

★ IA: Command Prompt



Jornalismo.IA

Guia IA + Eleições

REALIZAÇÃO:



**Instituto
de Tecnologia
& Sociedade
do Rio**



redes cordiais



Consulado Geral
da República Federal da Alemanha
Rio de Janeiro

Sumário

Introdução	4
Para início de conversa	5
O que é IA generativa e para que ela serve	5
IA no contexto eleitoral: o que mudou de 2024 até agora	6
O impacto da IA nas eleições	9
As regras do TSE para uso de IA durante as eleições	9
“Lei Seca” da IA	10
A responsabilidade das plataformas no período eleitoral	10
A IA como nova fonte de informação eleitoral	11
IA e jornalismo	13
Como cobrir IA sem cair no hype	13
Como usar IA de forma responsável na redação	14
Desinformação na era da IA	15
Cobertura eleitoral com IA	17
Usar LLMs para analisar planos de governo	17
IA para programar painéis de acompanhamento de apuração	18
Painéis de acompanhamento legislativo	18
Monitoramento das redes sociais de candidatos	18
Caixa de ferramentas	19
Cursos	20
Guias e políticas de IA em redações	20
Pesquisa e contexto	21
Normas e análise jurídica	21
Expediente	22

Introdução

Em outubro de 2026, mais de 158 milhões de brasileiras e brasileiros estarão aptos a votar para escolher presidente e vice-presidente, governadores e vice-governadores, senadores e deputados federais, estaduais e distritais. Será a primeira eleição geral do país realizada em um cenário de adoção massiva de inteligência artificial generativa e com os desafios que essa tecnologia impõe.

Quando olhamos para os impactos sobre a prática jornalística, ficam evidentes os riscos e os benefícios da IA generativa. Enquanto redações aprimoram processos e inovam com o auxílio da tecnologia, há o outro lado da moeda que torna ainda mais difícil a tarefa de identificar conteúdos inautênticos em um contexto de caos informacional, que contamina o debate público justamente quando ele mais importa.

Por isso, a Redes Cordiais se uniu ao ITS Rio para produzir este guia, que traz algumas dicas e sugestões de como a tecnologia pode ser uma aliada para jornalistas e produtores de conteúdo. Além disso, o material busca alertar para potenciais riscos e formas de mitigar impactos negativos do uso de IA.

Sabemos que a tecnologia é viva e se transforma a cada dia. Por esse motivo, falar sobre o assunto é urgente. O material que apresentamos aqui é focado no contexto da cobertura eleitoral de 2026, levando em conta as possibilidades tecnológicas que temos disponíveis até o momento. Não é nossa proposta vislumbrar futuros possíveis, mas construir um conhecimento coletivo sobre como podemos trabalhar com a tecnologia hoje para contribuir com a qualificação do debate público.

Boa leitura!

Para início de conversa

O que é IA generativa e para que ela serve

Inteligência artificial generativa é o nome dado a sistemas capazes de produzir conteúdo novo a partir de instruções, os chamados *prompts*. São vídeos, textos, imagens, áudios e até códigos de programação gerados a partir de uma interação entre humanos e máquinas. Há várias plataformas disponíveis no mercado atualmente e os exemplos mais conhecidos são os grandes modelos de linguagem (LLMs, na sigla em inglês), como ChatGPT, Gemini, Claude, Grok e DeepSeek, e os geradores de imagem e vídeo, como Midjourney, Sora e Veo.

Um passo fundamental é entender como esses sistemas funcionam. Modelos de linguagem são treinados com volumes massivos de textos e outros dados para aprender padrões estatísticos que permitem à máquina entender diferentes contextos e prever, de forma probabilística, qual é a resposta mais coerente e relevante para determinado comando do usuário. Esse processo é repetido inúmeras vezes, de modo que o modelo de linguagem, a cada nova versão lançada, tem os parâmetros mais afinados para entregar respostas cada vez mais precisas.

