

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E TRANSFORMAÇÃO DA INFLUÊNCIA ELEITORAL EM REDES DIGITAIS: evidências de novas possibilidades na segmentação eleitoral na esfera pública digital brasileira para 2026.

ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND THE TRANSFORMATION OF ELECTORAL INFLUENCE IN DIGITAL NETWORKS: evidence of new possibilities for electoral segmentation in the Brazilian digital public sphere for 2026.

Fabiano Hartmann Peixoto¹; Debora Bonat²

Artigo Convidado

Resumo

Este artigo analisa a inteligência artificial em transformação do paradigma de influência digital no contexto dos processos eleitorais brasileiros, com foco prospectivo para 2026. O artigo é fruto da especialização do laboratório DR.IA no laboratório de inteligência artificial e integridade eleitoral AIEL - DR.IA, no intuito de demonstrar uma retrospectiva comparativa com os pleitos de 2018 e 2022. O estudo investiga a transição das estratégias de microsegmentação eleitoral, baseadas na análise de dados comportamentais, para um novo fenômeno denominado influência generativa (*generative influence*). Este conceito descreve a capacidade de sistemas de Inteligência Artificial (IA) não apenas de identificar padrões no eleitorado, mas de produzir e entregar, sem violar padrões de proteção legal de dados, em larga escala e alta velocidade (imediatamente), conteúdos políticos persuasivos e personalizados em variados formatos. A pesquisa parte da premissa de que a legislação vigente sobre proteção de dados, mostra-se insuficiente para mitigar os riscos associados a esta nova arquitetura de influência pela inteligência artificial. O trabalho busca responder se o avanço tecnológico configura um novo ambiente de discurso político digital, se é possível identificar segmentações eleitorais emergentes e se novos modelos de IA podem ir além de prever e induzir preferências políticas com base em padrões discursivos. Para tal, adota-se uma abordagem empírica, utilizando técnicas de ciência de dados como *topic modeling*, *sentiment analysis* e *clustering* sobre dados coletados de plataformas (ex: X e/ou YouTube). A hipótese central é que a IA generativa pode reconfigurar a comunicação política, otimizando a cada instante e de acordo com a identificação de comportamentos, a criação de narrativas que maximizam o engajamento emocional e político. A compreensão empírica desta

¹ Doutor em Direito. Professor da Faculdade de Direito – Universidade de Brasília (UNB), Brasília – Brasil. E-mail: fabiano_unb@unb.br

² Doutora em Direito. Professora da Faculdade de Direito – Universidade de Brasília (UNB), Brasília – Brasil. E-mail: deborabonat@unb.br

PEIXOTO, Fabiano Hartmann; BONAT, Debora. Inteligência Artificial e transformação da influência eleitoral em redes digitais: evidências de novas possibilidades na segmentação eleitoral na esfera pública digital brasileira para 2026. **Revista Democracia Digital e Governo Eletrônico**, Florianópolis, v. 1, n. 25, p. 2-23, 2026.

transformação é, portanto, fundamental para avaliar os impactos sobre a integridade eleitoral e subsidiar o desenvolvimento de mecanismos de otimização da cidadania.

Palavras-chave:

Eleições. Processo Eleitoral. Inteligência Artificial. Comunicação Política Digital. *Microtargeting*

Abstract

This article examines how artificial intelligence (AI) is transforming the paradigm of digital influence in Brazilian electoral processes, with a prospective focus on the 2026 elections. The study is developed within the DR.IA laboratory, particularly through its Artificial Intelligence and Electoral Integrity Laboratory (AIEL–DR.IA), and aims to provide a comparative retrospective of the 2018 and 2022 elections. It investigates the transition from electoral microtargeting strategies—traditionally based on behavioral data analysis, to a new phenomenon termed generative influence. This concept refers to the capacity of AI systems not only to identify patterns within the electorate, but also to produce and deliver, at scale, at high speed (and virtually in real time), and without necessarily violating existing data protection standards, persuasive and highly personalized political content across multiple formats. The research is grounded in the premise that current data protection legislation is insufficient to mitigate the risks associated with this emerging architecture of AI-driven influence. It seeks to determine whether technological advances are reshaping the environment of digital political discourse, whether emerging forms of electoral segmentation can be identified, and whether new AI models can go beyond predicting and inducing political preferences based on discursive patterns. To address these questions, the study adopts an empirical approach, employing data science techniques such as topic modeling, sentiment analysis, and clustering on data collected from digital platforms (e.g., X and YouTube). The central hypothesis is that generative AI can reconfigure political communication by continuously optimizing, in real time and in response to behavioral signals, the production of narratives that maximize emotional and political engagement. An empirical understanding of this transformation is therefore essential to assess its impacts on electoral integrity and to inform the development of mechanisms aimed at strengthening and optimizing democratic citizenship.

Keywords:

Elections. Brazilian Electoral Process. Artificial Intelligence. Digital Political Communication. Microtargeting.

1 Introdução

O artigo parte de um projeto de pesquisa e desenvolvimento mais amplo de análise comportamental com base em Inteligência Artificial e pretende desenvolver, justamente, o conceito central da influência das generativas (*generative influence*) neste cenário tão caro e simbólico à cidadania.

O artigo analisa criticamente o paradigma de ampliação de ferramentas de Inteligência Artificial (IA) no âmbito do processo eleitoral que irá ocorrer em 2026 no Brasil. A partir

PEIXOTO, Fabiano Hartmann; BONAT, Debora. Inteligência Artificial e transformação da influência eleitoral em redes digitais: evidências de novas possibilidades na segmentação eleitoral na esfera pública digital brasileira para 2026. **Revista Democracia Digital e Governo Eletrônico**, Florianópolis, v. 1, n. 25, p. 2-23, 2026.

dele, permitirá estabelecer uma comparação com os momentos eleitorais de 2018 e 2022, percebendo-se a variação de potenciais de influência em cada época da IA.

É inegável o impacto decisivo das tecnologias algorítmicas em pleitos de cidadania, especialmente a partir de 2016. Da identificação de padrões comportamentais que permitiam a segmentação e o *microtargeting* do eleitorado à indução comportamental marcante na era das IAs generativas, é possível associar o uso de IA e suas tensões a um ambiente de busca de integridade eleitoral.

Já de início pensamos ser fundamental situar nosso interesse de pesquisa. Há uma década, o grupo de pesquisadores que estruturou o Laboratório de pesquisa DR.IA, originado na Universidade de Brasília, vem realizando uma série de pesquisas de base e de desenvolvimento criando ou aplicando ferramentas e técnicas de Inteligência Artificial em aplicações para o Direito e para a Administração Pública. Mais do que experiência em manipulação de dados, construção de datasets, aplicação de técnicas variadas para desenvolvimento de soluções de inteligência artificial, desenvolvemos uma metodologia própria, internacionalmente reconhecida e sempre vinculada a referenciais éticos para o desenvolvimento tecnológico preocupado com a cidadania e a democracia.

Desde o pioneiro projeto Victor³, que inaugurou o uso de IA na administração pública, voltado ao apoio ao tratamento dos processos judiciais no Supremo Tribunal Federal, a aplicações com finalidade de identificar padrões e raciocínios no Judiciário Federal, Estadual, Procuradorias, Administração Pública⁴, o Laboratório foi se ampliando, desenvolvendo metodologias (vitais para integração de tecnologias com linguagens tão específicas como o Direito e a Ciência Política) e realizando desenvolvimentos reconhecidos internacionalmente. Ao longo do tempo foi registrando em pesquisas e publicações suas principais diretrizes, sempre vinculadas à plena realização da cidadania democrática.

Em paralelo, nestes últimos 10 anos, são incontáveis os relatos na literatura acadêmica dos impactos da inteligência artificial em pleitos democráticos - de plebiscitos a eleições. Ao longo dos últimos anos, os pesquisadores do laboratório têm também se dedicado a metodologias de análise comportamental e perceberam a possibilidade de contribuir com o conhecimento, especialmente empírico, dos impactos da tecnologia da IA para além da identificação de padrões, mas como indutores de comportamentos potentes. É inegável que este conhecimento é relevante para o ambiente de cuidados à cidadania democrática.

