar e engajar a base eleitoral.

3.1 CRIAÇÃO DE CONTEÚDO DE VÍDEO COM IA

No início de julho, a jornalista Laila Nery (2025) mostrou a potência da utilização da IA na criação de vídeos pelo Partido dos Trabalhadores em relação à retaliação das pautas presidenciais derrubadas pelo Congresso Nacional. E, por conseguinte, tem sido uma estratégia adotada por movimentos de esquerda para amplificar as vozes dos trabalhadores e movimentos sociais. Esses vídeos, produzidos com ferramentas de IA, permitem a criação de conteúdos impactantes que atraem a atenção do público e geram engajamento nas redes sociais, facilitando a disseminação de mensagens progressistas.

Como relata Nery (2025), o uso crescente de vídeos gerados por inteligência artificial pela esquerda nas redes sociais teve como foco melhorar a comunicação deste setor político com a população. A principal estratégia está sendo a campanha “BBB” (Bilionários, Bancos e Bets), que usa esses vídeos para criar uma narrativa de “ricos versus pobres” e defender a taxaço de super-ricos e plataformas de apostas, as famosas *bets*. Logo, a tática é considerada uma resposta ao sucesso da direita nas redes e busca mobilizar a base eleitoral, gerando um embate direto com os setores conservadores do Congresso Nacional.

3.2 PLURALIDADE DE VOZES

A IA possibilita a geração de conteúdos que englobam as perspectivas de trabalhadores, minorias raciais, mulheres e comunidades LGBTQIA+. Iniciativas como a Transciclopédia, desenvolvida pela ONG ARCO, utilizam IA para mapear e divulgar histórias de pessoas trans brasileiras, combatendo a invisibilidade histórica dessa população e ampliando o repertório de referências sobre pessoas trans no Brasil (Observatório 3º Setor, 2024). De acordo com os idealizadores,

A ideia é que a ferramenta fortaleça a organização em suas missões, como o combate à discriminação e o preconceito e luta pelos direitos da população LGBTQIAP+, a partir dos marcadores sociais de diferença como recortes de “raça, etnia, gênero, território, gerações, classe, deficiências, orientações sexuais, identidades e expressões de gênero” (EscoladeAtivismo, 2023, n.p.).

Dessa forma, observa-se que a utilização da IA pela esquerda vai além da representação identitária e da pluralidade de vozes, consolidando-se como uma ferramenta de contra-ataque comunicacional. Ao dar visibilidade a histórias e sujeitos historicamente silenciados, cria-se uma espécie de fundamento ético e social necessário para o passo seguinte: a desmistificação da narrativa dominante. Assim, a tecnologia deixa de ser apenas um recurso de inclusão para se tornar um instrumento de disputa política ativa, capaz de questionar as estruturas de poder e as falácias propagadas por grupos opositores no ambiente digital.

3.3 DESMISTIFICAÇÃO DA NARRATIVA DOMINANTE

Por outro lado, a IA também pode ser utilizada para desconstruir falácias e manipulações presentes na mídia tradicional que são propagadas pelas contas da extrema-direita. Por exemplo, a campanha “BBB” do PT utilizou vídeos gerados por IA para criticar a desigualdade social e a alta carga tributária sobre os mais pobres, desafiando as narrativas dominantes e promovendo discussões mais amplas sobre justiça fiscal (Redação UOL Economia, 2025).

Numa coluna do jornal a Folha de S.Paulo, Bailez e Fakhouri (2025) observaram que o uso da IA na política brasileira começou de forma experimental e pontual com *deepfakes*⁴ e ataques

⁴ Deepfake, portanto, é uma técnica que usa inteligência artificial para criar vídeos ou áudios falsos e realistas. O termo une “deep learning” (aprendizagem profunda) e “fake” (falso), e a tecnologia é frequentemente utilizada para

em 2022, escalando, assim, para uma ferramenta estratégica de disputa narrativa. O marco dessa mudança, como mencionado anteriormente, foi uma série de conteúdos gerados por IA lançados pelo Partido dos Trabalhadores, como o vídeo “boteco do Brasa”⁵, que viralizou e alcançou milhões de visualizações ao debater a taxaço de super-ricos. Esse movimento foi impulsionado pelo avanço tecnológico de ferramentas como o Veo 3⁶, que, de alguma forma, democratizam e barateiam a produço de vídeos políticos, permitindo que a esquerda dispute o jogo narrativo nas redes sociais, embora ainda enfrente o desafio de rivalizar com o domínio da direita na distribuiço de conteúdo em plataformas como o WhatsApp e Telegram.

