

A UTILIZAÇÃO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL GENERATIVA NA ELEIÇÃO PRESIDENCIAL ESTADUNIDENSE DE 2024

FERNANDEZ, Gisele; MENEZES, Karen; GATTI, Matheus; CANDIDO, Shewry;
TONSINI, Tamara¹



Resumo

A Inteligência Artificial Generativa desempenhou um papel significativo na eleição presidencial dos Estados Unidos da América em 2024, influenciando campanhas, desinformação e o engajamento dos eleitores. Candidatos e partidos utilizaram IAG para criar discursos, personalizar propagandas e segmentar eleitores com mensagens específicas. A IA Generativa utiliza *deep learning* (método de aprendizado profundo) para criar conteúdos novos e realistas – como textos, imagens e códigos de programação – a partir de comandos básicos dos usuários. Essa tecnologia foi amplamente utilizada para espalhar *fake news* e *deepfakes* através de manipulações visuais e sonoras, gerando preocupações e discussões nas maneiras com as quais consumimos informações no período pós-pandêmico. Neste artigo, iremos analisar imagens, propagandas e postagens selecionadas produzidas por entidades políticas de extrema-direita estadunidense na corrida eleitoral de 2024.

Palavras-chave: Inteligência Artificial Generativa. Eleições. Estados Unidos.

Abstract

Generative AI played a significant role in the 2024 US presidential election, influencing campaigns, disinformation, and voter engagement. Candidates and parties used AI to create speeches, personalize advertisements, and target voters with specific messages. Generative AI uses deep learning to create new, realistic content—such as text, images, and programming code—based on basic user commands. This technology was widely used to spread fake news and deepfakes through visual and audio manipulation, generating concerns and discussions about the ways we consume information in the post-pandemic period. In this article, we will analyze selected images, advertisements, and posts produced by far-right American political entities in the 2024 election.

Keywords: Generative Artificial Intelligence. Elections. United States.

¹ Graduandos do Curso de Jornalismo do Centro Universitário Celso Lisboa – Rio de Janeiro – RJ/Brasil

Introdução

A eleição presidencial estadunidense de 2024 evidenciou a crescente influência da Inteligência Artificial Generativa (IAG) nas dinâmicas político-comunicacionais contemporâneas. Essa tecnologia, fundamentada *deep learning*, possibilita a criação automatizada de conteúdos realistas — como textos, imagens, áudios e vídeos — a partir de comandos simples de usuários (Hosaki; Ribeiro, 2021, p. 3). Tais recursos foram amplamente utilizados por candidatos e partidos para personalizar mensagens, segmentar eleitores e intensificar a disseminação de conteúdo, inclusive desinformativo.

Como destaca Fernandes *et al.* (2024), a IAG desempenhou um papel significativo na eleição, sendo empregada tanto para criar discursos e propagandas quanto para espalhar *fake news* e *deepfakes* por meio de manipulações visuais e sonoras. De acordo com Botelho e Nöth (2021, p. 75), essa capacidade de gerar conteúdos sintéticos de alta fidelidade representa uma ameaça à confiabilidade das informações circulantes, comprometendo a formação crítica dos eleitores. Batista e Santaella (2024, p. 190) observam que “as *deepfakes* inauguram uma nova era de manipulação simbólica, na qual a imagem e a voz já não são garantias de autenticidade”.

Nesse contexto, autores como Carvalho Júnior *et al.* (2024) apontam para um cenário em que a democracia se vê em xeque diante das novas formas de manipulação tecnológica, especialmente quando utilizadas por agentes políticos com intenções estratégicas. A presente pesquisa, portanto, tem como objetivo analisar o uso da Inteligência Artificial Generativa por entidades de extrema-direita nos Estados Unidos durante o pleito de 2024, observando seus efeitos sobre a produção e circulação de conteúdo eleitoral, bem como suas implicações para a ética e a integridade dos processos democráticos no contexto pós-pandêmico.