É fundamental perceber, também desde já, que o sistema tradicional e ordinário de proteção de dados, para nós, brasileiros, concretizado na LGPD, é absolutamente insuficiente na nova ordem mundial baseada no domínio da IA. Desta forma, quando defendemos a necessidade de curadoria de dados, não estamos nos referindo a standards básicos previstos na LGPD

³ O Projeto Victor (STF/UnB), coordenado pelo DR.IA, é considerado o pioneiro dos sistemas de inteligência artificial aplicada ao Judiciário. Mais informações disponíveis na página do grupo de pesquisa DR.IA (UnB): <http://dria.unb.br/teste-top/projeto-victor-stf-unb> e no artigo: “Projeto Victor: relato do desenvolvimento da inteligência artificial na repercussão geral do Supremo Tribunal Federal. Revista Brasileira de Inteligência Artificial e Direito. Volume 1. RBDI. AID-IA. 2020. Com acesso pelo link: <https://rbiad.com.br/index.php/rbiad>

⁴ Alguns projetos desenvolvidos pelos pesquisadores líderes do DR.IA: AI P&D Projeto Victor (STF/UnB) - 2018-2020, AI P&D, Projeto Mandamus (TJRR/UnB) - 2019-2021, AI P&D Projeto Alei 1a instância (JF-DF) - 2021-2023, AI P&D Projeto Pedro (CNJ- PNUD)- 2021 - 2023, AI P&D Projeto OSIRIS (FAP/DF - PGDF, TJDF)- 2022-2025, AI P&D Projeto Sabiá (TST) - 2022-2024, PEAC - Escola de Altos Estudos em Direito em IA - 2020, AID-IA - associação científica - 2020-2026, IAAIL - filiação à principal associação internacional da temática - 2019 -2026, Livro - Direito e Inteligência Artificial -2019, Livro - Direito e IA: convergência Ética e estratégica - 2020, Livro - IA e precedentes - 2020. PEIXOTO, Fabiano Hartmann; BONAT, Debora. Inteligência Artificial e transformação da influência eleitoral em redes digitais: evidências de novas possibilidades na segmentação eleitoral na esfera pública digital brasileira para 2026. **Revista Democracia Digital e Governo Eletrônico**, Florianópolis, v. 1, n. 25, p. 2-23, 2026.

(que obviamente devem ser respeitados, como piso), mas sim à proteção efetiva sob a potência estratégica da IA quando alimentada por dados.⁵

A crescente digitalização do debate público transformou profundamente as formas de produção, circulação e consumo de informação política. A disponibilidade massiva de dados comportamentais, associada ao desenvolvimento de técnicas avançadas de análise algorítmica, abriu caminho para novas estratégias de segmentação e persuasão política baseadas em rastros digitais produzidos pelos próprios usuários.

De 2018, passando por 2022, a 2026, esse ecossistema digital apresentou uma transformação significativa em decorrência dos avanços na área de inteligência artificial, destacadamente com o acréscimo das IAs generativas. Enquanto as primeiras estratégias de campanhas digitais tinham como paradigma a coleta e análise de dados para fins de microsegmentação eleitoral, o desenvolvimento recente de sistemas de inteligência artificial generativa ampliou consideravelmente a capacidade de produzir e disseminar conteúdos políticos personalizados em larga escala. Nesse novo cenário, algoritmos não apenas identificam padrões comportamentais no discurso digital, mas também são capazes de gerar automaticamente textos, imagens e narrativas políticas adaptadas a perfis específicos de eleitores ou, em outras palavras, a IA passa a ser um indutor de comportamentos em todas as esferas da vida das pessoas.

O debate sobre o uso de dados comportamentais em campanhas políticas ganhou visibilidade global após a realização de ações indevidas envolvendo a Cambridge Analytica. Desde então, o uso de técnicas de perfilamento comportamental e *microtargeting* tornou-se objeto de intenso debate acadêmico e regulatório, especialmente quanto aos seus potenciais impactos sobre a integridade dos processos eleitorais.

Agora, entretanto, com o avanço das possibilidades pelo estágio da IA é possível introduzir uma nova dimensão nesse debate: o fenômeno da *generative influence*, com a possibilidade de produção automática de textos, imagens e conteúdos audiovisuais como mensagens políticas através do mapeamento instantâneo dos processos de segmentação. Trata-se efetivamente da possibilidade de conteúdos persuasivos personalizados em escala massiva a uma velocidade impensável.

O artigo busca responder às seguintes perguntas de pesquisa: há um ambiente tecnológico transformado a impactar o discurso político digital em 2026? É possível identificar em novos formatos o surgimento de novas segmentações eleitorais emergentes a partir da análise de dados provenientes de redes sociais? E, adicionalmente, novas combinações de modelos de inteligência artificial seriam capazes de identificar e prever preferências políticas com base em padrões discursivos presentes no debate digital?

⁵ Os grandes definidores de alcances e impactos da IA são sem dúvida os dados. A formação de conjuntos, extração, organização e definição de dados têm sido a parte mais sensível do desenvolvimento de sistemas de IA para o Direito. De início porque a tradicional dicotomia entre dados privados e públicos é absolutamente insuficiente para sistemas vinculados com um parâmetro de robustez ética de desenvolvimento e também a necessidade de conhecimento especialista para uma adequada curadoria de dados. Este grau de sensibilidade na formação de datasets é tamanho, que no DRIA desenvolvemos um conceito ampliado da própria IA, englobando também o processo de formação de datasets. O conceito “Lego” de IA vai além de uma visão puramente algorítmica da IA. Assim, temos a inteligência artificial como sistemas que buscam a reprodução parcial da atividade cognitiva realizada por seres humanos com o arranjo indispensável de três elementos: dataset, combinação algorítmica e resultados aferíveis. (Hartmann Peixoto; Bonat, 2023, p. 7).

Para responder a essas questões, o estudo parte de algumas premissas teóricas sobre perfilamento comportamental e comunicação política digital e se direciona a uma abordagem empírica amostral, baseada em técnicas de ciência de dados e de processamento de linguagem natural. Utilizando dados provenientes das plataformas X e YouTube, a pesquisa emprega métodos de *topic modeling*, *sentiment analysis*, *argument mining* e *clustering* para identificar padrões discursivos relevantes, detectar temas emergentes no debate político e mapear possíveis segmentações eleitorais associadas a diferentes estruturas argumentativas.

A hipótese central do trabalho é que o avanço da inteligência artificial está contribuindo para a formação de uma nova arquitetura de influência política digital, na qual algoritmos não apenas analisam padrões comportamentais do eleitorado, mas também são capazes de identificar estruturas argumentativas capazes de gerar maior mobilização emocional e engajamento político e oferecer prontas respostas. Nesse sentido, compreender empiricamente essas transformações torna-se fundamental para avaliar seus potenciais impactos sobre a integridade eleitoral e para subsidiar o desenvolvimento de mecanismos regulatórios capazes de preservar a transparência e a equidade dos processos democráticos.

O artigo está estruturado da seguinte forma: a seção 1 apresenta o referencial teórico sobre perfilamento comportamental e política digital, discutindo o desenvolvimento da psicométrica digital e o papel do modelo dos *Big Five personality traits* na inferência de características psicológicas a partir de dados comportamentais. A seção também revisita o caso da Cambridge Analytica como exemplo paradigmático e alerta para o uso abusivo em campanhas eleitorais. A seção 2 desenvolve o conceito central do artigo, analisando a transição do *microtargeting* para o que se denomina *generative influence*. Na sequência, a seção 3 apresenta a metodologia empírica baseada em análise computacional de dados provenientes de redes sociais, definindo: bases de dados; fixação de período analítico; critérios definidores das amostras e elementos referenciais de extração. A seção 4 apresenta os resultados da análise empírica, que são discutidos na seção 5 à luz do debate teórico sobre comunicação política digital e inteligência artificial. Por fim, a seção 6 apresenta as conclusões do estudo e discute implicações para futuras pesquisas e para o debate sobre o impacto do uso de inteligência artificial em processos eleitorais.

