

A ESTÉTICA DA PÓS-VERDADE: ANÁLISE CRÍTICA DA PROPAGANDA POLÍTICA NA ERA DA IA GENERATIVA

VITOR DE OLIVEIRA RODRIGUES¹, NELSON ALVES PINTO²

1. Graduando em Tecnologia em Análise e Desenvolvimento de Sistemas, IFSP, Câmpus Caraguatatuba, vitor.rodrigues2@aluno.ifsp.edu.br.
2. Orientador, Prof., IFSP, Câmpus Caraguatatuba, nelson.alves@ifsp.edu.br.

Área de conhecimento (Tabela CNPq): Ciências Sociais Aplicadas – 6.03.00.00-0

RESUMO: A ascensão da Inteligência Artificial (IA) Generativa reconfigura a propaganda política em um contexto de pós-verdade. Este trabalho tem como objetivo analisar criticamente como essa tecnologia altera a estética da comunicação política e quais mecanismos de poder emergem dessa nova gramática visual. A pesquisa justifica-se pela urgência em desenvolver ferramentas conceituais para analisar um fenômeno que já impacta processos democráticos globalmente. A metodologia adotada é uma análise qualitativa, baseada em um estudo de caso múltiplo, que aplica um referencial da teoria crítica da mídia (McLuhan, Baudrillard, Deleuze, Virilio, Han) para interpretar artefatos de propaganda sintética. Os resultados esperados incluem a identificação e categorização de táticas estéticas (ex: "Ressurreição Digital", "Ofensiva Satírica") e a análise de seus efeitos sistêmicos, como o "dividendo do mentiroso". Conclui-se que a IA instaura uma nova estética do poder, baseada na velocidade e na modulação de afetos, cujo impacto na deliberação democrática é mais profundo do que a falsidade de um único conteúdo, exigindo uma nova forma de literacia mediática crítica.

PALAVRAS-CHAVE: inteligência artificial generativa; propaganda política; pós-verdade; estética; teoria crítica.

THE AESTHETICS OF POST-TRUTH: A CRITICAL ANALYSIS OF POLITICAL PROPAGANDA IN THE GENERATIVE AI ERA

ABSTRACT: The rise of Generative Artificial Intelligence (AI) is reshaping political propaganda within a post-truth context. This work aims to critically analyze how this technology alters the aesthetics of political communication and what mechanisms of power emerge from this new visual grammar. The study is justified by the urgency of developing conceptual tools to analyze a phenomenon that already impacts democratic processes globally. The methodology employed is a qualitative analysis based on a multiple case study, applying a framework from critical media theory (McLuhan, Baudrillard, Deleuze, Virilio, Han) to interpret synthetic propaganda artifacts. Expected results include the identification and categorization of aesthetic tactics (e.g., "Digital Resurrection," "Satirical Offensive") and the analysis of their systemic effects, such as the "liar's dividend." It is concluded that AI establishes a new aesthetic of power, based on speed and the modulation of affects, whose impact on democratic deliberation is more profound than the falsehood of a single piece of content, demanding a new form of critical media literacy.

KEYWORDS: generative artificial intelligence; political propaganda; post-truth; aesthetics; critical theory.

INTRODUÇÃO

A ascensão da Inteligência Artificial (IA) Generativa constitui um ponto de inflexão paradigmático na história da comunicação, com especial impacto na esfera política. Em um contexto já marcado pela lógica da pós-verdade — onde apelos à emoção superam fatos objetivos na formação da opinião pública (OXFORD LANGUAGES, 2016) —, a IA emerge como a maquinaria ideal para operacionalizar essa dinâmica, produzindo, em escala industrial, artefatos estéticos calibrados para estimular reações emocionais. Diante disso, esta pesquisa afasta-se da análise de veracidade do conteúdo para investigar uma questão mais estrutural: de que maneira a IA Generativa reconfigura a estética da propaganda política, e através de que mecanismos essa nova estética exerce poder? A relevância do estudo é justificada pela urgência em desenvolver novas ferramentas conceituais para analisar um fenômeno que já impacta processos democráticos globalmente (REUTERS, 2024; WIRED, 2023), exigindo uma análise focada na forma, ritmo e lógica do meio, conforme o postulado de McLuhan (1969).

