



## DISCURSO POPULISTA E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL:

### NOVAS DINÂMICAS DE PERSUASÃO E ENGAJAMENTO POLÍTICO NAS ELEIÇÕES ESTADUNIDENSES DE 2024

AUTORES: MELO, A. M.<sup>1</sup>; GRILI, A. F.<sup>1</sup>; CHAVES, B. A.<sup>1</sup>; RODRIGUES, B.<sup>1</sup>; NOBREGA, D. G.<sup>1</sup>; OFUGI, F. P.<sup>1</sup>; SIQUEIRA, G. S.<sup>1</sup>; ROCHA, H. R.<sup>1</sup>; LIMA, I. G.<sup>1</sup>; FIGUEIREDO, L. V.<sup>1</sup>; ARAUJO, L. S.<sup>1</sup>; MACHADO, M. C.<sup>1</sup>; PEREIRA, M. C.<sup>1</sup>; QUEIROZ, M. P.<sup>1</sup>; LOURENÇO, P. H.<sup>1</sup>; CIDADE, Y. C.<sup>1</sup>; MESQUITA, G.<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>PET-POL, Instituto de Ciência Política, Universidade de Brasília, E-mail: helenalrocha2003@gmail.com, petpol@gmail.com

<sup>1</sup>Grupo PET-POL, UnB, Campus DARCY RIBEIRO

<sup>2</sup>Tutor do Grupo PET-POL, UnB, Campus DARCY RIBEIRO

**RESUMO:** O presente artigo busca compreender como a comunicação populista se manifesta e se transforma na era digital, especialmente a partir do uso de tecnologias de Inteligência Artificial (IA), além de analisar os efeitos dessa incorporação na confiança pública e na qualidade da democracia contemporânea. A metodologia adotada é qualitativa e interpretativa, foram utilizados os conceitos de comunicação populista, identidade social e pós-verdade para uma análise documental de reportagens jornalísticas sobre o uso de IA na comunicação política, com um recorte empírico centrado nas eleições norte-americanas de 2024 para ilustrar as dinâmicas comunicacionais. Os resultados indicam que a IA potencializa o populismo ao acelerar a desinformação, a partir do uso de imagens e memes absurdos, que reforçam as crenças existentes de eleitores e ajudam na disseminação de mensagens de ódio. Conclui-se, então, que a comunicação populista, potencializada pela IA, intensifica a polarização e a desconfiança, ao criar fronteiras simbólicas alicerçadas na ideia dicotômica de “nós contra eles” e ao desacreditar fontes de informação legítimas, o que fragiliza a liberdade política e distorce a democracia representativa.

**Palavras-chave:** Comunicação populista; Inteligência Artificial; Polarização; Pós-verdade.

### **Populist Discourse and Artificial Intelligence: New Dynamics of Persuasion and Political Engagement in the 2024 U.S. Elections**

**ABSTRACT:** This article aims to understand how populist communication manifests and transforms in the digital age, especially through the use of Artificial Intelligence (AI) technologies, in addition to analyzing the effects of this incorporation on public trust and the quality of contemporary democracy. The adopted methodology is qualitative and interpretive, based on a literature review concerning populist communication, social identity, and post-factual politics, as well as a document analysis of journalistic reports on the use of AI in political communication, with an empirical focus on the 2024 North American elections to illustrate communicational dynamics. The results indicate that AI enhances populism by accelerating misinformation, exemplified by the use of absurd images and memes that nonetheless reinforce voters' existing beliefs, and by the dissemination of hate messages. It is





then concluded that populist communication, empowered by AI, intensifies polarization and distrust, by creating symbolic boundaries based on the dichotomous idea of "us versus them" and by discrediting legitimate sources of information, which weakens political freedom and distorts representative democracy, making the construction of a new informational ethic fundamental to restore trust and rescue the democratic public space.

**Keywords:** Populist Communication; Artificial Intelligence; Polarization; Post-factual politics.

## 1. INTRODUÇÃO

O presente artigo busca compreender a manifestação e transformação da comunicação populista na era digital, especialmente a partir do uso de tecnologias de Inteligência Artificial. A metodologia adotada é qualitativa e interpretativa, fundamentada em uma conceitualização sobre comunicação populista, teoria da identidade social e pós-verdade e em seguida a análise documental de reportagens jornalísticas sobre o uso de IA na comunicação política. O recorte empírico utilizado centra-se nas eleições norte-americanas de 2024, mais precisamente na figura do atual presidente Donald Trump, para ilustrar as dinâmicas comunicacionais.