2 Perfilamento comportamental e política digital

Para um mundo analógico, que pouco a pouco foi estabelecendo quase uma relação lúdica com as redes sociais, talvez seja difícil dimensionar a relação entre o aprofundamento e complexidade da interface das mídias sociais e a política.

Partindo-se de premissas estabelecidas em Tucker *et al.* (2018), é possível aferir relações entre redes sociais, polarização política e (des)informação. Também são apresentadas formas distintas de exposição a perspectivas divergentes de posições políticas em contextos de discussão não políticos. Ou seja, mesmo em naturezas de debates distintos (e até mesmo de forma mais exitosa) é possível aferir posicionamentos políticos. Com isto, a fluidez da discussão política eleva a dificuldade de instrumentos standards de estatística para análise de cenários políticos.

Passada uma década do incremento da política em meios digitais, um outro fator deve ser adicionado a este já complexo cenário: a chegada de uma geração já estabelecida dentro das redes sociais, que não viveu em um ambiente de construção do comportamento político

dentro de esferas tradicionais de interações analógicas como a família, o pequeno círculo de amigos ou o espaço da escola/trabalho. As redes sociais suplantam estas estruturas tradicionais do debate informacional e da formação do arcabouço político do indivíduo.

Nesse contexto, campanhas políticas passaram a utilizar técnicas de perfilamento comportamental, identificando padrões de comportamento político para estruturar suas estratégias de comunicação. O diferencial das técnicas de machine learning e identificação de padrões era a construção (reativa) de personalização das mensagens políticas com base em características psicológicas e comportamentais dos indivíduos. Com as IAs generativas, isto tende a ser exponencialmente transformado e seus efeitos ampliados.

2.1 *Psicometria digital*

Ao tratar da possibilidade do uso de dados comportamentais observados em ambientes digitais, a psicometria digital busca inferir características psicológicas e traços de personalidade. Rastros habitualmente compreendidos como a própria atividade lúdica nas redes sociais, como inscrições, likes ou outras formas de externalização de preferências, são utilizados como categorizadores de orientações, valores e características úteis ao perfilamento.

O modelo Big Five personality traits é um dos mais tradicionais e organiza o perfilamento da personalidade humana em cinco dimensões; são elas: abertura a experiências, conscienciosidade, extroversão, amabilidade e neuroticismo (John; Naumann; Soto, 2008).

Tabela 1: dimensões da personalidade humana com suas características (John; Naumann; Soto 2008):

1.abertura à experiência	indivíduos com alta abertura	● apreciam novas experiências; ● interesse por arte e cultura; ● flexibilidade cognitiva;
	indivíduos com baixa abertura	● preferem rotinas; ● valorizam tradições; ● demonstram menor interesse por inovação;
Esta característica está associada a maior/menor tolerância a mudanças sociais e diversidade.		
2.Conscienciosidade (organização, autodisciplina e orientação a objetivos)	indivíduos com alta	● tendem a planejar ações; ● tendem a seguir regras; ● demonstram responsabilidade e persistência;
	indivíduos com baixa	● agem de forma impulsiva; ● apresentam menor planejamento;
Esta característica está associada a preferência por ordem e estabilidade.		

3.extroversão (sociabilidade, assertividade, e busca por estímulos sociais)	indivíduos extrovertidos	• gostam de interação social; • demonstram entusiasmo; • assumem papel de liderança; • engajamento em campanhas.
	Indivíduos introversos	• preferem ambientes reservados; • menor necessidade de interação;
Esta característica está associada à participação política e ao engajamento.		

4.amabilidade (cooperação, empatia, confiança interpessoal)	indivíduos com alta amabilidade	• demonstram altruísmo; • evitam conflitos; • valorizam harmonia social;
	indivíduos com baixa abertura	• são competitivos; • disposição para o confronto;
Esta característica está associada à confiança institucional.		

5. neuroticismo (ansiedade, medo ou instabilidade emocional)	indivíduos com alto neuroticismo	• reage com maior intensidade emocional; • demonstra maior preocupação com riscos e ameaças;
	indivíduos com baixo neuroticismo	• estabilidade emocional; • calma.
Esta característica está associada sujeição ao medo ou ameaça		

Este modelo tornou-se particularmente relevante, pois foi acompanhado de uma série de estudos que demonstram que dados comportamentais retirados de ambientes digitais podem ser usados para inferência de traços de personalidade para diferentes abordagens políticas.

2.2 A violação da Cambridge Analytica

É importante ressaltar, pelo seu grau de sensibilidade, que esta pesquisa é feita no sentido de aperfeiçoar e organizar conhecimento para contribuir com a integridade eleitoral como manifestação de liberdade democrática e republicanismo.

Com as revelações tornadas públicas em 2018, especialmente as denúncias trazidas por Christopher Wylie, o perfilamento em larga escala tornou-se um assunto limítrofe, justamente pelas violações e abusos em relação a dados pessoais para fins de influência política no ambiente digital.

PEIXOTO, Fabiano Hartmann; BONAT, Debora. Inteligência Artificial e transformação da influência eleitoral em redes digitais: evidências de novas possibilidades na segmentação eleitoral na esfera pública digital brasileira para 2026. **Revista Democracia Digital e Governo Eletrônico**, Florianópolis, v. 1, n. 25, p. 2-23, 2026.

Tem-se que o principal problema do sistema da Cambridge era a obtenção de dados provenientes da plataforma Facebook pela utilização dissimulada de um aplicativo de pesquisa, que em realidade buscava acessar dados pessoais do detentor do perfil e de amigos do usuário (explorando uma permissividade do sistema do Facebook). Estima-se que 87 milhões de usuários tiveram seus dados obtidos desta forma dissimulada.

3. Do microtargeting à generative influence

As abordagens estatísticas tradicionais que apoiam estratégias eleitorais eram baseadas em um perfilamento demográfico tradicional, baseado em indicadores tais como idade, renda, localização, etc.). Com o incremento da inteligência artificial, outros recursos na produção estratégica de conhecimento a partir de dados foram surgindo, com destaque ao microtargeting, ou seja, uma espécie de microsegmentação eleitoral.

3.1 *Microtargeting*

O microtargeting ganha destaque com o incremento da IA (Simchon, 2024) permite que os custos de energia, tempo e dinheiro de produção de mensagens políticas amplas, dirigidas ao eleitorado geral ou segmentado por padrões demográficos tradicionais seja otimizado ao produzir-se conteúdos específicos a subgrupos definidos por combinações de características que forma clusters por posições políticas prováveis, perfil psicológico, preocupações sociais específicas, comportamentos online.

Desta forma, a partir de coleta massiva de dados com inferências psicológicas e clusterizações é possível a personalização de mensagens pela influência algorítmica, com foco nos principais pontos de interesse do usuário/eleitor.

3.2 *Generative influence*

O microtargeting “tradicional” também está sujeito aos impactos das generativas. Estudos experimentais apresentados em (Simchon, 2024) demonstram que mensagens políticas alinhadas aos traços de personalidade dos indivíduos podem aumentar sua persuasividade. Em experimentos com anúncios políticos reais publicados no Facebook no Reino Unido (2019–2021), verificou-se que a correspondência entre o traço de abertura à experiência dos indivíduos e o perfil psicológico inferido dos anúncios aumentou significativamente a persuasão percebida. Os autores também demonstraram que modelos de linguagem generativos podem ser utilizados para reescrever anúncios de modo a direcioná-los a perfis psicológicos específicos. Os resultados sugerem que agentes de IA podem automatizar estratégias de microtargeting psicográfico em larga escala, organizando argumentos políticos, ampliando o potencial de personalização persuasiva na comunicação política digital. Ao associarmos isto à possibilidade de recursos sintéticos além de textos, como imagens e vídeos curtos, a combinação de massividade, criatividade e logística “on time” terão um impacto brutal em qualquer corrida eleitoral.

