

Eleições e desinformação: a atuação da Meta nas campanhas de Donald Trump em 2016 e 2024¹

Max Suel Praxedes²

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO

Este trabalho analisa o uso da Inteligência Artificial (IA) e das redes sociais digitais nas campanhas de Donald Trump em 2016 e 2024. A pesquisa adota o Estudo de Caso (Yin, 2015) e a Análise do Discurso (Brandão, 2012) para examinar de que forma algoritmos, propaganda segmentada e desinformação influenciaram os resultados eleitorais e afetaram a integridade democrática. A hipótese propõe que essas tecnologias favoreceram a manipulação do debate público. O estudo defende a urgência de regulação, educação midiática e responsabilidade institucional no uso político das plataformas digitais.

PALAVRAS-CHAVE: Algoritmos; Campanha eleitoral; Democracia; Inteligência Artificial; Redes sociais digitais.

INTRODUÇÃO

A eleição de Donald Trump para a presidência dos Estados Unidos, em 2016, marcou um ponto de inflexão no uso das redes sociais digitais e da Inteligência Artificial (IA) em campanhas eleitorais. O Facebook passou a atuar como plataforma central na segmentação de eleitores e na difusão de mensagens políticas personalizadas. Esse contexto introduziu uma nova lógica de comunicação política, caracterizada pelo uso intensivo de dados e algoritmos para fins de persuasão.

Em 2024, Trump foi eleito para um segundo mandato presidencial em meio a um cenário digital mais regulado, mas ainda marcado por disputas informacionais. A Meta, empresa controladora do Facebook, adotou diretrizes controversas, como a reativação de perfis suspensos — entre eles, o de Trump — e o fim do programa de checagem de fatos. Essas ações, aliadas à aproximação com o novo governo, levantaram preocupações sobre a integridade do ambiente informacional.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Plataformas digitais, narrativas e resistências, evento integrante da programação do 22º Congresso de Ciências da Comunicação da Região Norte, realizado de 28 a 30 de maio de 2025.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPgEM/UFRN). Email: maxsuelpraxedes@gmail.com.

O presente trabalho tem como objeto de estudo o uso da IA e das redes sociais digitais como ferramentas de manipulação eleitoral. A investigação parte da seguinte pergunta: qual foi a influência dessas tecnologias nos resultados eleitorais e nas práticas democráticas contemporâneas? A hipótese central propõe que os algoritmos de IA, em articulação com a desinformação, desempenharam um papel decisivo na vitória de Trump, modificando os modos de interação política e comprometendo a integridade do processo democrático.

A investigação adota uma abordagem qualitativa, baseada no método do Estudo de Caso (Yin, 2015), com foco nas campanhas presidenciais de Donald Trump em 2016 e 2024. A coleta de dados envolveu revisão bibliográfica, análise de reportagens jornalísticas e exame de discursos públicos de atores centrais das estratégias eleitorais. A seleção das reportagens foi guiada por critérios de relevância temática e recorrência discursiva, oferecendo respaldo à Análise do Discurso proposta por Brandão (2012). Para isso, foram considerados os discursos do diretor digital da campanha de 2016, Brad Parscale; do criador de conteúdos falsos e conhecido como pioneiro das *fake news*, Paul Horner; e do presidente-executivo do grupo empresarial Meta, Mark Zuckerberg, responsável por decisões relacionadas à moderação de conteúdo na plataforma.

A análise foi estruturada em três eixos temáticos: o uso da IA e da propaganda segmentada no Facebook/Meta, a desinformação como estratégia de polarização e os impactos dessas práticas na democracia. Com base na Análise do Discurso, segundo Brandão (2012), o estudo examina as tecnologias digitais como ferramentas de persuasão e interferência política. A escolha das campanhas de Trump se justifica pela relevância histórica e pela atualidade dos mecanismos utilizados, especialmente diante da recente reeleição. A articulação entre bases teóricas, documentos midiáticos e declarações de atores envolvidos nas campanhas busca dar consistência à análise e sustentar uma leitura crítica dos efeitos da IA e das redes sociais digitais na política atual.