No entanto, esses sistemas não são perfeitos. Ainda é muito comum a chamada “alucinação”, que é quando o modelo entrega uma resposta que parece correta e que é apresentada de maneira convincente, mas não tem lastro na realidade. Isso acontece, em geral, quando o modelo não tem informação suficiente sobre determinado assunto, o que faz ele procurar outras referências, usando o mesmo padrão estatístico, que induzem a respostas erradas.

Não é exagero dizer que os modelos não têm compromisso com a verdade, mas sim com a coerência da resposta de acordo com o seu repertório.

Na prática jornalística, isso significa que a IA generativa é excelente para tarefas em que o jornalista tem controle sobre o processo e é capaz de verificar o resultado. Resumir documentos longos, transcrever entrevistas, sugerir estruturas de texto, traduzir, formatar dados, gerar código para análises: todas essas são tarefas que podem ser executadas por agentes de inteligência artificial, desde que sob supervisão humana.

Por outro lado, usar a IA como fonte primária de informação factual pode induzir o jornalista (e outros usuários) ao erro. Os sistemas ainda não lidam bem com informações que são muito recentes, o que tem tudo a ver com o universo de notícias, e outros dados como datas, números, jurisprudências. Por isso, é sempre importante revisar com muita atenção o resultado final de uma interação com IA, confrontando com outras fontes sempre que possível.

Além das alucinações, há outras limitações que merecem atenção permanente de quem cobre eleições. Os modelos refletem e às vezes amplificam os vieses dos dados com que foram treinados. Isso pode aparecer como estereótipos sobre gênero, raça, classe e região, em desequilíbrios na forma de tratar atores políticos e em lacunas de cobertura sobre contextos sub-representados nos dados de treinamento.

Vale lembrar que os modelos são treinados majoritariamente em inglês, então a informação sobre o processo eleitoral brasileiro, sobretudo no contexto local, deixa muito a desejar. Basta pensar em quem produz conteúdo, jornalístico ou não, sobre o Brasil em inglês e como essa leitura já é enviesada muitas vezes de início, “contaminando” os modelos e limitando a precisão na resposta.

Outro ponto importante é que cada modelo tem uma data-limite de treinamento e pode simplesmente desconhecer fatos recentes. Esse problema é particularmente grave em ano eleitoral, quando candidaturas, alianças e regras mudam em velocidade acelerada, semana a semana. Mesmo modelos conectados à internet dependem da qualidade das fontes que recuperam.

IA no contexto eleitoral: o que mudou de 2024 até agora

Em 2024, uma das grandes preocupações da cobertura das eleições no Brasil era a produção de conteúdos sintéticos, tanto em áudio como em vídeo nas chamadas *deepfakes*, e os seus usos para desacreditizar candidatos e o processo eleitoral. À época, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) publicou a [Resolução nº 23.732/2024](#), que criou as primeiras regras específicas sobre IA na propaganda eleitoral.

Agora, já com um certo distanciamento histórico, sabemos que as previsões do uso massivo de *deepfakes* nas eleições de 2024 [não se concretizaram](#) e, mais do que isso, os conteúdos que circularam com esse perfil ainda eram passíveis de checagem e verificação, tanto pelo poder público como pelas iniciativas jornalísticas ligadas à checagem de fatos. O que se viu em 2024, assim como em eleições anteriores, foi a

desinformação mais tradicional, com conteúdos retirados de contexto, recortes de vídeos que manipulam interpretações e mesmo as mentiras criadas em torno do processo e de quem faz parte dele.

Em 2026, um novo cenário se coloca. Apesar de pouco tempo separar as duas eleições, apenas dois anos, o avanço que a inteligência artificial generativa teve nesse período é estrondoso. Os modelos ficam cada vez mais precisos e a manipulação de conteúdos teve a sua qualidade aprimorada de modo que hoje já é um desafio distinguir a autenticidade de vídeos e áudios que circulam nas redes sociais e aplicativos de mensageria como o WhatsApp.