4. Metodologia empírica

Uma pergunta importante de pesquisa é se argumentos políticos, em variados formatos, terão maior impacto emocional e segmentador nas eleições 2026? Uma avaliação empírica preliminar para fornecer elementos analíticos foi projetada neste artigo, adotando uma PEIXOTO, Fabiano Hartmann; BONAT, Debora. Inteligência Artificial e transformação da influência eleitoral em redes digitais: evidências de novas possibilidades na segmentação eleitoral na esfera pública digital brasileira para 2026. **Revista Democracia Digital e Governo Eletrônico**, Florianópolis, v. 1, n. 25, p. 2-23, 2026.

abordagem interdisciplinar que combina ferramentas de ciência de dados, análise comportamental, processamento de linguagem natural e análise de discurso, em ambiente digital.

O principal objetivo da estratégia é identificar padrões analíticos, discursos relevantes e analisar possíveis relações entre estruturas argumentativas e padrões de interesse/mobilização emocional.

4.1 Base de dados: plataformas X e YouTube

A base empírica utilizada neste estudo é composta por amostras de dados extraídos de duas plataformas digitais, notoriamente conectadas ao debate político: "X" e "YouTube". Pode justificar a escolha, primeiramente, como mencionado, pelo papel central na difusão de conteúdos políticos em ambientes digitais, com destaque à circulação e à difusão de narrativas públicas. Além disto, há uma diferença estrutural entre as duas plataformas sob o ponto de vista do formato da argumentação e da interação, uma voltada mais à instantaneidade das narrativas, com estruturas eminentemente mais curtas; a outra, com espaço para produção de conteúdos, geralmente mais elaborados.

4.2 Fixação do período: 2026

Embora o projeto maior seja estabelecer formas de comparação, o presente estudo buscará análises para a eleição do ano de 2026. Portanto, os dados que comporão as amostras terão como marco temporal o mês de outubro de 2025, definindo-se assim a janela temporal.

4.3 Definição de amostras: faixa etária, região, classe social

Eventualmente traços demográficos tradicionais, como faixas etárias, região, classe social, escolaridade poderão ser utilizados para fins de organização dos dados, mas não serão parâmetros para as análises levantadas nas hipóteses parciais da presente pesquisa. Se utilizados, serão obedecidos critérios de classificação adotados por órgãos oficiais, principalmente o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Outros fatores como geolocalização, regionalismos, horários de atividade e redes de interação, embora provavelmente não relevantes para as amostras projetadas, podem fazer parte da organização de dados, se necessário.

4.4 Extração nos posts de seed words

A construção do corpus textual constitui uma etapa central da estratégia metodológica adotada neste estudo. Com o objetivo de formar amostras, coletando publicações relevantes relacionadas ao debate político institucional em ambientes digitais, será definida uma lista inicial de termos de referência a instituições públicas, por exemplo: STF, Supremo Tribunal Federal, segurança pública, liberdade, democracia, corrupção, violência, etc.

O critério da relevância institucional foi observado, especialmente considerando a concentração de debates políticos tendo estas palavras-chave de entrada. É possível também que se faça, para qualificação da capacidade de captura do discurso político, de variações semânticas ou expressões correlatas, por exemplo: STF, Supremo Tribunal Federal, Supremo ou corrupção, impunidade, escândalo, combate à corrupção. Projeta-se usar word embeddings ou LLMs para potencializar semanticamente as buscas.

Pretende-se com isto organizar a etapa de cluster argumentativo:

PEIXOTO, Fabiano Hartmann; BONAT, Debora. Inteligência Artificial e transformação da influência eleitoral em redes digitais: evidências de novas possibilidades na segmentação eleitoral na esfera pública digital brasileira para 2026. **Revista Democracia Digital e Governo Eletrônico**, Florianópolis, v. 1, n. 25, p. 2-23, 2026.

Tabela 2: tabela de *seed words*:

Categoria temática	Palavra-chave principal	Variações / termos relacionados	Justificativa analítica
Sistema de Justiça	STF	Supremo Tribunal Federal, Supremo, ministros do STF, decisão do STF	Debate sobre ativismo judicial e legitimidade institucional
Sistema de Justiça	Judiciário	justiça brasileira, tribunais, magistratura, corte suprema	Discussões sobre eficiência institucional
Corrupção	corrupção	combate à corrupção, escândalo, propina, desvio de dinheiro	Narrativas sobre moralidade política
Corrupção	impunidade	corrupção impune, sistema corrupto, políticos corruptos	Críticas ao sistema político
Segurança pública	segurança pública	violência, criminalidade, polícia, crime	Debate sobre ordem pública
Segurança pública	crime	assalto, homicídio, violência urbana	Narrativas sobre medo social
Liberdades individuais	liberdade	liberdade de expressão, censura, direito de expressão	Conflitos sobre regulação do discurso
Liberdades individuais	censura	censura judicial, censura nas redes, restrição de opinião	Críticas institucionais
Democracia	democracia	Estado de Direito, instituições democráticas	Narrativas de legitimidade institucional
Democracia	eleições	sistema eleitoral, voto, processo eleitoral	Debate sobre integridade eleitoral

Instituições políticas	Congresso	Câmara dos Deputados, Senado, parlamentares	Discussão sobre representação política
Instituições políticas	governo	administração federal, executivo	Avaliação de desempenho político
Polarização política	direita	conservadorismo, direita política	Segmentação ideológica
Polarização política	esquerda	progressismo, esquerda política	Segmentação ideológica
Instituições de controle	polícia	polícia federal, investigação, operação policial	Relação com combate à corrupção
Segurança institucional	ordem	lei e ordem, combate ao crime	Narrativas sobre segurança

Da organização a partir de palavras-chave, inferem-se clusters argumentativos:

Tabela 3: tabela de clusters argumentativos:

Cluster argumentativo	Tema central	Estrutura argumentativa dominante	Emoção predominante
Crise institucional	Judiciário e STF	decisões judiciais são apresentadas como interferência política	desconfiança
Combate à corrupção	sistema político	narrativa de moralização da política	indignação
Segurança pública	violência urbana	discurso de urgência	medo

		por maior repressão	
Liberdade de expressão	regulação do discurso	denúncias de censura institucional	revolta
Defesa da democracia	instituições democráticas	defesa do Estado de Direito	confiança
Antissistema	elites políticas	crítica às instituições e ao establishment	hostilidade
Ordem e autoridade	criminalidade	defesa de políticas de segurança mais duras	ansiedade
Polarização ideológica	esquerda vs direita	atribuição de culpa política a adversários	raiva

Desta forma, a metodologia permite a integração do conhecimento obtido pela seguinte trilha:

Fluxograma 1: Trilha analítica pela combinação do roteiro metodológico:

palavras-chave



extração de *posts*



modelagem de tópicos



identificação de *clusters* argumentativos

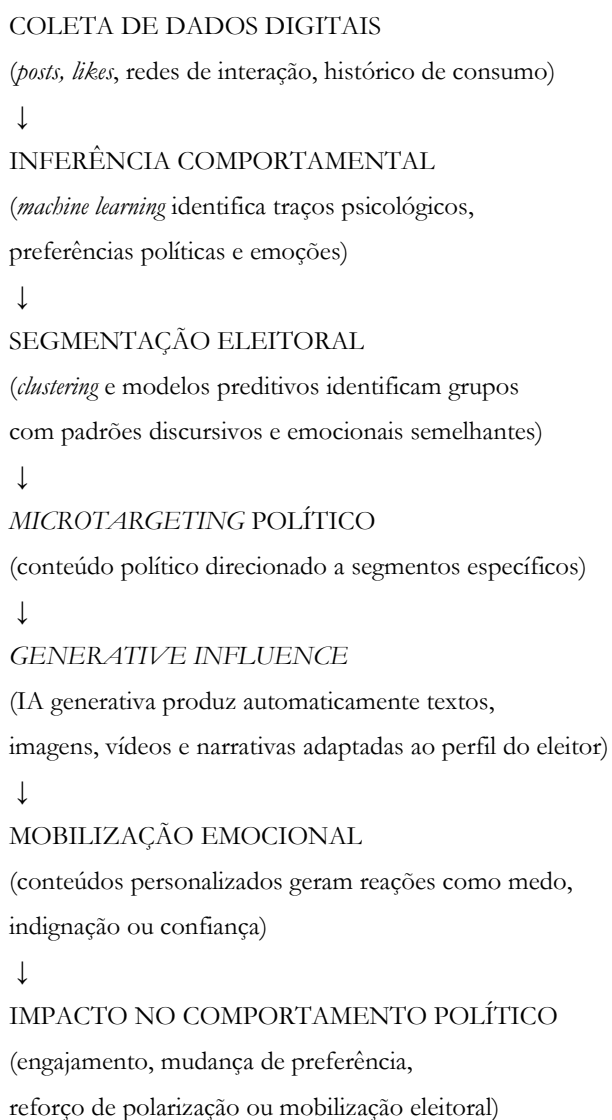


análise de sentimento

5. Metodologia técnica

A evolução das tecnologias de inteligência artificial, como mencionado, transformou o funcionamento das campanhas políticas digitais. Enquanto as estratégias iniciais de comunicação política baseadas em dados concentravam-se principalmente na identificação de perfis e na segmentação de eleitores, o avanço recente da inteligência artificial generativa permite a produção instantânea de conteúdos políticos personalizados em grande escala. O Fluxograma 2 apresenta um modelo conceitual da arquitetura de influência política baseada em IA, que articula diferentes etapas do processo: coleta de dados digitais, inferência comportamental, segmentação eleitoral, microtargeting e geração automatizada de narrativas políticas. Nesse modelo, a IA não apenas identifica segmentos eleitorais, mas também produz conteúdos argumentativos adaptados a características psicológicas e emocionais dos indivíduos, ampliando significativamente a capacidade de mobilização política no ambiente digital.

Fluxograma 2: Arquitetura de influência política baseada em IA:



PEIXOTO, Fabiano Hartmann; BONAT, Debora. Inteligência Artificial e transformação da influência eleitoral em redes digitais: evidências de novas possibilidades na segmentação eleitoral na esfera pública digital brasileira para 2026. **Revista Democracia Digital e Governo Eletrônico**, Florianópolis, v. 1, n. 25, p. 2-23, 2026.

Já a Tabela 4 abaixo apresenta as conexões entre a etapa do modelo e a técnica a ser usada:

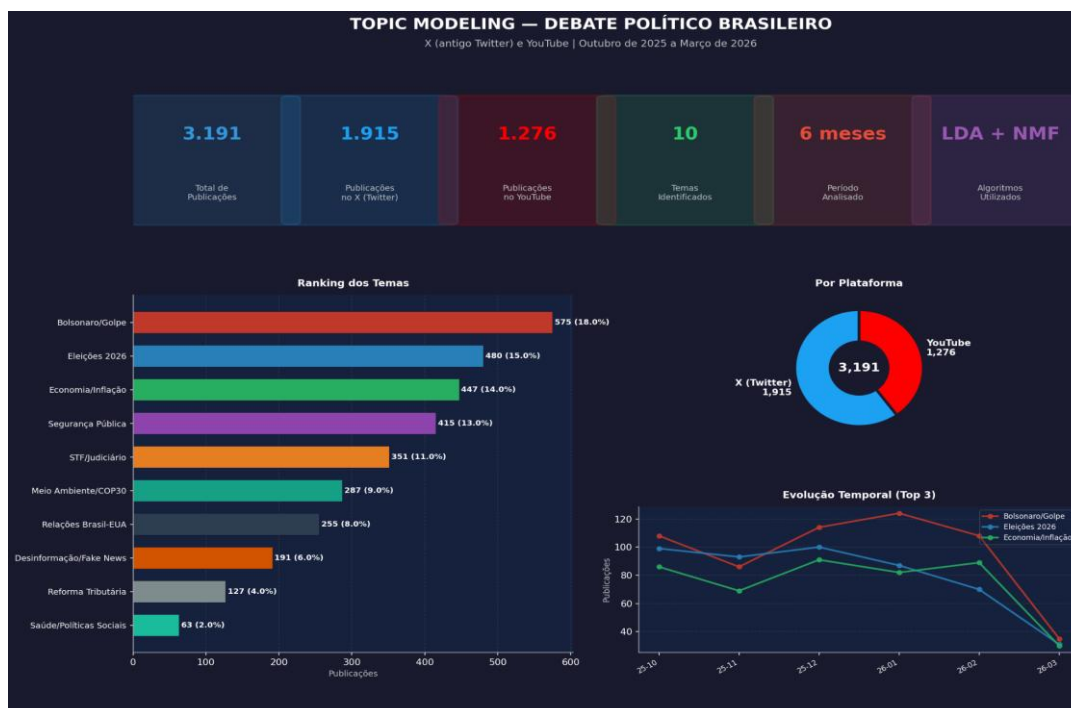
Tabela 4: conexões entre etapas do modelo e técnicas usadas

Etapa do Modelo	Técnica usada
identificação de temas	<i>topic modeling</i>
identificação de emoções	<i>sentiment analysis</i>
identificação de grupos	<i>clustering</i>
identificação de estruturas argumentativas	<i>argument mining</i>

5.1 Identificação de temas

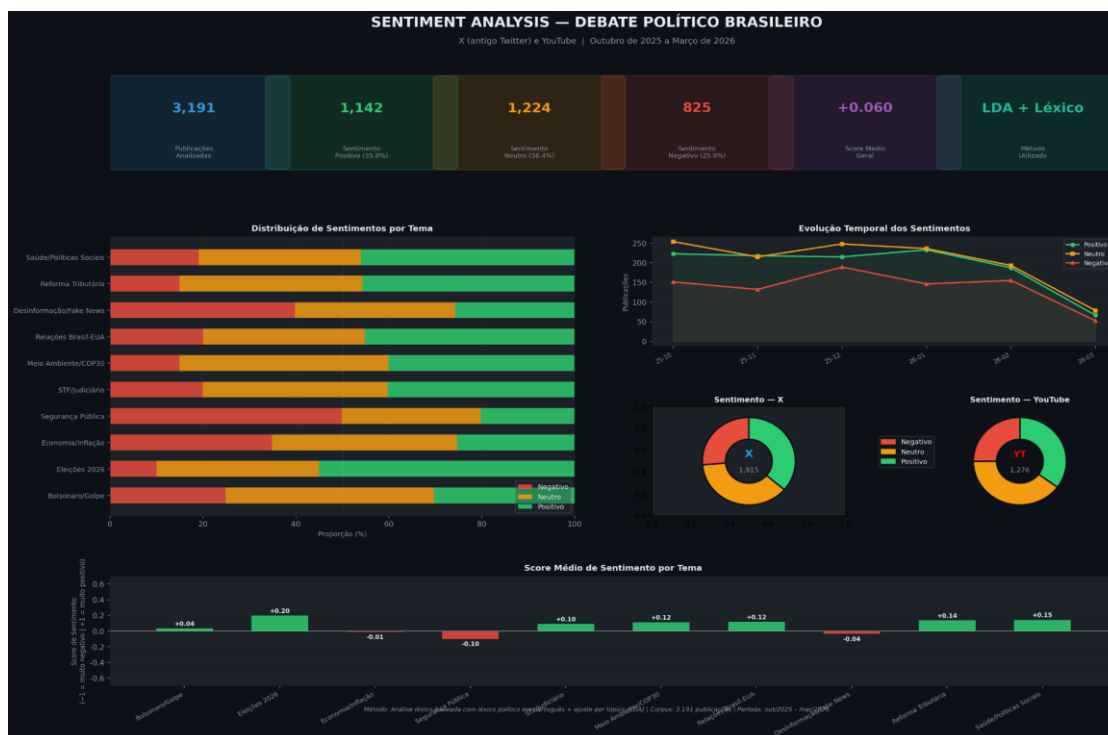
O *topic modeling* é uma técnica de análise computacional de textos utilizada para identificar automaticamente padrões temáticos em grandes coleções de documentos. Por meio de métodos de aprendizado de máquina não supervisionado, o algoritmo identifica conjuntos recorrentes. No contexto do debate político em redes sociais, o *topic modeling* permite mapear empiricamente quais temas organizam a discussão pública, sem depender exclusivamente de categorias previamente definidas pelo pesquisador. A técnica é particularmente útil para análise de grandes volumes de dados provenientes de plataformas digitais, possibilitando a identificação de agendas discursivas, clusters argumentativos e mudanças temáticas ao longo do tempo.