4 DESAFIOS E LIMITAÇOES DA UTILIZAÇO DE IA NA CONSTRUÇO DE NARRATIVAS PROGRESSISTAS

Se a ascensào da IA apresenta um potencial transformador para a criaço e disseminaço de narrativas progressistas, oferecendo ferramentas poderosas para amplificar vozes marginalizadas e moldar o debate público, em contrapartida, a sua utilizaço não é isenta de desafios e de limitaçoes significativas. Por isso, faz-se crucial abordar as complexidades éticas, sociais e técnicas para garantir que a IA se torne uma força para o bem público, em vez de um instrumento que possa reforçar desigualdades e minar a confiança da esfera pública. Nesta seço, examinamos os principais obstáculos, como a manipulaço algorítmica e a disseminaço de notícias falsas, o acesso desigual à tecnologia e os desafios de autenticidade que comprometem a credibilidade de tais narrativas.

4.1 MANIPULAÇO ALGORÍTMICA E FAKE NEWS

A manipulaço algorítmica e a disseminaço de *fake news* são riscos inerentes à utilizaço da IA na construço de narrativas políticas. Estudos indicam que a manipulaço de algoritmos pode ser usada para espalhar desinformaço, tanto por agentes externos quanto por grupos políticos com intençoes específicas. A manipulaço pode amplificar conteúdos em bolhas informacionais, dificultando a disseminaço de narrativas alternativas e/ou diferente da qual os aplicativos formatam. Sobre isso, Ienca (2023) caracteriza que a manipulaço digital, impulsionada pela IA, desenvolve-se como qualquer influência exercida por meio do uso de tecnologia digital que foi intencionalmente criada para contornar a razão de um indivíduo. Para o autor, a manipulaço tem como objetivo criar uma “assimetria de resultados” entre a entidade que processa os dados (ou se beneficia deles) e o titular dos dados. Em outras palavras, a IA é usada para influenciar o comportamento do usuário de maneira que ele não consegue resistir ou rejeitar conscientemente.

combinar a voz de uma pessoa com um vídeo já existente, fazendo parecer que ela disse algo que na verdade não disse (G1, 2024).

5 Para conferir, ver perfil oficial do Partido dos Trabalhadores no Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DLiudWcyEM1/>. Acesso: 14 ago. 2025.

6 Para entender o funcionamento da ferramenta, sugiro ler a matéria no link do jornal digital do G1 (2025).

4.2 ACESSO DESIGUAL À TECNOLOGIA

O acesso desigual às tecnologias de IA pode acentuar desigualdades sociais, prejudicando grupos que não têm acesso a essas ferramentas. A concentração de patentes e o desenvolvimento de IA em países ricos limitam a participação dos países em desenvolvimento no debate global (Costa *et al.*, 2024).

Mesmo com toda a facilidade de acesso à internet e ser algo muito comum e familiar entre as pessoas, segundo o IBGE (2023), “uma a cada quatro pessoas não têm acesso a internet”, ou seja, ainda é um número muito alto. E com isso ainda contamos com uma parcela da população que tem o acesso à internet, mas ainda se encaixa no analfabetismo digital, ou seja, conhece, possui tecnologias, mas não sabe utilizar para benefícios próprios (Costa *et al.*, 2024, p. 7748-7749).

Conforme argumentam Costa *et al.* (2024), a inclusão digital vai muito além do simples acesso a dispositivos e à internet. Assim, a inclusão plena depende de uma combinação de fatores, como a alfabetização digital, que se refere à capacidade de usar a tecnologia de forma eficiente e crítica, e a qualidade do acesso fornecido. Logo, a inclusão digital é a base para a cidadania digital, que é a participação ativa, crítica e ética na sociedade online. Desse modo, conclui-se que a cidadania digital é a consequência natural de uma inclusão digital bem-sucedida, na qual os indivíduos usam as ferramentas digitais para exercer seus direitos, responsabilidades e promover uma democracia mais ampla.