Isso acontece porque o custo de produzir conteúdo sintético é bem menor hoje em dia. É possível perceber essa mudança diariamente nas redes sociais, com a profusão de conteúdos de baixa qualidade gerados por IA, os chamados *slops*. Exemplos disso: a [novela das frutas](#), que ficou famosa no início de 2026 no Brasil, e o perfil Dona Maria, que postava vídeos criados por IA com críticas ao governo Lula e foi alvo de [pedido de suspensão](#) do perfil solicitado pela Federação Brasil da Esperança – Fé Brasil, que congrega os partidos PT, PV e PCdoB.

Não é só você que não consegue distinguir o real do fabricado, até mesmo um dos maiores especialistas do mundo no assunto também tem duvidado de suas habilidades. [Hany Farid](#), perito digital com mais de 20 anos de experiência e que já trabalhou para jornalistas, governos e organizações de direitos humanos, recentemente reconheceu que a qualidade do que vem sendo produzido com auxílio de IA é tão grande que em um ou dois anos será praticamente impossível distinguir, apenas por observação humana, imagens reais de imagens criadas artificialmente.

Para além da discussão técnica do uso da IA generativa para a produção de conteúdo, há um outro debate que se impõe, que é o impacto desse tipo de tecnologia sobre a distribuição de notícias. Os algoritmos das redes sociais já eram um entrave significativo à distribuição, mas a adoção de ferramentas de IA em mecanismos de busca e a proliferação de *chatbots* agravam a escala do problema.

O [Digital News Report](#), publicado pelo Reuters Institute em junho de 2026, revelou um aumento entre 7% e 10% no uso de chatbots para consumo de notícias desde 2025. Quando olhamos especificamente para a geração Z, 52% das pessoas ouvidas entre 18 e 24 anos falam que redes sociais, plataformas de vídeo e chatbots de IA são as principais formas utilizadas para ver notícias. O mesmo relatório mostra que no Brasil, 45% dos respondentes usam IA para acessar as últimas notícias.

Esses dados acendem um alerta e mostram uma mudança de paradigma no consumo de notícias que pode ter impactos diretos na cobertura eleitoral.

O impacto da IA nas eleições

O contexto de ampla disseminação da inteligência artificial generativa tende a transformar a forma como conteúdos políticos são produzidos, distribuídos e consumidos, influenciando desde a propaganda eleitoral até o acesso dos cidadãos à informação e sua confiança no ambiente informacional. Diante desse novo cenário, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) atualizou suas normas para disciplinar o uso da inteligência artificial durante o processo eleitoral. Nesta seção, apresentamos as principais regras aplicáveis ao pleito de 2026 e seus impactos para a cobertura jornalística.

As regras do TSE para uso de IA durante as eleições

O TSE regula a propaganda eleitoral na internet desde 2019, por meio da Resolução nº 23.610/2019. A cada ciclo eleitoral, novas regras são acrescentadas a esse texto-base. Em 2024, em resposta aos *deepfakes* nas eleições municipais, a Resolução nº 23.732/2024 estabeleceu três obrigações principais:

1. conteúdo criado ou alterado por IA em propaganda deve trazer rótulo explícito;
2. *deepfakes* para prejudicar ou favorecer candidaturas são proibidos, configuram abuso de poder e podem levar à cassação do registro ou do mandato;
3. e *chatbots* usados por campanhas devem se identificar como sistemas automatizados.

Em 2 de março de 2026, o TSE aprovou a Resolução nº 23.755/2026, que atualiza essas regras para a eleição geral. A principal novidade: **sistemas de IA ficaram proibidos de ranquear, recomendar, sugerir ou priorizar candidatos, partidos, federações ou coligações, e de emitir opinião, indicar preferência ou favorecer candidaturas, de forma direta ou indireta. A proibição vale mesmo quando o usuário pede a recomendação.**

Na prática, durante o período eleitoral, as ferramentas de IA não podem:

- responder "em quem devo votar?" indicando nomes;
- apontar o "melhor" candidato, em geral ou por tema (saúde, economia, segurança);
- apresentar candidaturas em ordem que sugira preferência;
- elogiar ou desqualificar candidaturas.

