

Estado da publicação: O preprint não foi publicado em outro meio.

EFEITO-RUMOR EM TEMPOS DE IA: “AGORA É A VEZ DO POVO”?

Juliana da Silveira

<https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.14328>

Submetido em: 2025-11-27

Postado em: 2025-12-23 (versão 1)

(AAAA-MM-DD)

A moderação deste preprint recebeu o(s) endosso(s) de:

- Solange GALLO (ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0243-4983>)
- Evandra Grigoletto (ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1458-0491>)

EFEITO-RUMOR EM TEMPOS DE IA: “AGORA É A VEZ DO POVO”?

Juliana da Silveira
Universidade do Sul de Santa Catarina
<https://orcid.org/0000-0002-3811-4703>

A representação do político se transformou, assim, profundamente nos últimos anos. Não se trata aqui de se condoer ou de se encantar com essa mutação, mas de compreender o que está em jogo. E tirar algumas conclusões quanto à existência de uma análise do discurso, como tentativa de se esforçar a apreender as formas textuais da representação do político (Courtine, 2006, p.32).

Resumo

Este artigo analisa produções audiovisuais realizadas com Inteligências Artificiais (IAs) generativas, tomando como corpus a campanha “Taxação BBB” do Partido dos Trabalhadores e as peças satíricas do perfil “Brasil Sátira do Poder”, que circularam durante o debate sobre a derrubada de um decreto presidencial em 2025. Objetiva-se compreender como essas produções ressignificam a noção de efeito-rumor, metaforizando imagens do povo e do político pela imbricação entre discursos políticos e ordinários. Argumenta-se que a materialidade técnica do digital, ao permitir a simulação e a circulação de corpos (do povo, do político e do representante), não apenas desloca os sentidos estabilizados do discurso político midiático, mas também joga com a cena enunciativa forjando uma “ilusão enunciativa” ficcional. A análise permitiu discutir, à luz da noção de efeito-rumor, o funcionamento do discurso político e ordinário em sua imbricação material. Nessas produções, o povo metaforiza o político e a política metaforiza o povo, um fazendo o outro falar em seu lugar.

Palavras-chave: Efeito-rumor. Discurso político. Inteligência Artificial generativa. Materialidade técnica. Corpo político.

RUMOR EFFECTS IN THE AGE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE: A TURN FOR THE PEOPLE?

Abstract

This article analyzes audiovisual productions created with generative Artificial Intelligences (AIs), taking as its corpus the “Taxação BBB” campaign by the Workers’ Party and the satirical pieces from the “Brasil Sátira do Poder” profile,

which circulated during the 2025 debate over the repeal of a presidential decree. The aim is to understand how these productions reframe the notion of rumor-effect by metaphorizing images of “the people” and “the politician” through the intertwining of political and everyday discourse. The article argues that the technical materiality of the digital, by enabling the simulation and circulation of bodies (of the people, the politician, and the representative), not only displaces stabilized meanings within media political discourse but also plays with the enunciative scene, forging a fictional “enunciative illusion.” The analysis makes it possible to discuss, in light of the notion of rumor-effect, the functioning of political and everyday discourse in their material interweaving. In these productions, the people metaphorize the politician and politics metaphorizes the people, each speaking in the other’s place.

Keywords: Rumor-effect. Political discourse. Generative Artificial Intelligence. Technical materiality. Political body.

Introdução

No presente artigo, proponho analisar produções audiovisuais realizadas com Inteligência Artificial (IA) generativas, tomando como recorte inicial produções que se complementam, a saber: a campanha digital veiculada pelo Partido dos Trabalhadores (PT), com o *slogan* “Taxação BBB: Bilionários, Bancos e Bets. Novo IR é justiça histórica, justiça de verdade”; e duas peças audiovisuais produzidas pelo perfil “Brasil Sátira do Poder”.

Considerando que as produções audiovisuais feitas com IA tiveram uma rápida e crescente popularização e, em 2025, marcaram um ponto de não retorno para as políticas da imagem, e para as imagens da política, o que me interessa particularmente nessas produções é o fato de elas apontam para uma mutação definitiva das “formas textuais e imagéticas da representação do político” (Courtine, 2006, p. 32).