4.3 DESAFIOS DE AUTENTICIDADE E CONFIANÇA

A utilização de IA na criação de conteúdo político levanta questões sobre a autenticidade e a confiança do público. A dificuldade em distinguir entre conteúdos gerados por IA e conteúdos humanos pode minar a confiança nas informações disseminadas, prejudicando, inclusive, a credibilidade das narrativas progressistas (IAutomatize, 2025).

Observaram-se casos em que os algoritmos de IA mais avançados podem ser enganados por novas táticas de manipulação. Trata-se de uma corrida armamentista constante: à medida que as ferramentas de detecção evoluem, os criadores de conteúdo falso também aprimoram seus métodos. Existe, além disso, o risco de falsos positivos, onde um conteúdo legítimo é erroneamente rotulado como falso, e de falsos negativos, quando um conteúdo fraudulento passa despercebido. Esse tipo de falha pode minar a confiança nas próprias ferramentas de detecção. Além do mais, a IA muitas vezes tem dificuldade em interpretar a sutileza da sátira ou de um comentário social, o que pode levar a classificações incorretas (IAutomatize, 2025).

Por outro lado, a discussão sobre IA ética e autenticidade digital aborda desafios críticos que vão além da tecnologia em si. A transparência e a “explicabilidade” dos algoritmos são essenciais para combater os sistemas de “caixa preta” e garantir a responsabilização. O viés algorítmico, que pode perpetuar preconceitos sociais e comprometer a factualidade das notícias, é um grande risco, especialmente na detecção de desinformação. Nisto, a responsabilidade legal pelo uso indevido de tecnologias como os *deepfakes* é uma questão complexa e ainda sem resolução. A consequência mais grave é compreendermos o tamanho do impacto/efeito na confiança

pública e nas instituições democráticas, com a disseminação em massa de desinformação que pode manipular eleições e minar o debate público. Essa “corrida armamentista” entre criadores de conteúdo falso e ferramentas de detecção exige uma abordagem que vai além da tecnologia, focando em *design* responsável, educação e supervisão humana (IAutomatize, 2025).

5 CASOS DE SUCESSO NA UTILIZAÇÃO DE IA PARA CONSTRUÇÃO DE NARRATIVAS A FAVOR DOS TRABALHADORES NO BRASIL

Apesar dos desafios e das limitações da inteligência artificial (IA) na construção de narrativas, existem exemplos notáveis de seu uso como uma ferramenta poderosa para a promoção de pautas progressistas. No Brasil, o crescente emprego da IA por movimentos sociais, sindicatos e ONGs tem gerado resultados promissores, especialmente na ampliação das vozes dos trabalhadores e na contestação de narrativas dominantes. Nesta seção, apresentamos dois casos de sucesso que ilustram como a IA pode ser utilizada de forma estratégica e ética para impulsionar a conscientização, a mobilização e o engajamento político em temas cruciais para a justiça social.