“Lei Seca” da IA

A resolução também proíbe, nas 72 horas anteriores a cada turno e nas 24 horas seguintes, a circulação de conteúdo sintético novo que altere imagem, voz ou manifestação de candidatos e pessoas públicas, mesmo com rótulo.

Alguns pontos da aplicação dessas regras ainda estão em aberto. Por se tratar de norma recente, não há jurisprudência consolidada sobre o tema, e o monitoramento de sistemas conversacionais, cujas respostas variam, é um desafio novo para a Justiça Eleitoral. Também se discute como a norma alcançará empresas sediadas fora do Brasil. São questões que devem ganhar contornos mais claros ao longo da campanha e que valem ser acompanhadas.

Para saber mais: texto consolidado da [Resolução nº 23.610/2019](#)
atualizado pela [Resolução nº 23.755/2026](#).

A responsabilidade das plataformas no período eleitoral

As resoluções também impõem obrigações aos provedores de aplicação de internet, categoria que inclui redes sociais, buscadores e fornecedores de ferramentas de IA generativa. Elas devem manter políticas acessíveis ao público sobre integridade eleitoral, dar transparência a anúncios e impulsionamentos e remover, por iniciativa própria e sem necessidade de ordem judicial, conteúdos de alto risco: material sintético sem o rótulo obrigatório, discurso de ódio, ataques à integridade do processo eleitoral e contas falsas ou automatizadas reincidentes. A plataforma que não age de imediato nesses casos pode responder solidariamente pelo dano.

Essas regras se somam a uma mudança mais ampla. Em junho de 2025, o Supremo Tribunal Federal declarou parcialmente inconstitucional o artigo 19 do Marco Civil da Internet, que condicionava a responsabilização das plataformas ao descumprimento de ordem judicial. Com a decisão, a notificação extrajudicial passa a ser suficiente para gerar dever de remoção no caso de crimes e atos ilícitos comuns; neste caso, se houver dúvida razoável sobre o ilicitude do conteúdo e a plataforma tenha agido diligentemente, a sua responsabilidade poderá ser afastada. Nos casos de crimes graves, as plataformas devem agir por iniciativa própria, sendo presumida a sua culpa quando se tratar de anúncios e impulsionamentos pagos ou mecanismos artificiais de disseminação inorgânica de conteúdos ilícitos. A ordem judicial continua exigida apenas para crimes contra a honra. A eleição de 2026 será a primeira eleição geral sob esse regime.

Para saber mais: sobre as lacunas do arcabouço atual, ver a análise [Novo Código Eleitoral e IA: deficiência normativa diante da revolução tecnológica](#) (Conjur).

A IA como nova fonte de informação eleitoral

A inteligência artificial generativa passou a ocupar o papel de intermediária no acesso à informação eleitoral. De acordo com o [Projeto Brief, 62,9%](#) dos eleitores consideram consultar uma ferramenta de IA para obter informações. Eles recorrem a sistemas como ChatGPT, Gemini e Meta AI para saber quem são os candidatos, comparar propostas e entender as regras do pleito, funções que antes cabiam aos buscadores, aos veículos de imprensa e à própria Justiça Eleitoral. A maneira como essas ferramentas selecionam fontes, organizam informações e respondem às perguntas influencia diretamente a percepção pública sobre a disputa.

Aqui, há motivos para atenção: pesquisas recentes mostram que grandes modelos de linguagem podem apresentar preferências ou vieses em relação a candidatos, partidos e posições políticas. Além disso, em cerca de 80% dos países com eleições competitivas em 2024, ferramentas de IA generativa foram usadas para criar conteúdo sintético em campanhas de desinformação, segundo o [International Panel on the Information Environment](#).

O Boca de IA é uma pesquisa do Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro (ITS Rio) que monitora como as principais ferramentas de IA generativa disponíveis no

Brasil respondem a perguntas eleitorais ao longo do período pré-eleitoral e eleitoral de 2026. São acompanhados sete sistemas (ChatGPT, Gemini, Meta AI, Grok, DeepSeek, Perplexity e Claude), em rodadas sucessivas de coleta, cobrindo a disputa presidencial e os governos de São Paulo, Bahia, Rio Grande do Sul, Goiás e Pará. Ao longo das próximas rodadas, novos estados e as candidaturas ao Congresso Nacional também entrarão na análise.