Em *Metamorfoses do Discurso Político: derivas da fala pública*, Courtine (2006) identifica dois acontecimentos que impulsionaram as primeiras mutações do discurso político, notadamente o discurso do partido comunista, após maio de 1968 e as “sensibilidades languageiras aparecidas naquele momento”. Segundo o autor, na política, a reação do Partido Comunista a essa transformação foi de enclausuramento e incompreensão e, na teoria, tratava-se de uma mudança que exigia adaptações nos procedimentos teórico-analíticos

da Análise de Discurso. Sobre os desafios políticos, ele afirma que, naquele contexto,

caracterizado pela instabilidade e pela fluidez das palavras políticas, por sua circulação acelerada, e, às vezes até mesmo, por sua intercambialidade, o discurso comunista se fechou sobre suas bases sociais, culturais e geográficas tradicionais. Ele não soube ver a importância determinante que iam adquirir os meios áudio-visuais de informação na comunicação política, nem soube compreender em que medida esses meios modificariam as regras do jogo [...] Durante esse tempo, a classe operária estava sentada, toda noite, diante da televisão “capitalista” e “reacionária” (Courtine, 2006, p. 107).

Quanto aos desafios teóricos, o autor chamava a atenção para o fato de que os procedimentos eram estritamente realizados em *corpora* textuais e, tomando como base os procedimentos e montagens que ele mesmo realizou em sua pesquisa, afirmará que suas análises “sobre a memória comunista” haviam se dedicado a apreender a constituição de uma memória do texto, o que, para ele, já não é mais suficiente.

É preciso ainda compreender o contexto histórico que dá sentido à desafeição do discurso, bem como à perda da memória comunista. A fala pública é também um **conjunto de rituais não verbais** que **enquadram** o discurso; que **agenciam** os gestos, **regulam** os comportamentos, **prevêm** as circunstâncias, **organizam** uma *mise en scène*: elementos essenciais da representação política, indissociáveis da tomada da fala, que devem ser considerados se pretendemos compreender verdadeiramente os **efeitos** de um discurso. Parece-me, nesse sentido, essencial deslocar a atenção de uma lógica da produção, que até aqui prevaleceu, para uma análise da recepção dos discursos políticos [...] É a essa adaptação teórica face à evolução do mundo atual que a análise do discurso não pode mais se furtar por muito tempo (Courtine, 2006, p.110, grifos meu).

Com a entrada das IAs generativas nas produções audiovisuais, estamos vendo, mais uma vez, os partidos políticos reagirem, cada um à sua maneira, a uma mudança radical das “regras do jogo” da comunicação política. E, também, mais uma vez, acompanhamos um novo desdobramento, provocado pela materialidade técnica do digital, que funda essa transformação no discurso político contemporâneo.

No Brasil, a corrente materialista da análise de discurso, à qual me filio, já havia atentado para os aspectos teóricos dessa questão, partindo das teses de

Michel Pêcheux que, em seus trabalhos, já apontava para a necessidade de pensar as materialidades discursivas, incluindo aí as formas textuais não verbais e, também, o ordinários dos sentidos; mas também a partir de Orlandi (2003), Lagazzi (2009)¹, Neckel (2013) e tantos outros pesquisadores brasileiros, que se dedicam a pensar as materialidades discursivas para além do verbal.

É na continuidade desses trabalhos que essa discussão se inscreve, e a partir da qual a discussão aqui apresentada encontra com outros autores brasileiros que articulam essas reflexões teóricas à materialidade do digital: como Gallo (2009, 2011), Dias (2011), Adorno (2015) e Pequeno (2020). Nesse contexto, pensar a **materialidade digital** requer pensar também a sua **materialidade técnica** (Pequeno, 2020) e o modo como ela determina os **espaços enunciativos informatizados** (Gallo e Silveira, 2017) a partir da divisão de diferentes materialidades significantes (Lagazzi, 2009), seja por sua **normatização técnica**, seja por seus processos de **mediatização** (Gallo e Silveira, 2017).

Dessa forma, a partir desse dispositivo e, considerando o alerta de Courtine (2006), não apenas damos consequência teórica a uma análise que considera essas produções em sua forma material (Orlandi, 2003), como reiteramos a tese de Pequeno (2020, p. 279), que defende que

[...] O analista de discurso precisa inverter, a todo passo que dá, a fórmula que insiste em colocar o contingente como determinado pelo necessário, e o material como imanência da ideia. Se, logo no começo, propusemos que a materialidade da escrita não é a mesma que a materialidade da língua, então precisamos levar esse reconhecimento até seu fim. Fazer isso é admitir que a discursividade do enunciado é determinada por mais do que a materialidade da história e da língua. Também faz parte do jogo, a materialidade de suas formas concretas de circulação. O apagamento regular do papel dessa materialidade técnica constitui, na nossa leitura, algo que não pode ser descrito como menos do que uma forma de esquecimento discreta e definível para a Análise de Discurso. Um esquecimento da espessura técnica de um enunciado.