Para fins de teste do framework deste estudo, foi considerado um corpus composto por 3191 publicações públicas em língua portuguesa relacionadas ao debate político brasileiro, coletadas entre outubro de 2025 e março de 2026 em duas plataformas digitais. Foram 1915 dados do X e 1276 do YouTube. Foram utilizados algoritmos que assumem que cada documento é uma mistura de tópicos e cada tópico é uma mistura de palavras, sendo necessário cálculo de probabilidades de distribuição, e que utilizam fatoração de matrizes para decompor a matriz de termos do documento. A combinação de ambos os tipos permitiu uma extração robusta dos principais eixos temáticos do debate político brasileiro no período:

Figura 1: *Topic modeling*

5.2 Identificação de emoções (*sentiment analysis*)

A Análise de Sentimentos é uma técnica de PLN que identifica e extrai a polaridade emocional contida em um texto. Ela classifica as opiniões expressas como positivas, negativas ou neutras, permitindo medir o humor geral do público em relação a determinados temas ou entidades. Neste estudo, utilizamos uma abordagem léxico-baseada adaptada para o vocabulário político brasileiro, complementada por ajustes contextuais derivados dos tópicos identificados. A análise amostral indicou um cenário polarizado, algo próximo a terços entre positivo, negativo ou neutro:

Figura 2: *Sentiment Analysis*

5.3 Identificando grupos (*clustering*) treinar um modelo de *Machine Learning* para prever: engajamento e compartilhamento com base em tema, emoção e estrutura argumentativa

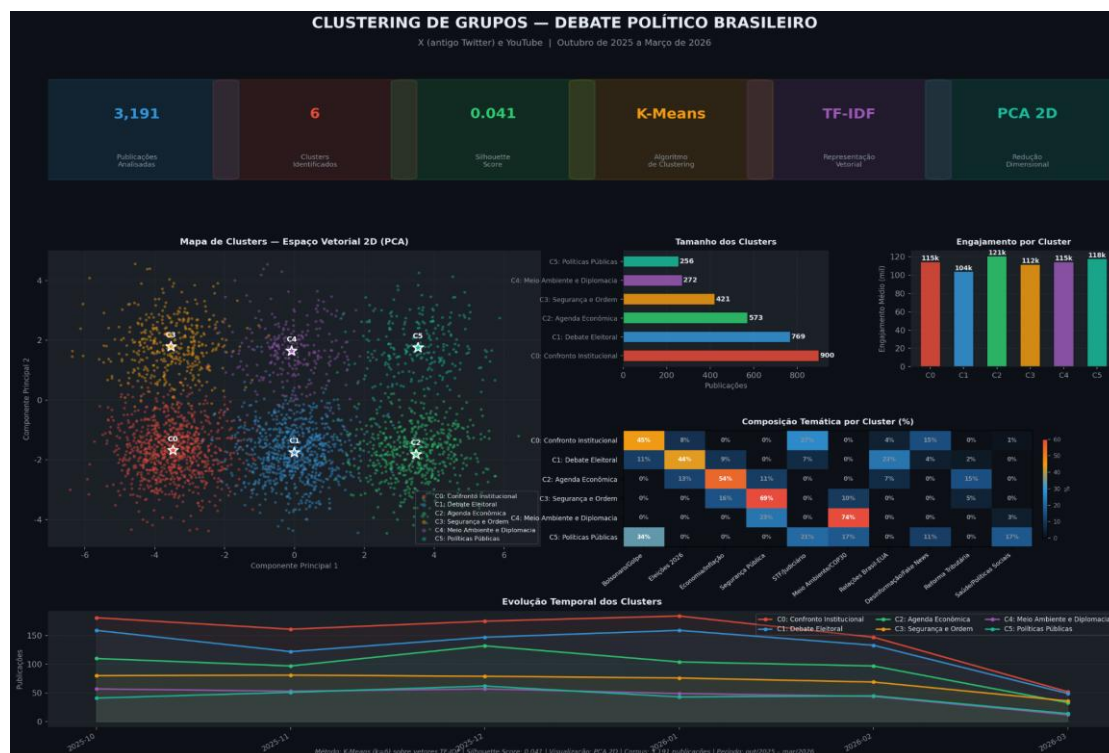
O clustering é uma técnica de aprendizado de máquina não supervisionado que organiza os dados em grupos (*clusters*) com base em suas similaridades intrínsecas. Diferente do *Topic Modeling* (que foca nas palavras), o clustering agrupa os usuários/publicações inteiras, revelando bolhas ou perfis discursivos. Utilizamos o algoritmo *K-Means* sobre vetores TF-IDF, técnicas já pesquisadas desde os tempos do projeto Victor, reduzindo a dimensionalidade com PCA para visualização em 2D.

Foram identificados 6 grandes clusters discursivos no debate político brasileiro:

Tabela 5: *Clusters* discursivos no debate político

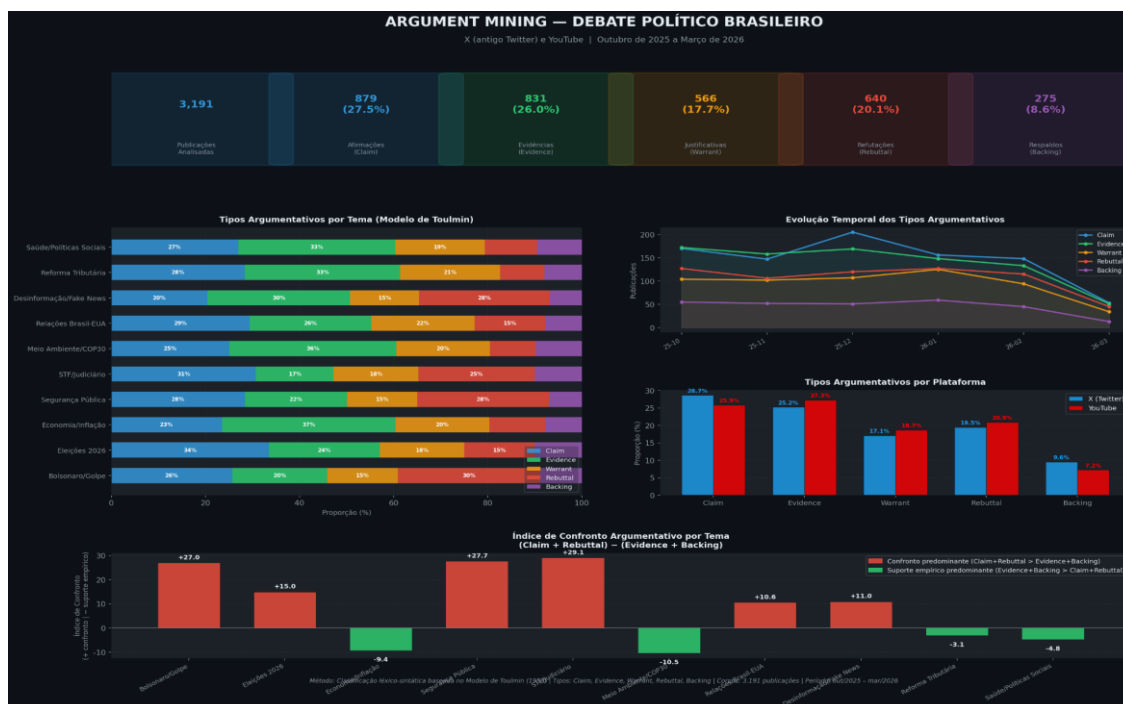
C0	confronto institucional	focado em ataques e defesas institucionais
C1	debate eleitoral	articulação política para 2026
C2	agenda econômica	discute inflação, custo de vida e tributos
C3	segurança e ordem	pautas punitivistas e combate ao crime
C4	meio ambiente e diplomacia	imagem internacional do Brasil
C5	políticas públicas	defesa do SUS e direitos sociais

PEIXOTO, Fabiano Hartmann; BONAT, Debora. Inteligência Artificial e transformação da influência eleitoral em redes digitais: evidências de novas possibilidades na segmentação eleitoral na esfera pública digital brasileira para 2026. **Revista Democracia Digital e Governo Eletrônico**, Florianópolis, v. 1, n. 25, p. 2-23, 2026.