A pesquisa examina três aspectos de cada resposta: se a ferramenta ranqueia ou recomenda candidaturas, prática vedada pela Resolução nº 23.755/2026; a qualidade e a origem das fontes citadas; e a ocorrência de alucinações, termo usado para informações falsas apresentadas como fato, como candidatos inventados ou partidos atribuídos incorretamente.

Duas rodadas de análise já foram publicadas. Na primeira, realizada em março de 2026, antes da entrada em vigor da resolução, seis das sete ferramentas apresentaram algum grau de ranqueamento. A Perplexity, apesar de apresentar fontes informacionais em 92% das respostas, foi a plataforma com maior taxa de alucinação (15%), incluindo a afirmação de que não haveria eleições presidenciais no Brasil em 2026. Na rodada de maio, já sob a vigência da norma, todas as sete ferramentas ranquearam candidaturas em algum grau. A análise também identificou o uso de referências questionáveis, como a Polymarket, plataforma estrangeira de apostas citada como fonte sobre o cenário eleitoral, apesar de seu uso ser proibido no Brasil.

Para saber mais: os relatórios do Boca de IA estão disponíveis no site

BocaDeIA.com.br.

IA e jornalismo

Como cobrir IA sem cair no hype

À medida que a tecnologia vai avançando, novas terminologias também aparecem para nomear os fenômenos. É o caso de *hype literacy*, expressão que invoca uma cobertura jornalística crítica do campo da tecnologia, sem cair na sedução dos discursos que prometem muito, nem no pessimismo exacerbado de visões mais catastróficas.

Essa visão é particularmente importante quando falamos de inteligência artificial generativa. Os debates por vezes acalorados dividem-se entre quem acredita que essa tecnologia é a grande promessa de futuro e quem prevê um cenário de terra arrasada, capaz de afetar dinâmicas sociais diversas. Entre uma coisa e outra, há espaço para cobrir o tema de forma cética, mas também reconhecendo os avanços que a tecnologia proporciona.

Em vez de simplesmente reproduzir discursos de *marketing*, jornalistas devem questionar evidências, contextualizar resultados e avaliar limitações, riscos e impactos sociais. É uma forma ética de cobrir e, ao mesmo tempo, desmistificar a tecnologia sem ser capturado por discursos das *big techs*, equilibrando entre o entusiasmo e o alarmismo, e olhando de forma crítica para o fenômeno.

Algumas formas de colocar o *hype* à prova sugeridas pelo [“The Hype Literacy Toolkit for Journalists”](#) da DK Akademie:

- **Diversifique fontes:** ouvir unicamente investidores, fundadores de plataformas ou os mesmos pesquisadores não é um bom caminho pelo viés apresentado no discurso desses personagens. É importante dar espaço a vozes discordantes e também a trabalhadores de plataformas, usuários e pessoas que direta ou indiretamente são afetados pelo uso da tecnologia.
- **Vá além dos relatos de experiência:** focar a cobertura em vozes únicas de personagens também é uma forma de enviesar o resultado. O ideal é procurar perspectivas que ajudem a revelar como a tecnologia pode ter impactos além do uso, olhando, por exemplo, para a infraestrutura que dá origem ao produto ou serviço; ou revelando aspectos que podem ser controversos.

- **Pergunte quem se beneficia:** a dica é antiga no jornalismo político e também se aplica à cobertura de tecnologia. Compreender quem tem ganhos, sejam eles financeiros, reputacionais ou políticos, oferece perspectivas relevantes para a cobertura.
- **Destaque as incertezas:** o discurso sedutor pode levar o jornalista a minimizar as incertezas envolvidas na tecnologia. Tentar prever ou especular cenários e potenciais impactos pode não ser o caminho mais produtivo na cobertura, aumentando a falta de confiança das audiências em notícias.
- **Amplie o olhar para tecnologias que estão fora do *hype*:** enquanto a inteligência artificial generativa domina as narrativas jornalísticas, há outras inovações “marginais” que também merecem destaque da imprensa. Busque informações sobre o desenvolvimento de tecnologia fora de grandes centros e *hubs* de tecnologia e logo ficará evidente como há muita transformação acontecendo para além do Vale do Silício.