¹ Para Lagazzi, “a materialidade significativa e a história, pode concernir o trabalho com as diferentes materialidades e reiterar a importância de tomarmos o sentido como efeito de um trabalho simbólico sobre a cadeia significativa, na história. Materialidades prenes de serem significadas. Materialidade que compreendo como o modo significativo pelo qual o sentido de formula” (2011, p.276).

Tendo essa conjuntura política e teórica como pano de fundo, o gesto de análise que proponho aqui tem como objetivo geral compreender de que modo tais produções ressignificam a noção de efeito-rumor, considerando sua feição paradoxal: tanto como um efeito de apropriação discursiva dos rumores ordinários quanto como um modo de apropriação discursiva da fala pública - notadamente a fala dos políticos -, feita, em geral, pela via do humor e da derrisão (Silveira, 2015).

Nesse sentido, este texto dialoga e dá continuidade a trabalhos anteriores nos quais explorei as noções de rumor e efeito-rumor para analisar discursos políticos e ordinários e sua circulação nas redes sociais digitais. De modo geral, até aqui, trabalho com a ideia de rumor dissociada de uma visão informacional, ou seja, afastando-me

da discussão do rumor como algo falso e menor, para entendê-lo como um fato de linguagem que [no digital] perturba a relação da política com a mídia, porque ele quebra o ritual midiático da espetacularização política como informação verdadeira. O rumor desestabiliza a noção de informação ligada à ideia de sua oficialidade e de fonte legitimada. (Silveira, 2015, p.132).

Tomando o digital como sendo de uma ordem rumoral, foi possível compreender que os dizeres não oficiais ganhavam cada dia mais credibilidade, ao passo que a credibilidade do discurso político e midiático enfraquecia. De um lado e de outro, “fazer circular uma informação que nasce fora dos órgãos oficiais de informação pode produzir um efeito ainda maior de confiança” (Silveira, 2015, p. 132). Com efeito, cada dia mais, na medida em que avançamos na produção de novas tecnologias languageiras, a noção de informação, e mais ainda a de informação verdadeira, faz cada dia menos sentido.

1 Os corpo(s) político(s) e as imagens rumorais: um breve retorno à noção de efeito-rumor

Antes de apresentar a análise do recorte proposto para este artigo, é importante resgatar alguns trabalhos nos quais desenvolvi a noção de efeito-rumor articulada a uma reflexão sobre o corpo político; gesto necessário para

refletir sobre uma resignificação dessa noção, agora atravessada pela materialidade técnica das IAs generativas.

Em 2016, analisei a circulação de uma foto oficial da Marcha da Solidariedade em Paris, realizada em 2015 após o ataque ao jornal Charlie Hebdo e amplamente divulgada pela mídia tradicional. Essa foto mostrava líderes mundiais à frente de uma multidão. A imagem foi amplamente debatida e criticada na internet francesa após a circulação de outros registros, feitos por moradores da região, que revelavam que a fotografia havia sido produzida com os políticos distantes da marcha, separados da multidão e não integrados a ela, como a versão oficial sugeria. Nesses registros ordinários, os líderes apareciam isolados do povo, sendo acusados de estarem ali apenas para a produção da fotografia.



Quadro 1: Recortes imagens de análise da Marcha da Solidariedade em Paris. Fonte: Silveira (2016).

Esse acontecimento, no entanto, desdobrou-se a partir da recepção dessas imagens e de sua ampla circulação, uma vez que um político em especial se destacava nas imagens oficiais: o ex-presidente Nicolas Sarkozy. Ele insistia em desobedecer ao protocolo estabelecido para a fotografia, que determinava a presença apenas de chefes de Estado na primeira fileira. Na circulação das diferentes versões e ângulos dessa fotografia oficial na mídia francesa, a imagem de Sarkozy era aquela que, a cada momento, dava um passo mais à frente, com o objetivo de aparecer na primeira fileira, até ocupar o lugar do presidente francês da época, François Hollande.

Essa análise permitiu-me compreender que os sujeitos ordinários também jogavam com a produção do efeito-rumor a partir da produção de imagens rumorais.



Quadro 2: Recortes imagens de análise do jogo da incrustação no contexto político francês.

Fonte: Silveira (2016).

Nesse caso, as imagens rumorais, produzidas graças ao domínio da técnica de edição digital e à lógica de circulação em rede, tornam-se formas de resposta e de argumentação que deslocam os sentidos previamente estabilizados pelo campo midiático. Elas evidenciam tanto a vigilância e a espetacularização do corpo político-midiático quanto a fugacidade dos sentidos que marcam sua inscrição no discurso ordinário.