Figura 3: *Clustering*

5.4 Identificando estruturas argumentativas (*argument mining*)

A Mineração de Argumentos é uma das áreas mais complexas do PLN. Ela busca identificar não apenas o que está sendo dito, mas a estrutura lógica do discurso. Utilizamos uma adaptação do Modelo de Toulmin (1958) para classificar as sentenças em cinco categorias: claim (afirmação): a tese ou opinião central; evidence (evidência): dados, fatos ou estatísticas que baseiam a afirmação; warrant (justificativa): o raciocínio que conecta a evidência à afirmação; rebuttal (refutação): contra-argumentos ou ataques a posições adversárias e, por último, backing (respaldo): apelo a autoridades, leis ou especialistas.

Figura 4: *Argument Mining*

6. Testes de hipóteses: análise da amostra

A combinação das técnicas revela um ecossistema digital complexo. O debate político brasileiro não é apenas dividido por temas, mas por modos de engajamento. A bolha do Confronto Institucional (*cluster 0*) é movida por sentimentos negativos e estruturada em argumentos de refutação (ataque). Por outro lado, a bolha da Agenda Econômica (*cluster 2*) apresenta um sentimento mais neutro/pragmático e estrutura seus argumentos com base em evidências e dados. Compreender essas dinâmicas é fundamental para mapear como a opinião pública se forma e se radicaliza nas plataformas digitais.

A aplicação integrada de técnicas de Processamento de Linguagem Natural (PLN) sobre o corpus extraído do X e YouTube confirma a centralidade de temas institucionais no debate político digital, evidenciando um ponto de inflexão significativo em torno do eixo "Julgamento e prisão de Bolsonaro / Tentativa de golpe" e "STF/Judiciário". A análise de *topic modeling* demonstra que essas pautas não apenas lideram o volume de publicações (somando 29% da amostra), mas atuam como vetores de polarização estrutural. O *clustering* de grupos corrobora essa dinâmica ao identificar o "Confronto Institucional" como o maior agrupamento discursivo (900 publicações), revelando que a disputa narrativa sobre a legitimidade das instituições democráticas suplantou pautas tradicionais, operando como o principal catalisador de engajamento nas plataformas analisadas.

PEIXOTO, Fabiano Hartmann; BONAT, Debora. Inteligência Artificial e transformação da influência eleitoral em redes digitais: evidências de novas possibilidades na segmentação eleitoral na esfera pública digital brasileira para 2026. **Revista Democracia Digital e Governo Eletrônico**, Florianópolis, v. 1, n. 25, p. 2-23, 2026.

Paralelamente, a modelagem algorítmica atesta o surgimento de novas segmentações eleitorais que transcendem a dicotomia ideológica clássica. A identificação de clusters como a "Agenda Econômica" e "Segurança e Ordem" demonstra que modelos de IA conseguem mapear novas preferências políticas latentes dentro das estruturas argumentativas do discurso digital. Esses agrupamentos revelam eleitorados pragmáticos que se descolam do confronto institucional puro, organizando-se em torno de demandas materiais específicas (inflação, custo de vida e combate ao crime organizado). A capacidade do algoritmo de isolar essas bolhas discursivas comprova que a mineração de dados não estruturados é uma ferramenta preditiva eficaz para antecipar realinhamentos de base e identificar nichos de eleitores que pautarão o cenário eleitoral de 2026.

Por fim, a técnica de *argument mining* cruzada com a *sentiment analysis* valida a hipótese de que padrões argumentativos específicos geram impacto emocional diferenciado. O Índice de Confronto Argumentativo revela que temas ancorados em Afirmções (*claims*) e Refutações (*Rebuttals*), como Segurança Pública e STF, produzem os scores de sentimento mais negativos e reativos da amostra. Em contrapartida, agrupamentos discursivos que privilegiam o suporte empírico, utilizando Evidências (*evidence*) e Respaldos (*backing*), como Meio Ambiente e Economia, tendem a gerar engajamentos mais neutros ou propositivos. Essa correlação estrutural indica que a arquitetura retórica de uma publicação (ataque vs. evidência) é tão determinante para a mobilização afetiva do eleitorado quanto o próprio tema debatido, fornecendo um arcabouço analítico robusto para a compreensão da persuasão política em ambientes digitais.

Desta forma, há evidências, pela análise amostral, de que há um ambiente tecnológico transformado a impactar o discurso político digital em 2026. Da mesma forma, é possível identificar em novos formatos o surgimento de novas segmentações eleitorais emergentes a partir da análise de dados provenientes de redes sociais. Também, novas combinações de modelos de inteligência artificial são, a princípio, capazes de identificar e prever preferências políticas com base em padrões discursivos presentes no debate digital?

E tudo associado à transição paradigmática do microtargeting tradicional, baseado em mensagens pré-fabricadas para perfis demográficos ou clusters específicos, para o modelo de generative influence, que tem a capacidade de atuar de forma dinâmica, adaptativa e instantânea. Assim, com as técnicas de reconhecimento desenvolvidas nesta seção, é possível integrar técnicas de *clustering* e *argument mining* em tempo real; os modelos de Inteligência Artificial não apenas mapeiam as bolhas discursivas, mas decodificam a arquitetura retórica que sustenta cada agrupamento. Isso permite que campanhas políticas deixem de apenas encontrar o eleitor certo para passar a sintetizar o argumento exato, no tom emocional adequado, no exato momento em que o debate atinge seu pico de engajamento.

Essa capacidade de resposta instantânea transforma radicalmente a gestão de crises e a disputa de narrativas. Quando o monitoramento algorítmico detecta, por exemplo, que o *cluster* de Confronto Institucional está elevando seu Índice de Confronto por meio de Refutações (*rebuttals*) agressivas, a IA generativa pode formular contra-argumentos imediatos ancorados em Evidências (*evidence*) ou Respaldos (*backing*), neutralizando a carga emocional negativa antes que ela se consolide. Da mesma forma, ao identificar que o cluster da Agenda Econômica demanda pragmatismo, o sistema pode gerar conteúdos propositivos e hiperpersonalizados que dialoguem diretamente com as ansiedades materiais daquele nicho, ajustando o vocabulário e a sintaxe para maximizar a ressonância cognitiva.

Nesse novo ecossistema, a persuasão política deixa de ser uma via de mão única para se tornar um loop contínuo de captação e geração. A identificação de novas preferências políticas latentes, como por exemplo o surgimento de eleitorados focados em aspectos da segurança pública desvinculados de polarizações tradicionais, fornece um novo corpus de insumo para geração de argumentação em parâmetros de logística industrial, gerando conteúdos políticos adaptados ao perfil, criando textos argumentativos políticos personalizados, gerando imagens, vídeos ou formatos de discursos sintéticos, produzindo milhares de narrativas diferentes em escala, adaptando-as em tempo real aos segmentos e indivíduos.

O *generative influence* não apenas reage ao cenário argumentativo presente nos *clusters*; ele o modela ativamente, criando um ambiente onde a velocidade de adaptação retórica se torna o principal diferencial competitivo na disputa pela hegemonia do debate digital.

6 Conclusões

A cada dia, percebe-se o aumento exponencial de um fenômeno que é a tomada de decisão instantânea e artificialmente baseada em ferramentas de IA. A partir de parâmetros adequados, técnicas de IA podem ser utilizadas como suporte ao debate político digital.

A pesquisa amostral infere que o avanço tecnológico configurou um novo ambiente de discurso político digital para 2026. A IA deixou de ser uma ferramenta passiva de leitura de dados para poder se tornar uma arquitetura de influência política enorme. A transição do *microtargeting* para a *generative influence* permite que campanhas não apenas encontrem o eleitor, mas sintetizem narrativas persuasivas em tempo real, adaptando o tom emocional e a estrutura argumentativa em uma logística com escala industrial.