Como usar IA de forma responsável na redação

Independente do tamanho e do perfil do veículo, se a redação usa ou pode vir a usar IA generativa, é preciso desenvolver uma política compartilhada entre a equipe e que seja revisada periodicamente. O documento ajuda a estabelecer padrões de uso, além de mecanismos de transparência e de responsabilização, por exemplo.

O The Guardian é um dos veículos que publiciza a sua política de uso de IA. O que norteia o uso de ferramentas na redação é o benefício para leitores, para a missão do veículo e sua equipe, com respeito àqueles que criam e detêm o conteúdo. “A Gen IA pode ser usada para aprimorar a *expertise* dos nossos jornalistas, mas não para substituí-la; supervisão humana ativa e controle são essenciais”, diz o [documento](#). Para o jornal, a chave é ser transparente em relação ao uso e que a cadeia de produção interna seja respeitada também nos casos em que o uso da tecnologia se faz presente, ou seja, além dos repórteres, os editores também são responsáveis pelo respeito às diretrizes.

No Brasil, veículos como Estadão e Folha de S.Paulo também lançaram suas versões de políticas de uso. No caso do [Estadão](#), é permitido o uso de IA para “criação integral ou parcial de notícias, conteúdos, produtos e serviços” desde que acompanhado por

princípios como revisão humana, proteção de conteúdo proprietário e de dados pessoais, e que a utilização obedeça a critérios de transparência.

Na redação da [Folha de S.Paulo](#), a IA pode ser usada, mas a política salienta que a “ferramenta não substitui o julgamento humano nem exime o jornalista de responsabilidade pelo resultado final”. A diretriz, publicada em 2023, foi incluída no Manual de Redação do veículo, que é referência no mercado, e proíbe “conteúdos produzidos por IA e que imitem fotografias”, exceto quando o fotorrealismo for o foco da notícia.

Veículos independentes também têm suas versões de políticas. A [Agência Pública](#) vê a IA “como uma ferramenta de apoio ao trabalho jornalístico que jamais irá substituir jornalistas, programadores, ilustradores, narradores ou *designers*” e proíbe o uso de IA generativa para a escrita das reportagens, por exemplo. Por outro lado, a Pública entende que essas ferramentas podem ser úteis para aumentar o alcance das publicações em serviços que usam algoritmos de recomendação de conteúdo.

Já o [Aos Fatos](#) revela o uso de inteligência artificial em produtos da iniciativa, como a robô checadora Fátima e o Escriba, ferramenta de transcrição automática, mas coloca alguns pontos de atenção e princípios no uso no dia a dia da redação. O uso de IA deve ser sempre informado às audiências de forma transparente e as fontes primárias que foram usadas para gerar conteúdo com auxílio de IA também devem ser indicadas.

Independente da política, a supervisão humana é um ponto inegociável. É a ideia do *human in the loop*, em que necessariamente uma pessoa será responsável pela revisão, edição e aprovação de qualquer conteúdo que tenha sido gerado por IA antes de ele ser publicado. No caso de cobertura eleitoral, isso ganha uma importância ainda maior porque um erro de apuração em uma matéria assistida por IA pode levar à criação acidental de peças de desinformação.

Desinformação na era da IA

A desinformação não nasceu com a IA generativa, e a maior parte dela continua não utilizando-a: textos falsos, imagens reais fora de contexto, recortes enganosos de vídeos verdadeiros. O que a IA mudou foi a escala, porque produzir conteúdo enganoso convincente ficou quase gratuito e instantâneo, inclusive em variações personalizadas para públicos diferentes.