Guiada pelas questões de pesquisa sobre como a IA tem sido incorporada como instrumento de comunicação populista, quais os efeitos dessa incorporação para a confiança pública e como isso pode afetar a qualidade da democracia contemporânea. A análise indica que a IA potencializa o populismo ao acelerar a desinformação, desse modo, foi possível concluir que a comunicação populista, intensificada pela IA, amplifica a polarização e a desconfiança, ao criar fronteiras simbólicas baseadas na ideia dicotômica de "nós contra eles" e ao desacreditar fontes de informação legítimas. Esse processo fragiliza a liberdade política e distorce a democracia representativa. Diante disso, a construção de uma nova ética informacional é fundamental para restaurar a confiança e resgatar o espaço público democrático.

## 2. METODOLOGIA

Este artigo adota uma abordagem qualitativa e interpretativa, baseada em revisão bibliográfica e análise documental, com o objetivo de compreender como a comunicação populista se manifesta e se transforma na era digital, especialmente a partir do uso de tecnologias de Inteligência Artificial (IA). O percurso metodológico articula teoria e empiria a partir de três eixos principais: (1) construção conceitual, (2) análise de estudos de caso e materiais jornalísticos, e (3) interpretação crítica dos efeitos sobre a esfera pública e a democracia. A primeira etapa consistiu em uma revisão sistemática da literatura acadêmica sobre comunicação populista, teoria da identidade social e pós-verdade. Foram priorizados



autores de referência nos campos da comunicação política e ciência política, como Aslanidis (2015), Hameleers (2018), Ponce (2018), Schulz, Wirth e Müller (2020) e Kovic, Caspar e Rauchfleisch (2018). Essa etapa permitiu delimitar o arcabouço teórico que fundamenta a análise do discurso populista como estratégia comunicacional que mobiliza afetos e identidades sociais.

A análise seguiu uma perspectiva descritivo-analítica, buscando identificar elementos de oposição vertical e horizontal (Hameleers, 2018); estratégias de bullshit e epistemologia conspiratória (Kovic; Caspar; Rauchfleisch, 2018); apelos emocionais e reforço de identidades de grupo (Schulz; Wirth; Müller, 2020). O procedimento analítico consistiu na interpretação crítica dos dados empíricos acerca do referencial teórico, buscando observar de que modo a comunicação populista se reconfigura no ambiente da pós-verdade e sob o impacto das novas tecnologias. Essa etapa foi guiada por duas perguntas de pesquisa: De que maneira a Inteligência Artificial tem sido incorporada como instrumento de comunicação populista? Quais os efeitos dessa incorporação para a confiança pública e para a qualidade da democracia contemporânea? O recorte temporal centrado nas eleições norte-americanas de 2024 justifica-se pela relevância desse evento no debate contemporâneo sobre o uso de tecnologias de Inteligência Artificial em estratégias de comunicação política.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

#### A. A Comunicação Populista e a Teoria da Identidade Social

De acordo com Aslanidis (2015), o populismo é definido como um discurso maniqueísta, que antagoniza o povo puro e uma elite corrupta. Seu caráter comunicacional é maleável e capaz de ocupar diferentes vertentes, sendo fortalecido pela mobilização de afetos, sentimentos como ressentimento e desconfiança, e busca pela restauração da vontade do povo (Aslanidis, 2015). A teoria da Identidade Social (Schulz; Wirth e Müller, 2020) oferece sustentação para entender a eficácia da comunicação populista. A teoria ajuda a esclarecer como o espaço político é desenhado no que toca à questão do pertencimento (*in-group*) e exclusão (*out-group*). Os líderes populistas exploram a identificação grupal através de ferramentas comunicacionais que reforçam essa divisão dicotômica, povo *versus* elite, por meio de uma repetição de mensagens maniqueístas (Ponce, 2018).