Ainda no cenário da eleição presidencial estadunidense de 2024, a interferência da Inteligência Artificial Generativa levanta debates cada vez mais urgentes sobre os limites éticos e a governança da tecnologia em contextos democráticos. As análises críticas recentes indicam que estamos vivenciando uma transformação estrutural na maneira como a opinião pública é formada e manipulada (Gomes; De Oliveira, 2024, p. 1).

Como evidenciado no relatório do *Policy Commons* (2024), a escala global de influência da IAG foi inédita, com casos relatados em que imagens e vídeos hiper-realistas influenciaram decisões de voto em segmentos significativos da população. As campanhas eleitorais se tornaram espaços híbridos, em que a criação de narrativas deixou de ser

exclusivamente humana, o que gera um deslocamento de responsabilidade sobre os conteúdos veiculados (Alvarez *et al.*, 2024, p. 25).

Por isso, é necessário distinguir os diversos tipos de IA e suas potencialidades, como exemplificado em De Carvalho *et al.* em 2024, página 5:

“A primeira distinção envolve a Inteligência Artificial Geral (IAG) e a Inteligência Artificial Restrita (IAR). Essa última refere-se a um sistema de máquinas com cognição de nível humano e capacidade de definir metas de forma autônoma, além de “raciocinar” e se adaptar a circunstâncias imprevistas.”

Tal cenário exigiu das plataformas digitais, agências de checagem e dos próprios eleitores uma adaptação urgente frente à velocidade com que conteúdos enganosos se disseminaram. A desinformação não apenas afetou a integridade das campanhas, mas também acentuou o fenômeno da ‘verdade alternativa’, fragilizando os vínculos entre fato e opinião (Yan *et al.*, 2025, p. 6).

Embora haja avanços no debate sobre regulação de modelos generativos (Schmitt *et al.*, 2024, p. 34), os entraves legais ainda são inúmeros. Muitos desses sistemas são opacos em sua arquitetura e difíceis de rastrear em termos de autoria ou responsabilidade, especialmente em redes sociais de grande circulação como X, TikTok e Instagram (Bontcheva *et al.*, 2024, p. 23).

Diante disso, é necessário pensar uma ética da IAG voltada ao bem público. A IAG, como qualquer inovação tecnológica, não é neutra: carrega em si as intenções de seus desenvolvedores e usuários. Ao instrumentalizar essa tecnologia em disputas eleitorais, especialmente por entidades ligadas a movimentos extremistas, abre-se um precedente perigoso em relação à manipulação de consciências e à corrosão do pacto democrático (Jannuzzi *et al.*, 2024, p. 5).

A presente pesquisa busca, portanto, não apenas descrever os usos da IAG na eleição estadunidense de 2024, mas também provocar uma reflexão crítica sobre os caminhos possíveis para mitigar seus efeitos. Mais do que uma resposta técnica, o que está em jogo é uma escolha política: entre um futuro de vigilância automatizada e controle narrativo, ou um futuro de transparência, equidade e cidadania digital fortalecida.

Machine learning, deep learning, deep generative models e inteligência artificial generativa

Há um equívoco no pensamento popular de que a inteligência artificial é algo que se deu por desenvolver nos últimos cinco anos, devido a popularização de ferramentas como *ChatGPT*, *Midjourney*, *Character.AI*, e seus similares. Na realidade, inteligência artificial se trata de uma nomenclatura usada por diversos algoritmos computacionais capazes de performar tarefas que normalmente demandam inteligência humana (Bahn; Strobel, 2023, p. 2)

Há diversos métodos pelos quais essas inteligências artificiais são treinadas, e é isso que as caracteriza e diferencia. *Machine Learning* (ML) – ou ensino de máquina – é um processo computacional que utiliza a alimentação de dados para concluir a tarefa sem que ele seja programado especificamente para isso (Naqa; Murphy, 2015, p. 2). *Deep learning* (DL) – ou aprendizado profundo – é uma subcategoria de ML, onde os caminhos neurais do cérebro humano são replicados por caminhos artificiais em camadas, o que faz o modelo ter uma aprendizagem mais complexa e menos rígida tendo, subsequentemente, resultados melhores (Hosaki; Ribeiro, 2021, p. 6).