No caso da cobertura eleitoral, a saída é ampliar o repertório de verificação. Explicar contextos, mapear a disseminação de determinada peça de conteúdo enganoso e tentar elucidar quem se beneficiaria com a desinformação são caminhos interessantes para ajudar o leitor a entender a complexidade da questão.

Essa alternativa é especialmente útil em casos de checagens audiovisuais. Como já vimos, o desafio de identificar vídeos, áudios e fotos falsos é cada vez maior e sempre que uma ferramenta para checar mídias sintéticas surge, atores maliciosos encontram formas de burlá-la. Por isso, seguem valendo os métodos de checagem como a identificação da origem do conteúdo, a análise caso-a-caso do conteúdo, e caso necessário, auxílio de peritos forenses. Naturalmente, as técnicas de reportagem clássicas, como buscar fontes primárias, entrevistar os envolvidos e consultar dados e informações são fundamentais.

Cobertura eleitoral com IA

Até aqui, vimos os riscos e pontos de atenção ao lidar com inteligência artificial generativa. Mas levando em conta a proximidade da cobertura eleitoral, separamos alguns usos que podem ser úteis para deixar o trabalho mais ágil e inovador.

Usar LLMs para analisar planos de governo

Os programas de governo registrados na plataforma Divulgação de Candidaturas e Contas Eleitorais ([DivulgaCandContas](#)) do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) são documentos públicos, longos e raramente lidos na íntegra. Nesse caso, a IA pode ser uma aliada para destrinchar os documentos.

Uma forma de fazer isso é alimentar o modelo de linguagem com os PDFs oficiais e pedir extração de propostas por tema (segurança, saúde, clima, economia digital), gerando tabelas comparativas entre candidaturas. Ou mesmo perguntar quais temas não estão contemplados nos planos, por exemplo. Isto pode servir de base para uma série de questionamentos aos candidatos.

No caso de candidatos que já cumpriram mandatos, um caminho é cruzar as informações das promessas atuais com planos de eleições anteriores ou mesmo com propostas legislativas e votações parlamentares, quando for o caso. Isso ajuda a identificar padrões de atuação e omissões que podem embasar matérias jornalísticas.

Nesses exemplos, é sempre importante solicitar à IA a citação literal nos documentos com o número de página, para facilitar a checagem. Além disso, é importante fazer a mesma análise mais de uma vez para identificar inconsistências e evitar o uso de *prompts* vagos que podem levar a casos de alucinação, comprometendo a apuração.

IA para programar painéis de acompanhamento de apuração

Para jornalistas que já têm certa habilidade com programação, a IA pode apoiar esse processo e ser uma alternativa interessante para criar aplicações que auxiliem o trabalho de apuração e que também possam virar produtos disponibilizados às audiências.

No dia da eleição, o TSE disponibiliza os dados de apuração em arquivos abertos e atualizados em tempo quase real. Com ferramentas de codificação assistida (Claude Code e similares), uma equipe pequena consegue construir, em pouco tempo, um painel que consome esses dados e exibe apuração por estado e município, mapas de votação, comparativos com eleições anteriores e alertas de viradas, por exemplo.

Painéis de acompanhamento legislativo

A mesma lógica vale fora do dia da eleição. As APIs de Dados Abertos da Câmara dos Deputados e do Senado permitem construir, com codificação assistida por IA, painéis que acompanham votações e movimentações dos parlamentares. Informações sobre como votou cada parlamentar permitindo a confrontação do discurso de campanha com voto real; presença, proposições e emendas; e gastos da cota parlamentar estão disponíveis de forma transparente nas APIs.

Ainda em relação à atividade parlamentar, as ferramentas ajudam a resumir projetos de lei em linguagem acessível e a classificar votações por tema, identificando padrões e temas mais prevalentes ou negligenciados entre as proposições. Isso tudo, claro, sempre com revisão humana porque a sumarização de texto legislativo é terreno fértil para imprecisões com consequências graves.