5.1 CASO 1: CAMPANHA “JUSTIÇA SOCIAL JÁ”

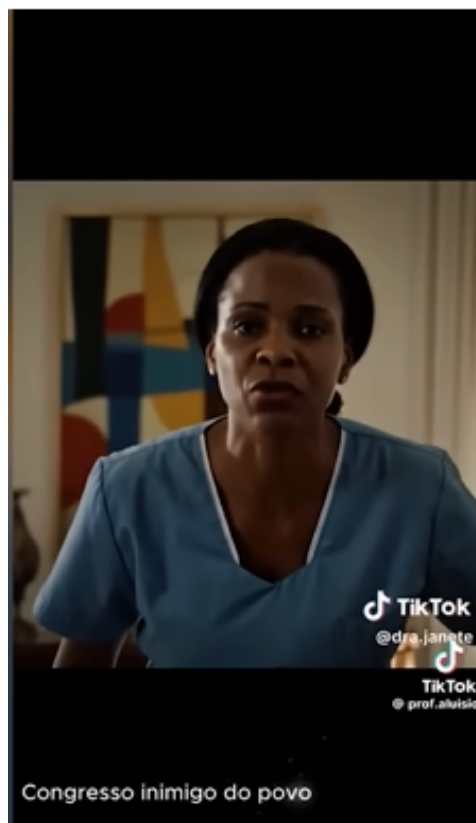
A campanha “Justiça Social Já”, promovida por movimentos sindicais e sociais, utilizou a inteligência artificial para criar conteúdos audiovisuais focados em temas como a redução da jornada de trabalho, a taxação das grandes fortunas e a valorização do salário mínimo. Como visto, a utilização da IA permitiu uma personalização massiva dos vídeos gerados, adaptando as mensagens para públicos específicos com base em dados demográficos e comportamentais, o que potencializou o alcance e a eficácia da campanha. Esses vídeos foram amplamente compartilhados nas redes sociais, alcançando um público diversificado e gerando discussões sobre justiça social e desigualdade econômica. Segundo o analista político Sakamoto (2025), campanhas progressistas que utilizaram a IA têm mostrado eficácia não apenas na disseminação de suas mensagens, mas também na mobilização de eleitores e no aumento do engajamento político, especialmente em temas que desafiam as narrativas dominantes.

Figura 1 – Peça “Pelo fim da Escala 6x1 e crítica aos parlamentares de direita”



Fonte: Poder360.

Figura 2 – Peça “Congresso Inimigo do Povo”



Fonte: Poder360.

Conforme as figuras 1 e 2, os dois vídeos foram gerados por IA defendendo a taxaço dos super-ricos, reduço da jornada de trabalho, criticando os privilégios para os deputados e senadores, chamando o voto aos parlamentares de esquerda e apoiando a isenço dos impostos para os mais pobres e para a classe média (Poder360, 2025).

O uso da IA, nesse caso, possibilitou a criação de uma narrativa alternativa que desafiou a agenda da mídia tradicional e dos setores conservadores, que frequentemente escondem ideologicamente as pautas relacionadas à melhoria das condições de vida dos trabalhadores. Como Schiller (1989) aponta, a mídia corporativa desempenha um papel crucial na construção das narrativas dominantes, muitas vezes em detrimento de questões sociais fundamentais. Nesse sentido, ao usar a IA para personalizar e amplificar as vozes de trabalhadores, a campanha “Justiça Social Já” conseguiu contornar, de certo modo, esse controle midiático, levando questões estruturais a exemplo da desigualdade e dos direitos sociais para o centro do debate público.

5.2 CASO 2: DESENVOLVIMENTO DE AÇÕES AFIRMATIVAS ATRAVÉS DE IA

Outra referência foi o próprio desenvolvimento da ONG ARCO, que utilizou a inteligência artificial para construir conteúdos informativos que abordavam direitos trabalhistas e as condições de trabalho dos trabalhadores informais e da economia digital. Através de vídeos educativos e de posts interativos, a iniciativa alcançou milhares de trabalhadores, fornecendo informações cruciais sobre seus direitos e formas de reivindicação.

A utilização de IA na ONG ARCO foi crucial para a inclusão digital de trabalhadores marginalizados, muitas vezes excluídos das discussões políticas e sociais. A IA, ao criar conteúdos acessíveis e adaptados às necessidades desses grupos, não apenas ampliou o conhecimento sobre seus direitos, assim como proporcionou uma plataforma para que suas demandas fossem ouvidas. Essa abordagem pode ser vista como uma resposta à desinformação e à exclusão social que muitos trabalhadores enfrentam, especialmente os da economia digital, conforme discute Fonseca (2011), ao analisar as barreiras estruturais que limitam a participação ativa de grupos subalternos na esfera pública.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS: A TRANSFORMAÇÃO DO DISCURSO POLÍTICO E O FUTURO DA IA NA POLÍTICA

No atual momento, a ascensão da inteligência artificial no cenário político representa uma mudança paradigmática na forma como as narrativas são construídas e disputadas. Em resposta à hegemonia imposta pelas classes dominantes, acreditamos que a inteligência artificial tem potencial de ser uma poderosa ferramenta para a criação e disseminação de narrativas alternativas.