No caso dos *softwares* e *sites* supracitados, categorizados como inteligências artificiais generativas, é utilizado uma classe de DL chamada de *Deep Generative Models* (DGM), ou modelos de geração profunda. Esses modelos têm a capacidade de gerar conteúdos baseando-se em um leque de conteúdo preexistente extenso, com o objetivo de gerar algo novo, porém continuar fidedigno ao banco de dados usado para treinamento. Devido ao seu intrincamento, esses modelos são capazes de gerar os conteúdos que hoje nos rodeiam o tempo todo, como imagens, vídeos, músicas etc. através de um sistema de prompts dos usuários, que seriam os direcionamentos solicitados na plataforma (Bahn; Strobel, 2023, p. 3).

Isso é o que dá a nomenclatura ‘generativa’ para essa vertente de inteligência artificial que veem se popularizando nos últimos anos. A forma com que esses modelos são treinados e desenvolvidos – graças ao desenvolvimento do *Deep Learning* em 2012 (Corcchado *et al.*, 2023, p. 6) – e o fato de que eles tornam realidade aquilo que as pessoas apenas descrevem, ou solicitam, é o porquê de vermos a popularização meteórica dessa tecnologia.

Deepfake: por trás da manipulação

É importante entender como esses programas funcionam para que formas de detecção e combate (quando necessário) sejam prontamente desenvolvidas. *Deepfakes*, que têm seu nome derivado do deep de *Deep Learning* junto à palavra fake – falso em inglês – (Abu-ein *et al.*, 2022, p. 1) são o produto de tecnologias de geração de vídeos – normalmente com teor cômico/desinformativo – ou resultados da manipulação de vídeos já existentes. Esses conteúdos têm ganhado grande destaque nos últimos anos, ademais com a rápida evolução das ferramentas de inteligência artificial generativas. Nesta sessão, explicaremos como essa tecnologia funciona.

Assim como os sistemas de geração de texto, os *sites* e *softwares* capazes de manipular imagens já existentes, ou gerar algo completamente novo baseada em uma prompt, a arquitetura de funcionamento é baseada em modelos de DL. Comumente, os dois mais utilizados são o *Generative Adversarial Networks* (GANs), sendo o pioneiro na produção de *deepfakes*, e os *autoenconders* (Abu-ein *et al.*, 2022, p. 1).

As Redes Aversárias Generativas, (GANs), são formadas por duas redes neurais profundas em constante competição. Uma – chamada geradora – é responsável por gerar as imagens, enquanto a outra – a discriminadora – tenta classificar a imagem gerada como falsa ou sintética. Essas redes neurais são treinadas em oposição até o momento em que a discriminadora não é mais capaz de discernir se a imagem é real ou sinteticamente produzida pela geradora. O treinamento dessas redes é feito com o intuito de aprimorar a qualidade de entrega da geradora conforme ela é desafiada pelas capacidades analíticas da discriminadora. Isto serve para que as entregas atinjam a mais alta verossimilhança com o passar do tempo (Bahn; Strobel, 2023, p. 4).

Os *Autoenconders* são redes neurais profundas que trabalham de forma similar as GANs, onde há um *encoder* (codificador) e um *decoder* (decodificador), que mapeiam as suas entradas para uma representação latente interna, e as copiam em suas saídas. Sendo assim, eles aprendem um caminho através do codificador para uma fonte, enviam para um espaço interno, onde o decodificador refaz esse caminho e gera o resultado. Esse mapeamento de caminhos gera uma reconstrução da fonte, gerando um resultado mais perto da imagem original possível. Esse treinamento, quando em conjunto com uma estrutura de redes neurais profundas, resulta numa arquitetura flexível, já que tanto o codificador quanto o decodificador são capazes de aprender caminhos não lineares para os dois lados de mapeamento (Creswell *et al.*, 2018, p. 1).