O USO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E PROPAGANDA SEGMENTADA

A vitória de Donald Trump em 2016 expôs as transformações provocadas pelas tecnologias digitais no campo da comunicação política. Brad Parscale, então diretor digital da campanha, destacou o papel do Facebook como principal ferramenta de mobilização eleitoral: “O Twitter era o meio para falar com as pessoas. O Facebook era

a forma de ganhar. O Facebook era o método, a autoestrada pela qual dirigiríamos o carro” (Cano, 2017, *online*). A declaração de Parscale evidencia a centralidade das redes sociais digitais na construção de estratégias eleitorais orientadas por dados e segmentação de público.

Em consonância com essa perspectiva, Kaufman (2018) observa que o Facebook opera com algoritmos baseados em Inteligência Artificial, que filtram e priorizam conteúdos no *feed* dos usuários com base em padrões de comportamento individual. Em meio a milhares de publicações diárias, apenas uma fração delas é exibida, selecionada por sua capacidade de gerar engajamento. Essa lógica impulsiona a personalização de mensagens políticas, criando condições ideais para a propaganda segmentada e a consolidação de ambientes informacionais direcionados.

A lógica de filtragem é aprofundada por Pariser (2012), que denomina esse fenômeno de bolhas-filtro, em que os usuários permanecem imersos em conteúdos que confirmam suas crenças, dificultando o acesso a pontos de vista divergentes. Complementando essa análise, Santaella (2018) compara os dispositivos digitais a espelhos unilaterais, que devolvem ao usuário apenas aquilo que já corresponde às suas preferências, enquanto os algoritmos observam e registram cada clique, moldando o fluxo informacional. Essa dinâmica favorece a polarização e reduz o potencial de debate público plural.

Os algoritmos que operam nas plataformas digitais funcionam de maneira automatizada e pouco transparente. Teixeira (1998, p. 20) define algoritmo como “uma receita para se fazer alguma coisa”, conceito que, embora anterior ao contexto atual, permite compreender a lógica por trás da organização da informação nas redes. Esses sistemas determinam, com base em interesses comerciais e comportamentais, o que ganha ou perde visibilidade, influenciando diretamente os caminhos da persuasão política digital.

DESINFORMAÇÃO E *FAKE NEWS* COMO FERRAMENTAS DE MANIPULAÇÃO

No contexto das estratégias algorítmicas, a desinformação desempenhou um papel central nas campanhas presidenciais de Trump, sobretudo em 2016. A produção e disseminação de *fake news* moldaram o cenário informacional com narrativas

polarizadoras e emocionalmente carregadas. Paul Horner, conhecido por criar conteúdos falsos com aparência jornalística, afirmou que diversas de suas histórias foram utilizadas por apoiadores da campanha para manipular percepções políticas e reforçar discursos ideológicos (Cano, 2017, *online*).

As redes sociais digitais intensificam esse processo, como aponta Recuero (2009), quando amplificam boatos e informações não verificadas, criando um ambiente propício à manipulação. Os algoritmos, ao priorizarem conteúdos com maior potencial de engajamento, favorecem a disseminação de informações falsas. Pereira (2022) argumenta que quanto mais um conteúdo é consumido, maior sua chance de viralização, independentemente da veracidade, consolidando um ecossistema informacional instável.

Dando continuidade à lógica de desinformação e à atuação das plataformas, o cenário de 2024 trouxe novos desdobramentos: a reativação de perfis suspensos, o fim do programa de checagem de fatos e a retirada de restrições aplicadas em eleições anteriores, como a limitação de anúncios políticos e o bloqueio de conteúdos denunciados por desinformação. Em janeiro de 2025, a empresa substituiu a moderação sistemática por um sistema que chamou de notas da comunidade, inspirado na rede social digital X (antigo Twitter). A medida representou uma mudança na forma como a plataforma gerencia conteúdos e interações no ambiente virtual.

OS IMPACTOS DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E DAS REDES SOCIAIS DIGITAIS NA DEMOCRACIA CONTEMPORÂNEA

Diante do contexto de circulação massiva de conteúdos falsos e ambientes polarizados, é essencial examinar os impactos dessas práticas sobre o sistema democrático. A articulação entre IA, redes sociais digitais e desinformação nos processos eleitorais tem acentuado os alertas sobre os riscos à integridade democrática. O percurso político de Trump entre 2016 e 2024 exemplificou como essas ferramentas, quando utilizadas de maneira estratégica e sem transparência, podem comprometer a imparcialidade do debate público e influenciar a percepção do eleitorado. Rahman (2024) alerta que a confiança irrestrita nas capacidades da IA representa uma ameaça concreta, sobretudo em contextos marcados por forte polarização política.