Hameleers (2018) traz conceitos que ajudam a entender a manifestação dessa dicotomia por meio de diversas categorias de comunicação, seriam os conceitos de “Oposições Verticais” e “Oposições Horizontais”. Oposições verticais se tratam do povo contra elites, podendo ser elites políticas, econômicas ou midiáticas; já no caso das horizontais, ocorrem na oposição de grupos que convivem próximos, como cidadãos nativos excluindo imigrantes (Hameleers, 2018). Schulz, Wirth e Müller (2020) apontam que com



frequência veículos jornalísticos são acusados de serem cúmplices de elites conspiratórias na propagação de *fake news*, o que se enquadra como populismo anti-mídia.

O que pode ser percebido é que independente de quais ferramentas retóricas os líderes populistas usam na sua comunicação, esses mecanismos contribuem para que o político ganhe votos, entretanto, atitudes populistas somente predispoem voto se forem capazes de ativar a ação (Hawkins; Kaltwasser e Andreadis, 2020); nesse o ponto o conceito de cognição motivada (Kovic; Caspar e Rauchfleisch, 2018) pode ser aderido como um recurso para incentivar atitudes. Desse modo, uma comunicação que já era historicamente poderosa ganhou uma nova dimensão com a inserção das tecnologias de digitais (Kritsch; Silva e Teixeira, 2024); algo fácil, acessível, com baixa verificação e longo alcance.

### **B. Pós-Verdade e a Conformação Cognitiva**

A pós-verdade, modelo de discurso político que Kovic, Caspar e Rauchfleisch (2018) apresentam como pós-factual, fomenta a comunicação populista ao incentivar a divisão do “nós contra eles”. De acordo os autores, os três pilares da pós-verdade são: (I) a cognição motivada, em que o cognitivo humano adapta e reinterpreta novas informações de um modo que reforça as crenças que ele já tinha; (II) a epistemologia conspiratória, quando não se é capaz de assimilar informações contraditórias e, por isso, as rejeita e coloca como falsas, criadas para fins de conspiração da elite; por fim, (III) o *bullshit*, se o que é dito é fato ou mentira não é relevante nesta estratégia, pois, o que conta é se atingiu seu objetivo. Desse modo, pode-se compreender que indivíduos atingidos pela comunicação populista tendem a preferir as narrativas propagadas nesses moldes, devido a suscetibilidade que o aparelho cognitivo tem a para receber informações que reafirmam suas crenças (Kovic; Caspar e Rauchfleisch, 2018).

### **C. O Papel da Inteligência Artificial**

A ascensão das novas tecnologias digitais expandiu o campo da comunicação populista. Entretanto, muitas vezes essas tecnologias têm sido canais de desinformação, em que as narrativas populistas se constroem. O uso da Inteligência Artificial (IA) tem acelerado o processo desinformativo, como pode ser percebido em reportagens veiculadas pela Associated Press e NPR (2024) no período da campanha presidencial dos EUA em 2024.

A preocupação inicial se voltava para os perigos de *deepfakes* que fossem muito convincentes, no entanto, a geração de imagens, caricatas e absurdas, foi a ferramenta mais difundida entre apoiadores do presidente Donald Trump e da ex vice-presidente Kamala Harris durante a campanha (Associated Press, 2024). As imagens geradas e distribuídas são tidas como tão absurdas que não enganariam nem o eleitor mais inocente, mas dois problemas



21 A 23 DE NOVEMBRO DE 2025  
XXX ENAPET  
INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E DIREITOS HUMANOS:  
DESAFIOS ÉTICOS PARA O SÉCULO XXI

podem ser identificados ao ler as matérias: o primeiro é a propagação de falsas notícias, o segundo é disseminação de mensagens de ódio.

Segundo Associated Press (2024), um *deepfake* gerado por IA, com intenção de ser uma sátira, mostra Trump com eleitores negros, dando a entender que recebe apoio dessa comunidade; no entanto, os apoiadores do presidente estavam difundindo como se fosse algo real e não uma ironia, como indicava a intenção original. Isso mostra como os eleitores de Trump receberam as imagens e em nenhum momento questionaram a veracidade delas, isso, por acreditarem que seu candidato era tão capacitado, que conseguiria conquistar o apoio de uma comunidade que fazia oposição a ele; ou seja, receberam uma informação e acomodaram de uma forma que reforçava suas crenças.