A aplicação de clustering indicou ser possível identificar novas segmentações eleitorais emergentes. O algoritmo foi capaz de isolar bolhas discursivas que transcendem as ideias tradicionais de polarização (por exemplo, esquerda vs. direita), mapeando grupos pragmáticos focados em Agenda Econômica ou Segurança e Ordem. Isso demonstra que a IA consegue prever e organizar preferências políticas latentes com base em padrões discursivos, revelando nichos de eleitores que pautarão o cenário eleitoral.

A integração de *topic modeling*, *sentiment analysis* e *argument mining* evidenciou a centralidade do Confronto Institucional (STF/Judiciário) como o principal motor de engajamento. Mais importante, o estudo provou que padrões argumentativos específicos geram impactos emocionais diferenciados: estruturas baseadas em Refutações (*rebuttals*) e Afirmações (*claims*) geram sentimentos negativos e reativos, enquanto estruturas baseadas em Evidências (*evidence*) geram engajamentos mais neutros. A IA, portanto, pode decodificar a arquitetura retórica que maximiza a mobilização política.

Com base na estrutura da pesquisa, destaca-se uma oportunidade de ampliação empírica desta amostra para potencializar a análise e avaliação do ciclo eleitoral de 2026.

As conclusões atuais inferem que a IA consegue mapear e decodificar o cenário argumentativo. O próximo passo científico natural é ampliar a testagem das possibilidades da IA de reagir e gerar (*generative influence*).

Está contida no plano de pesquisa do Laboratório DR.IA a estruturação de um projeto de monitoramento longitudinal (semanal ou quinzenal) de um corpus real durante o período eleitoral. Este projeto não se limitaria à análise passiva, mas incluiria um laboratório de simulação de respostas generativas. A dinâmica funcionará da seguinte forma:

Monitoramento Contínuo: Aplicação contínua das três técnicas (*topic modeling*, *clustering* e *argument mining*) para identificar os picos de engajamento e as vulnerabilidades argumentativas de cada *cluster* na semana.

Produção Sintética (*Generative Influence*): Utilização de LLMs (*Large Language Models*) e IAs de geração multimodal para produzir, em ambiente de laboratório, componentes argumentativos reais (textos persuasivos, roteiros de vídeos curtos e imagens sintéticas) desenhados especificamente para neutralizar ou engajar os clusters identificados, utilizando a estrutura retórica exata exigida pelo momento (ex: gerar uma Evidência para combater uma Refutação em alta).

Validação Fática: Comparação das narrativas geradas sinteticamente pelo laboratório com a realidade fática das campanhas oficiais. O objetivo é medir se a IA generativa do laboratório conseguiu prever ou superar as estratégias reais das campanhas na geração de sentimento político e engajamento até o final do pleito.

Esta ampliação especializará o DR.IA com a estrutura denominada: Laboratório Inteligência Artificial e Integridade Eleitoral - AIEL – AI & *Electoral Integrity Lab* - DR.IA, com o propósito de um laboratório pioneiro não apenas na análise de dados eleitorais, mas na simulação preditiva de guerra narrativa algorítmica, fornecendo evidências empíricas definitivas sobre o poder da generative influence na democracia contemporânea.

7 Referências

- DR.IA. **Grupo de Pesquisa DR.IA**. Disponível em: <http://dria.unb.br/>. Acesso em: 12 mar. 2026.
- HARTMANN PEIXOTO, Fabiano. **Projeto Victor: relato do desenvolvimento da inteligência artificial na repercussão geral do Supremo Tribunal Federal**. *Revista Brasileira de Inteligência Artificial e Direito*, v. 1, 2020. Disponível em: <https://rbiad.com.br/index.php/rbiad>. Acesso em: 12 mar. 2026.
- HARTMANN PEIXOTO, Fabiano. **Inteligência artificial e direito: convergência ética e estratégica**. Curitiba: Alteridade, 2020.
- HARTMANN PEIXOTO, Fabiano; BONAT, Debora. **GPTs e direito: impactos prováveis das IAs generativas nas atividades jurídicas brasileiras**. *Seqüência: Estudos Jurídicos e Políticos*, Florianópolis, v. 44, n. 93, 2023. DOI: <https://doi.org/10.5007/2177-7055.2023.e94238>.
- HARTMANN PEIXOTO, Fabiano; BONAT, Debora. **Inteligência artificial e processo judicial: otimização comportamental e relação de apoio**. *Humanidades & Inovação*, v. 7, n. 17, 2020.
- JOHN, Oliver P.; NAUMANN, Laura P.; SOTO, Christopher J. **Paradigm shift to the integrative Big Five trait taxonomy: history, measurement and conceptual issues**. In: JOHN, Oliver P.; ROBINS, Richard W.; PERVIN, Lawrence A. (eds.). *Handbook of personality: theory and research*. 3. ed. New York: Guilford Press, 2008. p. 114–158. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/289964016_Paradigm_shift_to_the_integrative_big_five_trait_taxonomy_History_measurement_and_conceptual_issues. Acesso em: 12 mar. 2026.
- MORAIS, Fausto Santos de. **O uso da inteligência artificial na repercussão geral: desafios teóricos e éticos**. *Revista Direito Público*, Brasília, v. 18, n. 100, 2021. DOI: <https://doi.org/10.11117/rdp.v18i100.6001>.
- MORAIS, Fausto Santos de. **O direito de informação e a proposta da comissão de juristas no Senado: novos deveres à Administração Pública Federal?** *Revista do CEJUR/TJSC: Prestação Jurisdicional*, Florianópolis, v. 11, 2023. DOI: <https://doi.org/10.37497/revistacejur.v11i00.404>.

PEIXOTO, Fabiano Hartmann; BONAT, Debora. Inteligência Artificial e transformação da influência eleitoral em redes digitais: evidências de novas possibilidades na segmentação eleitoral na esfera pública digital brasileira para 2026. **Revista Democracia Digital e Governo Eletrônico**, Florianópolis, v. 1, n. 25, p. 2-23, 2026.

MORAIS, Fausto Santos de; ZOLET, Lucas Augusto da Silva. **Raciocínio jurídico e inteligência artificial: dimensões da tecnologia para o futuro do direito.** *Revista do Instituto de Hermenêutica Jurídica*, Belo Horizonte, n. 18, 2021.

PEIXOTO, Fabiano Hartmann; BONAT, Debora. **Direito na era da inteligência artificial e impactos em direitos fundamentais.** *Revista EJEJ*, v. 1, n. 1, 2024.

SIMCHON, Almog; EDWARDS, Matthew; LEWANDOWSKY, Stephan. **The persuasive effects of political microtargeting in the age of generative artificial intelligence.** *PNAS Nexus*, v. 3, n. 2, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1093/pnasnexus/pgae035>.

SIQUEIRA, Dirceu Pereira; MORAIS, Fausto Santos de; SANTOS, Marcel Ferreira dos. **Inteligência artificial e jurisdição: dever analítico de fundamentação e os limites da substituição dos humanos por algoritmos no campo da tomada de decisão judicial.** *Seqüência: Estudos Jurídicos e Políticos*, Florianópolis, v. 43, n. 91, 2022. DOI: <https://doi.org/10.5007/2177-7055.2022.e90662>.

SIQUEIRA, Dirceu Pereira; MORAIS, Fausto Santos de; TENA, Lucimara Plaza. **O papel emancipador do direito em um contexto de linhas abissais e algoritmos.** *Pensar – Revista de Ciências Jurídicas*, Fortaleza, v. 27, n. 1, 2022.

TOULMIN, Stephen E. **The uses of argument.** Cambridge: Cambridge University Press, 1958.

TUCKER, Joshua A. et al. **Social media, political polarization, and political disinformation: a review of the scientific literature.** *SSRN Electronic Journal*, 2018. DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3144139>.

Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/323962120_Social_Media_Political_Polarization_and_Political_Disinformation_A_Review_of_the_Scientific_Literature. Acesso em: 12 mar. 2026.

PEIXOTO, Fabiano Hartmann; BONAT, Debora. Inteligência Artificial e transformação da influência eleitoral em redes digitais: evidências de novas possibilidades na segmentação eleitoral na esfera pública digital brasileira para 2026. **Revista Democracia Digital e Governo Eletrônico**, Florianópolis, v. 1, n. 25, p. 2-23, 2026.