Foi nesse sentido que estratégias como a produção de conteúdo de vídeo personalizado, a amplificação de vozes de grupos marginalizados (como na campanha “Justiça Social Já” e a taxação do grupo “BBB”) e a desmistificação de narrativas dominantes, demonstraram a capacidade da IA de contornar o controle midiático tradicional e promover maior engajamento político. No entanto, a utilização da IA não é isenta de desafios e de limitações, incluindo o risco de manipulação algorítmica, a disseminação de *fake news*, o acesso desigual à tecnologia e a dificuldade em garantir a autenticidade e a confiança no conteúdo gerado.

Por conseguinte, o futuro da IA na política aponta para um cenário incerto, mas quando utilizado por setores democráticos, viabilizam-se possibilidades na construção de um discurso mais inclusivo e democrático. As tecnologias de IA podem ser aprimoradas para não apenas personalizar mensagens, bem como para combater ativamente a desinformação, identificar vieses algorítmicos e promover a cidadania digital plena (Costa *et al.*, 2024). Ao democratizar a produção de conteúdo e oferecer plataformas para que trabalhadores e movimentos sociais criem suas próprias narrativas, a IA tem o potencial de fortalecer a participação cívica e de mobilizar a base eleitoral em torno de temas cruciais como justiça social e direitos trabalhistas.

Nesse cenário, há que se levar em conta que a disputa por narrativas progressistas com o uso de IA deve se afastar, como sugere Coeckelbergh (2020), das especulações sobre um futuro distante

e focar nos impactos reais e imediatos da tecnologia. A verdadeira fronteira ética e política não está em cenários apocalípticos, mas nos desafios cotidianos de viés algorítmico, responsabilidade e na garantia de que a tecnologia sirva, de fato, para o empoderamento e o aprofundamento da democracia, e não como uma nova forma de controle. Nisso, concordamos com o autor que “a ética da IA não se trata necessariamente de proibir coisas; também precisamos de uma ética positiva: desenvolver uma visão de uma vida boa e de uma sociedade boa” (Coeckelbergh, 2020, p. 175, tradução nossa)⁷.

Isso posto, a chave para um futuro promissor reside no desenvolvimento ético e responsável dessas ferramentas, com foco na transparência, na “explicabilidade” e na inclusão digital de todos os segmentos da sociedade, garantindo que a tecnologia sirva como um instrumento de empoderamento, e não de alienação. Dessa forma, as forças políticas que buscam justiça social e lutam contra as opressões de raça, gênero e sexo, por exemplo, podem se articular de forma propositiva, usando a IA para construir uma agenda positiva, em vez de apenas reagir às acusações e escândalos da mídia tradicional. A tecnologia permite que a “pequena política” seja confrontada com um discurso amplo e engajado, focado em propostas concretas para as lutas sociais e trabalhistas, o que efetivamente as tira da defensiva.

Os desafios impostos pelas novas plataformas de comunicação e o potencial manipulador da IA, conduz-nos ao resgate de reflexões de autores como Hartmut Rosa, Jürgen Habermas e Axel Honneth em relação à comunicação. O controle narrativo da grande mídia e a aceleração da comunicação impulsionada pela IA ressoam com a teoria da aceleração social de Rosa (2022), onde a velocidade da informação pode levar à alienação e à perda de conexão com o mundo real. Nisso, a manipulação de algoritmos, as *fakes news* e a polarização das redes sociais minam o ideal de esfera pública pensado por Habermas (2023), para a qual o debate público racional é essencial para a democracia. Em vez de um espaço de diálogo, a mídia e as plataformas digitais se tornam “câmeras de eco”, fragmentando o discurso/comunidades e impedindo a formação de consensos racionais.

Por fim, a marginalização de vozes e a perpetuação de vieses, tanto pela mídia tradicional quanto por algoritmos, refletem a luta por reconhecimento social de Honneth (2003). Ao deslegitimar as demandas de grupos subalternos, essas estruturas impedem o reconhecimento de suas identidades e contribuições, crucial para uma sociedade justa. A IA, portanto, apresenta uma oportunidade de construir um novo meio para o reconhecimento, como nos exemplos descritos nos casos 5.1 e 5.2, tirando o debate da esfera corruptiva da mídia tradicional e das forças conservadoras, levantando debates estruturais, tais como o fim da jornada de trabalho 6x1, tributação dos super-ricos, regulação das próprias *Bigs Techs* e redução dos impostos para a classe trabalhadora.