Ambas as formas de treinamento de redes neurais trabalham de forma desafiadora para que o melhor, e mais convincente resultado seja entregue de acordo com o que o programa reconhece como imagem fonte. Através desse reconhecimento, e da exposição a um banco de dados extenso, os *softwares* que utilizam desses modelos têm um amplo leque de possibilidades de manipulação de conteúdo, confirme a necessidade e instrução que o usuário exige naquele momento.

Reflexos nacionais: O uso da IAG em cenários políticos brasileiros

O cruzamento entre o conteúdo já apresentado neste estudo e as análises de Gomes e Oliveira (Gomes; Oliveira, 2024.) sobre a realidade brasileira amplia a compreensão dos riscos da IAG para a democracia, mostrando que os desafios não se restringem a um único país, mas apontam para uma crise global na forma como consumimos, produzimos e acreditamos em informações.

No caso brasileiro, Gomes e Oliveira (2024, p. 3) destacam que a IAG já tem sido usada para espalhar conteúdos manipulados de forma sistemática, especialmente em ambientes digitais.

Um dos exemplos mais recentes e alarmantes foi o caso de meninas no Rio de Janeiro, vítimas de nudes falsos criados por IA, em 2023. A situação gerou comoção nacional e reforçou o alerta sobre os impactos reais da tecnologia no cotidiano e na reputação de pessoas comuns. Em paralelo, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) aprovou, também em 2023, novas diretrizes para o uso da IA nas eleições, antecipando os riscos para o pleito de 2024. Assim como nos Estados Unidos, a preocupação central está na capacidade que esses sistemas têm de fabricar discursos, clonar vozes e manipular imagens de forma convincente, tudo com aparência de verdade.

Os autores defendem que a ciência da informação precisa assumir um papel mais ativo diante dessa nova realidade, propondo soluções que não sejam apenas técnicas, mas também políticas (2024, p. 1). Essa perspectiva dialoga diretamente com a análise da eleição estadunidense apresentada neste artigo. Nos EUA, as campanhas da extrema-direita exploraram amplamente o uso da IAG para gerar conteúdos personalizados, com discursos que ativam emocionalmente nichos específicos do eleitorado. O mesmo tipo de lógica é percebido nas redes brasileiras, onde a polarização é alimentada por imagens e vídeos que circulam sem fonte clara, muitas vezes produzidos ou alterados por IA generativa. A linha que separa o real do falso fica cada vez mais tênue.

O que está em jogo, portanto, é mais do que a integridade de um processo eleitoral isolado. Trata-se de um embate entre duas visões de futuro: uma em que a tecnologia é regulada, usada com responsabilidade e a serviço do interesse público; e outra em que ela é usada como arma simbólica para manipular a opinião pública. Em ambos os países, vemos movimentos legislativos que tentam acompanhar essa transformação, como o Projeto de Lei 2.338/2023 no Brasil e os debates no Congresso estadunidense sobre *deepfakes* e campanhas políticas (2024, p. 3). No entanto, a velocidade das inovações ainda é maior do que a das respostas institucionais.

É preciso também considerar o papel das plataformas digitais, que se beneficiam da viralização de conteúdos, inclusive os enganosos. Os algoritmos favorecem aquilo que gera engajamento e, muitas vezes, o que engaja é justamente o conteúdo falso, apelativo ou sensacionalista. O uso de IA generativa por grupos políticos, então, não é apenas um desdobramento tecnológico, mas também um reflexo de um ecossistema comunicacional que premia o impacto acima da veracidade. Essa lógica foi visível nas campanhas estadunidenses e também nos contextos políticos brasileiros mais recentes.

A democratização da IA generativa, como destacam os especialistas supracitados, transformou-a em uma ferramenta de dupla face: ao mesmo tempo que potencializa a criatividade, fragiliza os critérios de confiabilidade informacional especialmente em contextos eleitorais. Nos EUA em 2024, a velocidade de disseminação de conteúdos sintéticos superou a capacidade de verificação, criando um cenário em que, nas palavras de Coeckelbergh (2023, p.13), ‘a IA moldou narrativas políticas, mas sem que os atores humanos assumissem responsabilidade proporcional’. Esse descompasso entre avanço tecnológico e *accountability*, já previsto por Turing (1950) em suas reflexões sobre autoria de máquinas, tornou-se um dos principais vetores da crise desinformativa do pleito.