A evolução das tecnologias digitais, historicamente, não tem sido acompanhada por mecanismos regulatórios eficazes. As plataformas e seus algoritmos não operam de forma neutra: refletem interesses econômicos e ideológicos que impactam diretamente o fluxo de informações. Diante desse cenário, é fundamental construir uma cultura crítica e implementar políticas públicas voltadas para o uso ético e transparente dessas tecnologias. A governança digital deve ser orientada pela defesa da democracia e da pluralidade informacional.

A trajetória entre 2016 e 2024 revela tanto permanências quanto avanços nas estratégias de manipulação política. Em 2024, mesmo em um ambiente digital mais regulado, a campanha de Trump manteve a lógica de segmentação algorítmica e adotou ferramentas mais sofisticadas, como a Inteligência Artificial generativa — tecnologia capaz de produzir automaticamente textos, imagens e vídeos com aparência real. O fim da checagem de fatos e a implementação de sistemas alternativos de moderação ampliaram a circulação de conteúdos falsos e dificultaram sua identificação. Apesar dos anúncios de mudanças na moderação, a Meta não assegurou maior transparência nas práticas de controle informacional. Esse cenário reforça a urgência de políticas eficazes de governança e proteção da democracia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo das campanhas de 2016 e 2024, a atuação de Donald Trump evidenciou a centralidade do Facebook — e, posteriormente, da Meta — na dinâmica da comunicação política digital. O ciclo iniciado com a propagação de desinformação e a microsegmentação eleitoral culmina, quase uma década depois, com o desmonte de estruturas de checagem e o realinhamento ideológico entre a empresa e o próprio candidato. Os resultados da análise permitem afirmar que os algoritmos de Inteligência Artificial, articulados às estratégias de desinformação, desempenharam um papel decisivo nas vitórias eleitorais de Trump, conforme sugerido na hipótese inicial. Essa combinação de fatores tecnológicos e políticos comprometeu a integridade do debate público e impactou diretamente as práticas democráticas contemporâneas.

Lee (2019) adverte que o avanço da tecnologia sem controle crítico compromete os fundamentos democráticos. Nesse contexto, a metáfora de Russo, Bonfá e Villa-Lobos

(1985) segue atual: “nos perderemos entre monstros da nossa própria criação”. O futuro da democracia dependerá da capacidade de reequilibrar a relação entre tecnologia, política e sociedade, a fim de garantir um espaço público digital que valorize a informação de qualidade, a transparência e a responsabilidade institucional. O presente trabalho contribui para o debate sobre os efeitos das tecnologias digitais nas democracias contemporâneas e reforça a necessidade de novas pesquisas que aprofundem a relação entre plataformas, desinformação e regulação, em contextos eleitorais diversos.

REFERÊNCIAS

BRANDÃO, H. H. N. **Introdução à análise do discurso**. Campinas, SP: Editora Unicamp, 2012.

CANO, R. J. **Facebook, Twitter e Google se envolveram na campanha de Trump**. El País, 2017. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/10/09/internacional/1507524039_928191.html. Acesso em: 2 de abril de 2025.

CANO, R. J. **Morre o rei das ‘fake news’ a quem se atribui a vitória de Trump**. El País, 2017. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/09/28/internacional/1506571604_776314.html. Acesso em: 2 de abril de 2025.

KAUFMAN, D. **A inteligência artificial irá suplantará a inteligência humana?**. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2018.

LEE, K-F. **Inteligência artificial**. Rio de Janeiro: Globo livros, 2019.

PARISER, E. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PEREIRA, G. **WhatsApp, desinformação e infodemia: o “inimigo” criptografado**. Liinc em Revista: Rio de Janeiro, 2022.

RAHMAN, W. **Inteligência artificial e aprendizado de máquina**. São Paulo: Editora Senac, 2024.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RUSSO, R.; BONFÁ, M.; VILLA-LOBOS, D. **“Será”**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2CnixonDrhdE>. Acesso em: 2 de abril de 2025.

SANTAELLA, L. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?**. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2018.

TEIXEIRA, J. F. **Mentes e máquinas: uma introdução à ciência cognitiva**. Porto Alegre, RS: Artes Médicas, 1998.