7 AI ethics is not necessarily about banning things; we also need a positive ethics: to develop a vision of the good life and the good society.

REFERÊNCIAS

- BAILEZ, Felipe; FAKHOURI, Luis. A esquerda aprendeu a viralizar?. **Folha de S.Paulo**, Coluna Encaminhado com Frequência, 15 jul. 2025. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/encaminhado-com-frequencia/2025/07/a-esquerda-aprendeu-a-viralizar.shtml>. Acesso em: 13 ago. 2025.
- BORGES, Thais. Conheça a Operação Serenata de Amor, que criou robô para monitorar gastos de parlamentares. **Correio 24 Horas**, Salvador, 25 jul. 2019. Disponível em: <https://www.correio24horas.com.br/salvador/conheca-a-operacao-serenata-de-amor-que-criou-robo-para-monitorar-gastos-de-parlamentares-0719>. Acesso em: 13 ago. 2025.
- BOVET, Alexandre; MAKSE, Hernán A. Influence of fake news in Twitter during the 2016 US presidential election. **Nature Communications**, v. 10, n. 7, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1038/s41467-018-07761-2>. Acesso em: 14 ago. 2025.
- COECKELBERGH, Mark. **AI ethics**. Cambridge, MA: The MIT Press, 2020.
- COSTA, Marcos Rogério Martins. In: GERALDES, Elen Cristina; SOUSA, Janara Kalline Leal Lopes de; REIS, Ruth de Cássia dos; NEGRINI, Vanessa (orgs.). **Um grito no ar: comunicação e criminalização dos movimentos sociais**. 1. ed. Brasília: FAC-UnB, 2017. Disponível em: <https://livros.unb.br/index.php/portal/catalog/book/32>. Acesso em: 12 ago. 2025.
- COSTA, Jane Kelli Jacinto da; MOREIRA, Rhayssa thayná Moraes; NASCIMENTO, Cristina Bianca Silva do; CARVALHO, Maria Larissa de. DESIGUALDADES SOCIAIS E O ACESSO À TECNOLOGIA DE IA: UM ESTUDO SOCIOCULTURAL. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, [S. l.], v. 10, n. 11, p. 7446–7463, 2024. DOI: 10.51891/rease.v10i11.16814. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/16814>. Acesso em: 14 ago. 2025.
- DATA SCIENCE ACADEMY. O que são Large Language Models (LLMs)? **Blog DSA**, 19 jun. 2023. Disponível em: <https://blog.dsacademy.com.br/o-que-sao-large-language-models-llms/>. Acesso em: 24 set. 2025.
- ESCOLADEATIVISMO. **ONG pernambucana usa inteligência artificial para promover cuidado e direitos para população LGBTIAQP+**, 2023. Disponível em: <https://escoladeativismo.org.br/ong-pernambucana-usa-inteligencia-artificial-para-promover-cuidado-e-direitos-para-populacao-lgbtiaqp/>. Acesso em: 13 ago. 2025.
- FONSECA, Francisco. Mídia, poder e democracia: teoria e práxis dos meios de comunicação. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 6, p. 41–69, jul./dez. 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0103-33522011000200003>. Acesso em: 12 ago. 2025.
- G1. O que é deepfake e como ele é usado para distorcer realidade. **G1 Tecnologia**, 28 fev. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2024/02/28/o-que-e-deepfake-e-como-ele-e-usado-para-distorcer-realidade.ghtml>. Acesso em: 24 set. 2025.