Esse cenário brasileiro, ainda que distinto em escala e dinâmica, compartilha as mesmas fragilidades observadas em democracias como a dos Estados Unidos. Para além da desinformação em si, é preciso compreender também como as tecnologias de IA, especialmente as *deepfakes*, afetam a forma como percebemos e reagimos às informações políticas. É nesse ponto que os estudos de Batista e Santaella (2024) aprofundam a discussão.

Manipulação política em escala global: ameaças da IA generativa

O artigo de Batista e Santaella (2024) aprofunda a discussão sobre o uso de *deepfakes* em contextos eleitorais, trazendo uma leitura mais filosófica e perceptiva que complementa a análise feita neste trabalho sobre a eleição presidencial estadunidense de 2024. Os autores destacam que as *deepfakes* não apenas simulam a realidade, mas colocam em xeque a própria noção de verdade no ambiente digital. O perigo maior, segundo eles, não está apenas em fazer o público acreditar no falso, mas em gerar desconfiança no que é verdadeiro, um fenômeno que se manifestou fortemente no pleito estadunidense, com vídeos e declarações manipuladas circulando em massa nas redes sociais (Batista; Santaella, 2024, p. 189)

Um dado que reforça a gravidade desse cenário é citado pelos autores com base em pesquisa do *Massachusetts Institute of Technology* (MIT): conteúdos falsos se espalham 70% mais rápido do que os verdadeiros, especialmente em contextos de polarização política (Batista; Santaella, 2024, p. 190). Isso explica por que a IA generativa tem sido usada como arma de campanha, explorando sensacionalismo e reforçando crenças ideológicas para manipular o voto, como se viu nos Estados Unidos. A popularização de ferramentas como *Midjourney*, *DALL-E* e outras, aliada à falta de regulação, torna essa prática ainda mais acessível e perigosa.

Além disso, o texto apresenta uma reflexão importante sobre o funcionamento da percepção humana. Com base em Peirce, Santaella mostra como nosso cérebro tende a acreditar automaticamente no que vê, sem questionamento imediato. Isso torna as *deepfakes* ainda mais eficazes, pois enganam não só pela aparência, mas pela forma como nossos sentidos foram moldados a responder visualmente ao mundo (Batista; Santaella, 2024, p. 192). Isso ficou evidente em casos como a imagem falsa do Papa Francisco com um casaco de luxo, que viralizou sem resistência.

Os autores também abordam a captura algorítmica do olhar, explicando como as plataformas digitais moldam o que vemos e como reagimos, priorizando conteúdos que gerem engajamento, mesmo que sejam falsos. Essa lógica se encaixa perfeitamente nas estratégias adotadas nas eleições de 2024, onde a IA foi usada para atrair atenção, moldar comportamentos e reforçar discursos extremistas, sempre com foco na viralização e não na veracidade.

Outro ponto essencial é o exemplo do pleito argentino de 2023, citado por Batista e Santaella (2024, p. 194), quando ambos os candidatos à presidência recorreram à IA

generativa para produzir conteúdos enganosos, de vídeos simulando uso de drogas a falas falsas atribuídas aos oponentes. Esse cenário internacional reforça que a eleição estadunidense de 2024 não foi um caso isolado, mas parte de um fenômeno global em que a desinformação via IA se torna uma arma política recorrente.

Diante disso, este trabalho reforça a necessidade urgente de um pacto global por uma regulação ética da IA generativa. O que está em jogo não é apenas a veracidade de um conteúdo, mas a própria credibilidade dos sistemas democráticos. A análise de Batista e Santaella (2024) acrescenta complexidade e densidade à discussão sobre o uso político da IAG, reforçando que o futuro das eleições dependerá da nossa capacidade coletiva de distinguir o real do manipulado.