Nessa análise, compreendi como o efeito-rumor se constituía por um funcionamento discursivo paradoxal. De um lado, ele se produzia pela apropriação do corpo do povo pelo campo político, revelando a fabricação do corpo político-midiático. De outro, produzia-se pela apropriação, feita por sujeitos ordinários, do discurso político. Por meio da metáfora, da bricolagem ou da circulação de imagens manipuladas, as imagens rumorais reinscreviam esse corpo político em novas séries significantes, produzindo sentidos imprevistos.

Naquele contexto, já se evidenciava a importância de considerar simultaneamente a potência e a captura do corpo político e do corpo do povo numa discursividade agora marcada pelo acesso a recursos técnicos antes restritos à classe dominante. Era o momento em que partidos e classes políticas dominantes começavam a entender que as regras do jogo passavam a incluir, necessariamente, processos de derrisão que envolviam rir e zombar do corpo político. Desse modo, a análise que aqui recuperamos demonstrava tanto a dimensão de apropriação política - pelo enquadramento que pretendeu produzir um efeito de copresença (Santos, 2014), unindo o corpo político ao corpo do povo - quanto a dimensão de (re)interpretação e (re)apropriação do discurso político, materializada na sátira do corpo político produzida pelas “artes” dos sujeitos ordinários.

Mais recentemente, na posse presidencial de janeiro de 2023, avancei nessa discussão ao analisar como, também naquele caso, nesse jogo entre imagem, rumor e efeito-rumor, o corpo do povo deixava de funcionar como mera representação de apoio para se tornar espaço de produção e disputa política. A quebra do cerimonial, causada pela ausência do ex-presidente Jair Bolsonaro, reconfigurou a cena enunciativa do evento.

Nela, o significante "povo" foi "hackeado": deixou seu lugar histórico de "público" para se presentificar corporalmente na rampa, por meio da convocação de corpos reais que, digitalmente visíveis, cumpriram o papel de passar a faixa ao presidente eleito. O povo, o(s) representante(s), a democracia, eram, assim, significantes ausentes e presentes, disputados imagetivamente pela produção de um corpo do povo substituindo o corpo político.

A imagem do presidente eleito subindo a rampa com os "representantes do povo" constituiu-se, assim, como um enunciado dividido: se, por um lado, simbolizava, mais uma vez, a chegada do povo ao poder, por outro, significava um enfraquecimento da democracia representativa. A quebra do ritual exigiu que o representante eleito convocasse a presença física de seus representados para reforçar a legitimidade de sua força representativa, tanto como uma demanda política, quanto como uma demanda dos processos de mediação dos espaços enunciativos informatizados.

Tendo em mente todo esse percurso, volto-me agora para as produções audiovisuais, investigando o modo como são (re)formulados e discursivizados esses mesmos corpos e significantes.

2 IAs na propaganda política do PT: "um acontecimento inusitado"

Em 25 de junho de 2025 o Congresso Nacional derrubou três decretos do presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT), que aumentavam as alíquotas do IOF (Imposto sobre Operações Financeiras). A imprensa brasileira destacou amplamente essa derrota, enfatizando que a derrubada do decreto presidencial era um marco político que não ocorria no país desde 1992, quando o Congresso rejeitou um decreto do então presidente Fernando Collor, que pretendia mudar regras do pagamento de precatórios ("Crise do IOF", 2025).

Na esteira dessa derrota, outras medidas do governo já em andamento visavam estabelecer ou construir aquilo que o presidente e seus ministros vinham chamando de “Justiça tributária”, incluindo bandeiras e promessas eleitorais do presidente, como a taxaçoão dos super-ricos e a isençoão do IR para quem ganha até cinco mil reais. Nesse contexto, enunciados como “Agora é a vez do povo!” e “Congresso inimigo do povo!” foram palavras-chave que, pela normatizaçoão técnica dos espaçoos informatizados, reuniam esses corpos nas telas, como protagonistas de uma “luta de classes” digital(izada).

Alguns dias antes da derrubada do decreto do IOF, mas já ciente da resistênça do Congresso à medida, à taxaçoão de grandes fortunas e à isençoão do Imposto de Renda para quem ganha até cinco mil reais, o Partido dos Trabalhadores, em apoio ao governo, lançou em seus perfis digitais uma campanha intitulada “Taxaçoão BBB”, com o slogan: “Taxaçoão BBB: *Bilionários, Bancos e Bets. Novo IR é justiça histórica, justiça de verdade*”.