Outro problema relacionado a IA que pairou sobre a campanha presidencial de 2024 foi a disseminação de mensagens de ódio, racistas e xenofóbicas. Existe uma teoria da conspiração de que haitianos estariam comendo gatos e cães em Springfield (Associated Press, 2024). Os apoiadores de Trump utilizaram a IA para gerar e compartilhar imagens em forma de *memes* relacionados a isso, inclusive o próprio Trump compartilhou em sua conta uma imagem de “um grupo de gatinhos segurando uma placa que dizia: NÃO DEIXE QUE NOS COMAM, Vote em Trump!” (Associated Press, 2024). Além de passarem uma mensagem com vieses racistas e xenofóbicos, corroboram com oposições horizontais e utilizam do *bullshit*, pois, se trata de uma mentira em que o objetivo não é salvar animais de maus tratos ou responsabilizar criminosos, mas reafirmar sua campanha anti-imigração com o objetivo de alcançar votos.

#### **D. Implicações para a Esfera Pública e a Democracia**

A comunicação populista, potencializada pelo uso da IA, implica na erosão da confiança na esfera pública e na transformação dos procedimentos democráticos, como pode ser percebido ao ler as notícias sobre o período eleitoral americano em 2024 (Kritsch; Silva e Teixeira, 2024). A IA tornou a criação de *fake news* muito mais acessível, veloz e fluída; a consequência mais desastrosa desta tecnologia reside no fato de que apenas a percepção de que não se pode confiar nas imagens online colabora na descredibilização de fontes de informação legítimas. Por mais que a imensa maioria dos eleitores não acreditem diretamente no conteúdo falso, existe sempre a desconfiança pairando sobre tudo que se recebe. Isso acaba por alicerçar as bases de uma democracia na pós-verdade (Kritsch; Silva e Teixeira, 2024)

A polarização do debate público, assim como sua fragmentação, são produtos dessa desconfiança, visto que é difícil pensar o meio digital sem esses dois elementos. Atualmente os meios digitais trabalham com algoritmos que são responsáveis pela manutenção de narrativas dicotômicas ao formarem “câmaras de eco autossustentáveis” e “filtro-bolhas” (Kritsch, Silva e Teixeira; 2024). Isso constrói as esferas “semipúblicas” que rejeitam qualquer crítica, sendo aceito apenas o que corrobora para a crença já estabelecida,





restringindo a liberdade comunicativa que é fundamental para existência de um debate racional (Kritsch; Silva e Teixeira, 2024).

A circulação de produtos de IA nas redes sociais, que já é um meio de comunicação direto com o público, potencializa a estratégia de representação direta que líderes populistas, como Trump, utilizam. Isso gera uma influência personalizada que não é mediada ou inspecionada (Kritsch; Silva e Teixeira, 2024). O que o populismo faz é radicalizar essa dimensão da opinião, unindo ela em um único ato que é personificado no líder; a retórica populista descredibiliza a imprensa profissional e outras instituições de mediação (Kritsch; Silva e Teixeira, 2024). Kritsch, Silva e Teixeira (2024) utilizam a definição de Nadia Urbinati (2019) para esse fenômeno, o majoritarismo extremado, parte do povo é mobilizada contra outras partes. Desse modo, o populismo deturpa os procedimentos democráticos e mina a liberdade política; levando, assim, a uma distorção da democracia representativa (Kritsch; Silva e Teixeira, 2024).

Toda essa situação nas eleições americanas advertem sobre o perigo e a ameaça mais imediata que a IA pode ocasionar na integridade eleitoral. A fabricação desenfreada de imagens sugestionáveis e questionáveis, aliada a uma moderação pouco eficiente dos conteúdos nas mídias sociais, representa uma ferramenta com poder de confundir e enganar. A passividade de legisladores e plataformas digitais no trato dessas vulnerabilidades algorítmicas tem como consequência a propagação de *fake news*, essas, por sua vez, tendem a contribuir no enfraquecimento das instituições democráticas de qualquer democracia.

#### 4. CONCLUSÕES

A partir de uma revisão literária, o presente artigo evidencia como a comunicação populista, ao articular afetos, identidades e crenças, representa mais do que uma simples estratégia retórica: trata-se de um mecanismo estruturante da percepção política na era digital. Amparada pela “Teoria da Identidade Social” (Schulz; Wirth e Müller, 2020), ela cria fronteiras simbólicas entre “nós” e “eles”, nas quais a reafirmação constante da identidade grupal sustenta narrativas de exclusão e antagonismo (Ponce, 2018; Hameleers, 2018). Este processo é amplificado por um ambiente informacional permeado pela pós-verdade, onde fatos objetivos cedem lugar à reafirmação de convicções e à circulação de conteúdos cujo valor reside menos na veracidade e mais na capacidade de mobilizar emoções (Kovic; Caspar e Rauchfleisch, 2018).