Apropriação da imagem de Taylor Swift em campanha de Donald Trump

Analisaremos a imagem abaixo (Figura 1) publicada no perfil oficial do atual presidente dos Estados Unidos, Donald J. Trump, na rede social X (antigo *Twitter*). A imagem apresenta a cantora *Taylor Swift*, trajando roupas que imitam o clássico figurino do personagem "Tio Sam", símbolo da propaganda estadunidense. Ela veste uma cartola nas cores da bandeira dos Estados Unidos, paletó azul com detalhes vermelhos e uma gravata borboleta vermelha. A cantora está apontando diretamente para o observador, reproduzindo a pose clássica dos cartazes de recrutamento das guerras mundiais.

Figura 1 - Cartaz trumpista com Taylor Swift



Fonte: Site Folha Uol (2024)²

A postagem contém uma montagem visual que associa a figura da cantora Taylor Swift a campanha eleitoral de Trump, utilizando símbolos patrióticos e linguagem de convocação, com a legenda “*I accept!*” (Eu aceito!) e o texto destacado na imagem: “*Taylor wants you to vote for Donald Trump*” (Taylor quer que você vote no Trump).

O candidato presidencial republicano publicou a mensagem “Eu aceito!” em conjunto a imagem, que foram retiradas de outras contas de redes sociais. Muitas parecem ter sido criadas com inteligência artificial. Uma das fotos compartilhadas por Trump mostrava fãs de *Swift* vestindo camisetas com os dizeres: “*Swifties for Trump*” (*Swifties* (nome dado aos fãs da cantora *Taylor Swift*) por Trump). A postagem parecia ter um rótulo de “sátira” com uma manchete que dizia: “Os *Swifties* estão se voltando para Trump depois que o Estado Islâmico frustrou o show de *Taylor Swift*” (Looker, 2024).

Quando Donald Trump compartilhou uma série de imagens geradas por IA esta semana, que retratavam falsamente Taylor Swift e seus fãs apoiando sua campanha para presidente, o ex-presidente dos EUA estava ampliando o trabalho de uma organização sem

² Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/amp/ilustrada/2024/08/donald-trump-publica-imagens-falsas-de-taylor-swift-e-seus-fas-o-apoiando.shtml>)

fins lucrativos obscura com aspirações de financiar influenciadores da mídia de direita e um histórico de disseminação de desinformação.

Pesquisadores de desinformação há muito alertam que IA generativa tem a capacidade de aumentar o nível de criação de conteúdo enganoso e ameaçar informações sobre eleições. Depois que a empresa X do bilionário sul-africano Elon Musk lançou seu gerador de imagens – Grok – amplamente não regulamentado, houve um aumento no conteúdo de IA que incluiu representações de Trump, Kamala Harris e outras figuras políticas. A Milton Freedom Foundation é um dos muitos pequenos grupos que inundam as mídias sociais com o que chamam de lixo de IA.

Durante o pico de imagens de IA no X, a conta conservadora do Instagram @amuse postou imagens de fãs de Swift geradas por IA para mais de 300.000 seguidores. No texto da publicação, rotulado como "sátira", havia uma marca d'água que afirmava que era "patrocinada pela John Milton *Freedom Foundation*". Trump postou uma captura de tela do tuíte de @amuse no *Truth Social*.

A conta @amuse tem inúmeras conexões com Alexandre Muse. A conta X está conectada a um *Substack* que publica os mesmos artigos que Muse publica em sua página do LinkedIn, que também tem o nome de usuário "amuse", refletindo sua primeira inicial e sobrenome. O livro de Muse sobre como garantir financiamento para startups, que inclui exemplos dele pedindo ao ChatGPT para fingir ser Musk e oferecer consultoria empresarial, lista essa mesma conta no *Substack* como sua editora.

