



**A MANIPULAÇÃO POLÍTICA NA ERA DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL:
ENTRE O DISCURSO E A PRÁTICA**
***POLITICAL MANIPULATION IN THE AGE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE:
BETWEEN DISCOURSE AND PRACTICE***

Suélen Maria Maia¹, Terezinha Richartz²

¹ Grupo Unis, Varginha, Minas Gerais, E-mail: suelen.maia@alunos.unis.edu.br,

ORCID: 0009-0002-0938-2319

² Grupo Unis, Varginha, Minas Gerais,

E-mail: terezinha.richartz@professores.unis.edu.br, ORCID: 0000-0002-8872-1210

1 INTRODUÇÃO

No cenário atual político é possível observar uma incongruência diante dos discursos se comparados com as ações tomadas, independentemente de lados, a política que reina é a de interesses próprios, onde quem coloca o melhor discurso, disponibiliza uma lente que é acolhida por quem se identifica com esses discursos. Leon Festinger (1975), em sua teoria sobre a dissonância cognitiva, mesmo formulada em meados do século passado, mostra-se extremamente atual ao explicar o motivo pelo qual as pessoas ignoram as ações praticadas e focam apenas no discurso. Reforçando essa ideia, Jean Baudrillard (1981) descreve esse evento como uma hiper-realidade, onde a propaganda, os símbolos, se tornam mais importantes que a própria realidade.

Com este contexto é indispensável analisar como a inteligência artificial pode ser usada para a manipulação em massa. Técnicas de manipulação sempre estiveram presentes, mesmo nas propagandas, mas com a I.A na jogada, não só as fake news se tornam um problema, mas as redes sociais, os memes e a forma como as pessoas navegam podem ser levadas por essas estratégias. Edward Bernays (1928), se destaca com seu livro “Propaganda”, que alerta para a manipulação efetiva das massas, a manipulação não pode ser visível, sendo assim utilizadas estratégias para implantar as ideias de identidade que logo serão defendidas por seus apoiadores. A inteligência artificial pode traçar perfis de usuários pré disposto de acordo com o conteúdo consumido no algoritmo, em curto prazo, com o mapeamento e utilização de bots

inteligentes, causa um dano irreparável, onde o período eleitoral se torna uma zona de terrorismo publicitário.

O presente artigo propõe analisar as técnicas de propaganda e as ferramentas de IA que são utilizadas para manter a lente adotada pelos eleitores em vigor, partindo do conceito de que essa manipulação continua acontecendo a partir do momento em que apenas o discurso é defendido e as ações que mesmo contradizendo completamente os discursos, são ignoradas. Ao investigar os pontos em comum entre corrupção, tecnologia e psicologia de massas, busca-se compreender os mecanismos que permitem que o discurso sobreviva à falha, perpetuando ciclos de poder em detrimento do bem-estar social.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Compreender como a manipulação política atua, é importante para que seja possível combatê-la, para isso, Leon Festinger (1975), tem um papel importante, esclarecendo que as pessoas possuem uma tendência a esquivar de inconsistências internas, quando um indivíduo é confrontado com evidências que contradizem suas crenças que já estão profundamente enraizadas, surge então a dissonância cognitiva. Isto faz com que os indivíduos se protejam, mesmo que as ações políticas sejam incongruentes com os discursos amplamente divulgados, a tendência é ignorar as ações, protegendo a sua escolha como parte de seu íntimo, abrindo assim um grande espaço e poder para a propaganda manipulativa.

Diante dessa vulnerabilidade psicológica, é onde a publicidade com amplos estudos e investimentos, se aproveitam para a manipulação em massa, para isso cria-se uma identidade de partido, Edward Bernays (1928), sistematiza esse conceito e o chama de “governo invisível”, a manipulação consciente de massas, onde o foco não é o produto mas a identidade que ele apresenta. Esta construção evolui para o que Jean Baudrillard (1991) denomina como hiper-realidade. Neste estado, o simulacro, a imagem construída, o meme, o vídeo editado, torna-se mais real para o eleitor do que a própria política pública. A realidade factual é substituída por uma encenação constante, onde o eleitor consome símbolos em vez de resultados.

A receita perfeita para o caos é amplificada com a tecnologia atual, com a coleta de dados, de acordo com Shoshana Zuboff (2021) define este estágio como o Capitalismo de Vigilância, onde a Inteligência Artificial mapeia fragilidades

comportamentais para modificar escolhas em tempo real. Enquanto o terrorismo digital são a estrutura essencial, Algoritmos de Destruição em Massa (O'Neil, 2020), como fórmulas matemáticas opacas, reforçam a manipulação aos mais vulneráveis. No contexto brasileiro, como documenta Patrícia Campos Mello (2020), esta "máquina do ódio" utiliza disparos em massa e IA para criar zonas de terrorismo publicitário, onde o discurso sobrevive simplesmente porque a velocidade da desinformação impede qualquer confronto lógico com a prática.

3 MATERIAL E MÉTODOS

A presente pesquisa caracteriza-se como um estudo de natureza qualitativa e exploratória, utilizando-se do procedimento de revisão bibliográfica crítica. O objetivo é investigar a correlação entre o avanço da Inteligência Artificial e a manutenção de discursos políticos dissociados da prática factual.

Para a construção do referencial teórico e análise do fenômeno, foram selecionadas obras fundamentais que cruzam as áreas da psicologia social, sociologia e tecnologia da informação, sendo elas: As bases da psicologia da persuasão e dissonância (Festinger e Bernays); A teoria crítica da imagem e do simulacro (Baudrillard); O impacto dos algoritmos e da vigilância digital na democracia contemporânea (Zuboff, O'Neil e Campos Mello).

4 RESULTADOS ESPERADOS

Espera-se que a presente pesquisa evidencie como a utilização da Inteligência Artificial no marketing político atua como um catalisador da dissonância cognitiva, permitindo que o eleitor mantenha a defesa de narrativas ideológicas mesmo diante de ações práticas contraditórias. Pretende-se demonstrar que a "película" instalada pela propaganda digital não é apenas informativa, mas comportamental, alterando a percepção de realidade do indivíduo. Espera-se mapear como o simulacro (a imagem construída pela IA) passa a ter mais peso na decisão do eleitor do que a entrega real de políticas públicas, consolidando a máxima de que "a frase sobrevive à falha". Como resultado social, busca-se oferecer subsídios para que o cidadão comum aprenda a identificar os fios da manipulação psicológica, deslocando o foco da "defesa de frases" para a "análise de ações".

Por fim, espera-se que o artigo contribua para o campo da Comunicação e Propaganda ao alertar para o perigo da transição de um marketing de convencimento para um marketing de modificação de comportamento, onde a ética é sacrificada em favor da eficiência algorítmica.

REFERÊNCIAS

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação**. Tradução de Maria João da Costa Pereira. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.

BERNAYS, Edward L. **Propaganda**. New York: Horace Liveright, 1928.

FESTINGER, Leon. **Teoria da dissonância cognitiva**. 4. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.

MELLO, Patrícia Campos. **A máquina do ódio**: notas de uma repórter sobre fake news e violência digital. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

O'NEIL, Cathy. **Algoritmos de destruição em massa**: como o big data aumenta a desigualdade e ameaça a democracia. Tradução de Rafael Abraham. Santo André: Editora Rua do Sabão, 2020.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira de poder. Tradução de George Schlesinger. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.