Nesse contexto, a ascensão da Inteligência Artificial intensifica e automatiza os mecanismos de manipulação simbólica, desinformação e radicalização ao produzir imagens, discursos e vídeos falsos com alta velocidade e baixo custo. O relacionamento da comunicação populista com as tecnologias de IA produz um ambiente político em que a confiança se torna escassa e a polarização se institucionaliza. Nesse sentido, compreender a



lógica dessa comunicação e seus efeitos é fundamental não apenas para a teoria política, mas para a própria sobrevivência da democracia liberal contemporânea. Enfrentar os desafios colocados pela pós-verdade e pela inteligência artificial exige a construção de uma nova ética informacional, capaz de restaurar os vínculos de confiança entre cidadãos, mídia e instituições e de resgatar o espaço público como arena legítima da racionalidade e do diálogo democrático.

## 5. REFERÊNCIAS

ASLANIDIS, Paris. Is populism an ideology? A refutation and a new perspective. *Political Studies*, [s.l.], v. 64, n. 1 Suppl, p. 88–104, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/1467-9248.12224>.

ASSOCIATED PRESS (AP). *2024 election: Fake AI images of Trump create cause for concern*. Nova York: AP News, 10 jan. 2024. Disponível em: <https://apnews.com/article/deepfake-trump-ai-biden-tiktok-72194f59823037391b3888a1720ba7c2>. Acesso em: 7 out. 2025.

ASSOCIATED PRESS (AP). *AI is helping shape the 2024 presidential race. But not in the way experts feared*. Nova York: AP News, 15 ago. 2024. Disponível em: <https://apnews.com/article/artificial-intelligence-memes-trump-harris-deepfakes-256282c31fa9316c4059f09036c70fa9>. Acesso em: 7 out. 2025.

HAMELEERS, M. A typology of populism: Toward a revised theoretical framework on the sender side and receiver side of communication. *International Journal of Communication*, v. 12, p. 20, 2018.

HAWKINS, K. A. KALTWASSER, C. R.; ANDREADIS, I. The activation of populist attitudes. *Government and Opposition*, v. 55, n. 2, p. 283-307, 2020.

KOVIC, M.; CASPAR, C.; RAUCHFLEISCH, A. Motivated cognition, conspiratorial epistemology, and bullshit: A model of post-factual political discourse. *Government and Opposition*, 2018.

KRITSCH, Raquel; SILVA, André Luiz da; TEIXEIRA, Raniery Parra. Democracia, representação política e populismo na era das tecnologias digitais. *Lua Nova: Revista de Cultura e Política*, São Paulo, n. 123, p. 1-42, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0102-123042rk/123>. Acesso em: 07 out. 2025.





21 A 23 DE NOVEMBRO DE 2025  
XXX ENAPET  
INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E DIREITOS HUMANOS:  
DESAFIOS ÉTICOS PARA O SÉCULO XXI

NPR. *How Donald Trump's campaign is using AI-generated memes*. Washington, D.C.: NPR, 30 ago. 2024. Disponível em: <https://www.npr.org/2024/08/30/nx-s1-5087913/donald-trump-artificial-intelligence-memes-deepfakes-taylor-swift>. Acesso em: 7 out. 2025.

PONCE, Marcelo F. Populismo, lenguaje y representación (Populism, Language, and Representation). 2018. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=3286002>

SCHULZ, A.; WIRTH, W.; MÜLLER, P. We Are the People and You Are Fake News: A Social Identity Approach to Populist Citizens' False Consensus and Hostile Media Perceptions. *Communication Research*, v. 47, n. 2, p. 201-226, 2020. <https://doi.org/10.1177/0093650218794854>.

URBINATI, Nadia. Political theory of populism. *Annual Review of Political Science*, [S. l.], v. 22, p. 111-127, 2019.



XXX ENCONTRO NACIONAL DOS GRUPOS PET  
UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA (UnB)  
Campus Darcy Ribeiro, Asa Norte  
70910-900, Brasília - DF