A experiência de Alexandre Muse em mídia digital parece ser muito mais ampla do que a de outros membros da organização sem fins lucrativos. Além de seu blog, ele afirma ter trabalhado com James O'Keefe, ex-CEO da organização de direita Project Veritas conhecido por operações com câmeras escondidas até ser demitido no ano passado por alegações de desvio de fundos. Muse, descrito no prospecto como um "empreendedor em série", também escreve em seu blog sobre como ganhar dinheiro com IA generativa (Robins, p. 1, 2024).

A montagem visa gerar grande repercussão nas redes sociais, mobilizando tanto apoiadores e críticos de Trump. O uso da imagem de uma figura pop de enorme alcance, conhecida por se posicionar contra o próprio candidato, é uma estratégia de choque, humor ou desinformação. A imagem adota elementos de propaganda clássica (o cartaz "*I Want You*", do Tio Sam) misturados com a cultura de celebridades e memes contemporâneos. A apropriação indevida da imagem de *Taylor Swift*, mesmo que em formato estilizado ou

gerado por inteligência artificial, pode ser interpretada como uma violação do direito de imagem.

Considerações finais

O uso da imagem estilizada de *Taylor Swift* associada a campanha de Donald Trump é exemplo claro das fronteiras difusas entre sátira, desinformação, estratégia de marketing e violação de direitos. A postagem de Trump foi “mais um exemplo do poder da IA para criar desinformação”, disse o grupo de consumidores *Public Citizen*. “Os danos potenciais para a nossa sociedade que poderiam resultar de tal desinformação, incluindo abusos nas nossas eleições, são abrangentes e imensamente prejudiciais”, acrescentou o grupo (Richwine, 2024).

Está evidente que ambiente digital permite a circulação de conteúdos que podem influenciar percepções, gerar polêmicas e, conseqüentemente, moldar debates públicos, ainda que muitas vezes de forma superficial e baseada no espetáculo.

A análise da utilização de Inteligência Artificial Generativa na eleição presidencial estadunidense de 2024 evidência uma transformação profunda no modo como as campanhas políticas se estruturam e se comunicam com o eleitorado. A IA generativa, especialmente por meio de *deepfakes*, *chatbots* e produção automatizada de conteúdo, revelou-se uma ferramenta poderosa, tanto para a personalização de mensagens quanto para a disseminação de desinformação. Essa dualidade impõe desafios éticos e regulatórios significativos, que precisam ser urgentemente enfrentados pelas democracias contemporâneas.

A eleição dos Estados Unidos funcionou como um laboratório para o uso intensivo dessas tecnologias, expondo não apenas seu potencial de alcance, mas também os riscos relacionados à manipulação de narrativas e à erosão da confiança pública nas instituições. Com isso, fica evidente a necessidade de uma governança digital que regule o uso da IA no âmbito político, garantindo a transparência dos processos, a verificação de fontes e a proteção dos eleitores contra conteúdos enganosos.

Por fim, este trabalho reafirma que a Inteligência Artificial, embora traga inúmeras possibilidades de inovação para a comunicação política, deve ser acompanhada de um compromisso ético sólido. A construção de uma esfera pública informada e democrática depende, sobretudo, do uso responsável dessas tecnologias, tanto por parte dos candidatos quanto das plataformas digitais e do próprio eleitorado.