Monitoramento das redes sociais de candidatos

Outra possibilidade trazida pelo uso assistido de IA é o monitoramento do discurso das campanhas nas redes de forma escalável, desde que respeitada a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, quando for aplicada. A coleta e classificação ficam facilitadas, permitindo a classificação de publicações por temas e tom de voz, o que possibilita gerar séries temporais sobre a estratégia discursiva.

Em época de campanha, é comum ter estratégias de pulverização de conteúdo nas redes sociais, inclusive de desinformação. O monitoramento permite identificar padrões de publicação simultânea, textos quase idênticos em redes de perfis e picos artificiais de engajamento que geralmente são indícios de comportamento inautêntico coordenado e que merecem apuração mais aprofundada.

Para além disso, um caminho que já se tornou praxe na cobertura eleitoral é o cruzamento de dados dos repositórios de anúncios políticos das plataformas com os gastos declarados ao TSE. Nesse caso, a IA pode ser usada para analisar os registros e apontar discrepâncias, economizando tempo de apuração, mas sempre passando por revisão humana criteriosa dos resultados.

Caixa de ferramentas

Separamos uma série de recursos úteis para quem deseja aprofundar seus conhecimentos sobre inteligência artificial generativa e seus usos no jornalismo.

Cursos

- [Como usar o ChatGPT e outras ferramentas de IA generativa em sua redação](#) (Knight Center)
- [Combatendo a desinformação em tempos de IA](#) (Knight Center)
- [Como usar o ChatGPT e outras ferramentas de IA generativa em sua redação](#) (Knight Center)
- [Advanced Prompt Engineering for Journalists](#) (Knight Center)
- [AI Journalism Starter Pack](#) (JournalismAI / LSE)

Guias e políticas de IA em redações

- [Developing an AI usage policy in your news organization](#) (American Journalism Project)
- [Your newsroom needs an AI ethics policy. Start here.](#) (Poynter)
- [Trust Kits — AI](#) (Trusting News)
- [Guia de inteligência artificial para organizações jornalísticas](#) (AJOR)
- [Guia do Repórter para detectar conteúdo gerado por inteligência artificial](#) (GIJN)

Pesquisa e contexto

- [Boca de IA](#) (ITS Rio)
- [Inteligência Artificial: o básico para entendê-la](#) (Comprova)
- [Caixa de ferramentas do Comprova](#) — planilha colaborativa com ferramentas de verificação
- [AI and the Future of News](#) (Reuters Institute)
- [How will AI reshape the news in 2026?](#) (Reuters Institute)
- [Don't Panic \(Yet\): Assessing the Evidence and Discourse Around Generative AI and Elections](#) (Knight First Amendment Institute)
- [Artificial Intelligence in Journalism](#) (Center for News, Technology & Innovation)
- [Facts, fakes and figures: How AI is influencing journalism](#) (Goethe-Institut)
- [A Source Thought I Was a Bot. How Can Reporters Prove They're Human?](#) (Nieman Reports)
- [How AI is transforming freelance journalism](#) (Nieman Lab)
- [Guia do usuário brasileiro de inteligência artificial](#) (Ministério da Justiça e Segurança Pública)
- [Periodismo e inteligencia artificial en América Latina](#) (Unesco)
- [Paris Charter on AI and journalism](#) (Reporters Without Borders)

Normas e análise jurídica

- [Resolução TSE nº 23.610/2019](#) (propaganda eleitoral, atualizada em 2026)
- [Resolução TSE nº 23.732/2024](#) (uso de IA em propaganda eleitoral)

Expediente

Redação e pesquisa

Luiza Bodenmüller (Redes Cordiais)

Redson Fernando (ITS Rio)

Revisão

Clara Becker (Redes Cordiais)

Victor Vicente (Redes Cordiais)

Ellen Paes (Redes Cordiais)

Karina Santos (ITS Rio)

Design e diagramação

Carolina Guedes (ITS Rio)

Julia Tavares (ITS Rio)

REALIZAÇÃO:



Instituto
de Tecnologia
& Sociedade
do Rio



redes cordiais

APOIO:



Consulado Geral
da República Federal da Alemanha
Rio de Janeiro