A análise se apoia em um arcabouço teórico multidisciplinar. Partindo de **Marshall McLuhan** (1969), entende-se a IA não como ferramenta, mas como um ambiente que reconfigura a percepção. Uma genealogia da tecnopolítica contextualiza a IA como o ápice de um processo histórico de cooptação da mídia (rádio, TV, internet) pela política. O produto dessa nova propaganda é definido pelos conceitos de simulacro e hiper-realidade de **Jean Baudrillard** (1991), onde a cópia precede e engendra o território. A infraestrutura de poder que permite a eficácia desses simulacros é descrita pela "sociedade de controle" de **Gilles Deleuze** (1992), que opera por modulação contínua em redes abertas. Finalmente, a tática e a estratégia da propaganda de IA são decodificadas pela síntese da "dromologia" (a política da velocidade) de **Paul Virilio** e da "psicopolítica" (a modulação do afeto) de **Byung-Chul Han** (2014), que juntas formam um governo pela velocidade da emoção. A análise também é enriquecida pela crítica de **Nietzsche** à verdade como manifestação da vontade de poder e pela teoria dos afetos de **Spinoza** como base da governança.

METODOLOGIA

A pesquisa adota uma abordagem qualitativa e interpretativa, configurada como um estudo de caso múltiplo. O corpus de análise é composto por manifestações emblemáticas da propaganda gerada por IA no cenário político global, com foco especial no contexto brasileiro. Os procedimentos de análise consistem na aplicação direta do referencial teórico para "ler" os artefatos audiovisuais. Serão observados elementos como: a frequência de cortes e o ritmo da edição (análise dromológica); a presença de artefatos visuais que denunciam a natureza sintética do conteúdo (análise da hiper-realidade); e o uso da paleta de cores, composição e linguagem cinematográfica para interpretar a estratégia de modulação emocional (análise psicopolítica). O

objetivo é conectar as características estéticas e formais dos artefatos com as lógicas de poder descritas pela teoria.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Espera-se, com a análise, identificar e categorizar as principais táticas estéticas da propaganda de IA, como a "Ressurreição Digital" (ex: Indonésia), a "Voz dos Silenciados" (ex: Paquistão), o "Assassinato de Reputação" (ex: Eslováquia) e a "Ofensiva Satírica" (ex: Argentina). No contexto brasileiro, a pesquisa pretende analisar a aplicação dessas táticas nas eleições de 2024 e na "campanha permanente" de 2025, bem como a resposta regulatória do Tribunal Superior Eleitoral (TSE). A discussão buscará demonstrar como a IA não apenas cria desinformação, mas instaura uma nova gramática do poder, cujos efeitos sistêmicos — como o "dividendo do mentiroso" e a erosão da deliberação democrática — são mais profundos do que a falsidade de um único conteúdo. A análise comparativa entre o modelo regulatório brasileiro e as diferentes abordagens globais permitirá avaliar os desafios e as limitações das tentativas de governança da tecnologia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho visa contribuir com um modelo analítico robusto para a compreensão de uma das transformações mais significativas do poder na contemporaneidade. Ao focar na estética e na forma, a pesquisa busca oferecer uma perspectiva que complementa as abordagens de *fact-checking*, fornecendo ferramentas para uma literacia mediática crítica, essencial para a resiliência democrática na era da realidade sintética.

REFERÊNCIAS

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.

DELEUZE, Gilles. Post-scriptum sobre as Sociedades de Controle. In: DELEUZE, Gilles. **Conversações**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.

HAN, Byung-Chul. **Psicopolítica: o neoliberalismo e as novas técnicas de poder**. Lisboa: Relógio D'Água, 2014.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 2. ed. São Paulo: Cultrix, 1969.

OXFORD LANGUAGES. **Word of the Year 2016 — post-truth**. Oxford Languages, 2016. Disponível em: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>. Acesso em: 27 set. 2025.

REUTERS. **Deepfakes of Bollywood stars spark worries of AI meddling in India election**. Reuters, 22 abr. 2024. Disponível em: <https://www.reuters.com/world/india/deepfakes-bollywood-stars-spark-worries-ai-meddling-india-election-2024-04-22/>. Acesso em: 27 set. 2025.

WIRED. **Slovakia's Election Deepfakes Show AI Is a Danger to Democracy**. Wired, 03 out. 2023. Disponível em:
<https://www.wired.com/story/slovakias-election-deepfakes-show-ai-is-a-danger-to-democracy/>.
Acesso em: 27 set. 2025.