- G1. Veo 3: IA de vídeos realistas do Google bomba nas redes, mas preocupa usuários — imagina nas eleições. **G1 Tecnologia**, 3 jun. 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2025/06/03/veo-3-ia-de-videos-realistas-do-google-bomba-nas-redes-mas-preocupa-usuarios-imagina-nas-eleicoes.ghtml>. Acesso em: 24 set. 2025.
- IAUTOMATIZE. IA e autenticidade no conteúdo digital. **Blog IAutomatize**, 2025. Disponível em: <https://iautomatize.com/blog/ia-autenticidade-conteudo-digital.html>. Acesso em: 13 ago. 2025.
- IENCA, Marcello. On artificial intelligence and manipulation. **Topoi**, v. 42, p. 833–842, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11245-023-09940-3>. Acesso em: 13 ago. 2025.
- JAUCH, Christian. Política e Inteligência Artificial: o verdadeiro debate. **TVT News**, 2025. Disponível em: https://tvtnews.com.br/politica-e-inteligencia-artificial-o-verdadeiro-debate/?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 12 ago. 2025.
- HABERMAS, Jürgen. **Uma nova mudança estrutural da esfera pública e a política deliberativa**. Tradução de Denilson Luis Werle. São Paulo: Editora Unesp Digital, 2023.
- HONNETH, Axel. **Luta pelo reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais**. Rio de Janeiro: Editora 34, 2003.
- MATZ, Sandra. C.; TEENY, Jacob. D.; VAID, Sumer. S.; PETERS, Heinrich.; HARARI, Gabrielle. M.; CERF, Moran. The potential of generative AI for personalized persuasion at scale. **Dental Science Reports**, v. 14, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1038/s41598-024-53755-0>. Acesso em: 12 ago. 2025.
- NERY, Laila. Esquerda inunda redes com vídeos de IA em batalha com Congresso. **UOL Notícias**, São Paulo, 2 jul. 2025. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2025/07/02/esquerda-inunda-redes-com-videos-de-ia-em-batalha-com-congresso.htm>. Acesso em: 13 ago. 2025.
- OBSERVATÓRIO 3º SETOR. **Enciclopédia dá visibilidade às histórias de Pessoas Trans no Brasil**. [S. l.], 30 mar. 2024. Disponível em: <https://observatorio3setor.org.br/enciclopedia-da-visibilidade-as-historias-de-pessoas-trans-no-brasil/>. Acesso em: 13 ago. 2025.
- PODER360. Novos vídeos da esquerda chamam Congresso de “inimigo do povo”. **Poder360**, 3 jul. 2025. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/poder-congresso/novos-videos-da-esquerda-chamam-congresso-de-inimigo-do-povo>. Acesso em: 29 ago. 2025.
- REDAÇÃO. Presidente do PT: campanha “ricos x pobres” já fura a bolha da esquerda. **UOL Economia**, 3 jul. 2025. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2025/07/03/presidente-do-pt-campanha-ricos-x-pobres-ja-fura-a-bolha-da-esquerda.htm>. Acesso em: 13 ago. 2025.
- ROSA, Hartmut. **Alienação e aceleração: por uma teoria crítica da temporalidade tardo-moderna**. Tradução de Fábio Roberto Lucas. Petrópolis, RJ: Vozes, 2022.

SAKAMOTO, Leonardo. IA leva esquerda a marcar golaço nas redes sociais ao tratar de ricos contra pobres. **UOL YouTube**, 13 ago. 2025. Disponível em: <https://youtu.be/Y-5RT6AW4wQ>. Acesso em: 14 ago. 2025.

RUTOVIC, Zoran. The financial-economic aspect of the media and the public service in the globalization era (budget and ownership framework). **Journal of Central Banking Theory and Practice**, v. 6, n. 1, p. 127–144, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1515/jcbtp-2017-0007>. Acesso em: 12 ago. 2025.

SCHILLER, Herbert. **Culture, Inc.:** The Corporate Takeover of Public Expression. Oxford: Oxford University Press, 1989.

STEFFEN, Sarah. AI-driven bot network tried to help Trump win US election. **DW**, 2024. Disponível em: <https://www.dw.com/en/2024-us-election-ai-driven-social-media-bots-donald-trump-supporters/a-70695526>. Acesso em: 13 ago. 2025.

SOUZA, Jessé. **A elite do atraso**. 1. ed. Rio de Janeiro: Estação Brasil, 2019.

TOMIĆ, Zoran; DAMNJANOVIĆ, Tomislav; TOMIĆ, Ivan. Artificial intelligence in political campaigns. **South Eastern European Journal of Communication**, v. 5, n. 2, Winter 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.47960/2712-0457.2.5.17>. Acesso em: 12 ago. 2025.

(Recebido para publicação em 16 de agosto de 2025)

(Aprovado para publicação em 14 de outubro de 2025)