Referências

- ABU-EIN, A. A. et al. Analysis of the current state of deepfake techniques-creation and detection methods. **Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science**, v. 28, n. 3, p. 1659-1667, 2022.
- ALVAREZ, M. R.; EBERHARDT, F.; LINEGAR, M. Generative AI and the Future of Elections. **California Institute of Technology Center for Science, Society, and Public Policy**, 2023.
- BATISTA, A. R. F; SANTAELLA, L. Prognósticos das deepfakes na política eleitoral. **Organicom**, v. 21, n. 44, p. 187-196, 2024.
- BAHN, L.; STROBEL, G. Generative Artificial Intelligence. **Eletronic Markets**, vol. 33, article 63, 2023.
- BONTCHEVA, K. et al. Generative AI and disinformation: recent advances, challenges, and opportunities. 2024.
- BOTELHO, T. H. F.; NÖTH, W. Deepfake: Inteligência Artificial para discriminação e geração de conteúdo. **TECCOGS: Revista Digital de Tecnologias Cognitivas**, n. 23, 2021.
- CHANG, H. et al. Generative Memesis: AI Mediates Political Information in the 2024 United States Presidential Election. Available at **SSRN**, 2024.
- CORCHADO, J. M. et al. Generative artificial intelligence: Fundamentals. **ADCAIJ: advances in distributed computing and artificial intelligence journal**, v. 12, p. e31704-e31704, 2023.
- CRESWELL, A. et al. Generative adversarial networks: An overview. **IEEE signal processing magazine**, v. 35, n. 1, p. 53-65, 2018.
- DE CARVALHO O. L.; CARVALHO, S. S.; DE SOUSA, B. A. Democracia em xeque: inteligência artificial e Deep Fake. **Revista JRG de Estudos Acadêmicos**, v.7,n.15, p.e151743-e151743, 2024.
- FOOS, F. The Use of AI by Election Campaigns. **LSE Public Policy Review**, 3(3): 8, pp. 1– 7, novembro de 2024.
- GOMES, P. A. N.; DE OLIVEIRA, M. L. P.. Inteligência artificial generativa e a desinformação no Brasil. **Seminário Internacional de Informação, Tecnologia e Inovação**, v. 6, p. e155-e155, 2024.
- HOSAKI, G. Y.; RIBEIRO, D. F. Deep learning: ensinando a aprender. **RGE Revista de Gestão e Estratégia**, vol 3, nº 1, 2021.
- JANNUZZI, P.; FERREIRA, V. da R. S.; FERRAREZI, E.; MARANHÃO, T.; MARTIGNONI, E. Informação algorítmica e políticas públicas: a contribuição dos modelos de Inteligência Artificial Generativa. **RBEST Revista Brasileira de Economia Social e do Trabalho**, Campinas, SP, v. 6, n. 00, p. e024017, 2025.
- JOANGUETE, C. V. O Novo paradigma antropocênico da inteligência artificial. **Anais de Artigos do Seminário Internacional de Pesquisas em Miatização e Processos Sociais**, v. 1, n. 6, 2024.

JOSÉ, G. *et al.* Análise da cobertura midiática sobre a inteligência artificial generativa nas redes sociais: potenciais e riscos. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 24º **Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste**, Goiânia/GO, junho de 2024.

LOOKER, R. Trump insinua falsamente que Taylor Swift o apoia. **BBC News**, Washington, 19 ago. 2024.

MITRA, A.; MOHANTY, S. P.; KOUGIANOS, E. The world of generative ai: Deepfakes and large language models. **arXiv preprint arXiv:2402.04373**, 2024.

NAQA, I. E.; MURPHY, M. J. What is machine learning. **Machine Learning in Radiation Oncology**, Springer, pg. 3-11, 2015.

OLIVEIRA, T. *et al.* Análises críticas sobre as tecnologias digitais e IA e seus impactos sociais, políticos e educacionais. **XVII Simpósio Nacional da ABCiber**, v. 17, n. XVII, 2024.

RICHWINE, L. Trump publica imagem falsa de Taylor Swift declarando apoio ao republicano. **Reuters**, 19 ago. 2024.

ROBINS - Early, N. (2024, agosto 26). Como Donald Trump acabou postando deepfakes de Taylor Swift? **The Guardian**.

SCHMITT, V. *et al.* Implications of Regulations on Large Generative AI Models in the Super- Election Year and the Impact on Disinformation. In: **Proceedings of the Workshop on Legal and Ethical Issues in Human Language Technologies@ LREC-COLING 2024**. 2024. p. 28-38.

WIRTSCHAFTER, V. The impact of generative AI in a global election year. 2024.

YAN, H. Y. *et al.* The origin of public concerns over AI supercharging misinformation in the 2024 US presidential election. **Harvard Kennedy School Misinformation Review**, 2025.