Nesse contexto, o meu interesse por essa disputa e pelos materiais aqui recortados deu-se inicialmente pela circulaçoão reiterada de afirmaçoões, advindas de diferentes espectros políticos, que, com pequenas diferenças, apontavam a campanha do Partido dos Trabalhadores, feita com IA, como um acontecimento político singular, ou mesmo “inusitado”, capaz de “mudar o jogo” para a atuaçoão política da esquerda brasileira nas batalhas travadas no digital.

No centro dos elogios e críticas a essa “nova estratégia” para defender projetos do governo, aparecem frequentemente os responsáveis pela campanha, os “estrategistas” do Partido dos Trabalhadores: o deputado Jilmar Tatto (PT-SP), secretário nacional de comunicaçoão; o senador Humberto Costa (PT-PE); e o marqueteiro do partido, Otávio Antunes.

Em matéria publicada pelo *Estadão*, em 2 de julho de 2025, intitulada “PT convoca influenciadores para dar gás a ‘modo pré-campanha’; especialistas criticam” (Gomes, Caetano e Teles, 2024), é possível observar o tom da próxima campanha eleitoral e o foco no uso de IA para fins políticos. No corpo da matéria, os nomes dos dirigentes da campanha junto ao partido são reiteradamente citados, assim como a mençoão à reunião que realizaram com “200 influenciadores” para “discutir o futuro dessa estratégia” que, enfim, havia “furado a bolha da esquerda”. Leitura reforçada pela matéria publicada pela *CNN Brasil*:

Questionado se os vídeos conseguiram furar a bolha da esquerda, Antunes foi cauteloso: “o tempo vai dizer se a estratégia foi eficiente”. Nos bastidores, no entanto, petistas comemoram o alcance da ação e avaliam que, desde as jornadas de 2013, o partido não vencia um embate nas redes sociais como agora (Venceslau, 2025, s/p.)

Outras matérias enfatizam os números e o alcance dos vídeos, indicando o sucesso da campanha, tendo em vista sua viralização.

Em meio ao debate sobre a taxaço dos super-ricos, a narrativa de que o "andar de cima" deve pagar mais colou nas redes, com quase 4 milhões de mençoões a hashtags negativas ao Congresso. O feito, digno do "deputado tiktokker" Nikolas Ferreira (PL-MG), conferiu ao PT uma rara vitória nas redes, onde o bolsonarismo ainda impera (Murakawa (2025, s.p.).

Embora essas matérias não permitam mostrar toda a rede de formulaçoões sobre o caso, dado o intenso debate que ele suscitou entre especialistas políticos, jornalistas, influenciadores, marketeiros, youtubers, militantes etc., elas dão ao menos a dimensão do problema que se anuncia no campo da política. E, ainda que todos discordem sobre sua eficácia política, percebe-se, pelo encaminhamento das discussões, que há um consenso, do ponto de vista do marketing e da viralização, de que o PT teria acertado em sua estratégia de comunicação.

Para compreender o sucesso dessa campanha, no entanto, é preciso considerar outro conjunto de produçoões, também geradas por IA, que circularam simultaneamente às peças da propaganda político-partidária. Essas produçoões, por sua vez, satirizavam o deputado Hugo Motta (Republicanos), presidente da Câmara dos Deputados e figura central e em evidência na mídia devido à derrubada dos decretos presidenciais no caso do IOF.

4 “Agora é a vez do povo!” e “Congresso inimigo do povo!”

Os dois enunciados que intitulam esta seção sintetizam, em alguma medida, a controvérsia política do caso em análise. Enquanto, na fala de políticos, em geral de esquerda, ouvíamos recorrentemente a mençoão a um dos enunciados enfatizados por esses vídeos, “Agora é a vez do povo!”, nas

produções ordinárias e em nosso cotidiano, geral, o enunciado “Congresso inimigo do povo!” se espalhava como fogo no palheiro.

Dentre essas produções, ganharam maior projeção aquelas que foram veiculadas nos dias em que os holofotes de toda a mídia brasileira estavam focalizados na derrota governamental. Nesse contexto, o perfil Brasil Sátira do Poder não só surge especificamente para esse fim, como também, por conta dessas produções de caráter humorístico, popularizou-se rapidamente nas redes TikTok, Instagram e YouTube.

No YouTube, por exemplo, o vídeo mais antigo, e aparentemente o primeiro publicado pelo canal, data de 20 de junho de 2024, ou seja, seis dias antes da derrubada do decreto presidencial. Nele, temos a imagem de um homem branco, de terno, em um escritório, que se apresenta como “Hugo Nem Se Importa”, em uma citação direta à imagem de Hugo Motta.

		
<p>Fala meu povo escravo do trampo. Aqui quem fala é o deputado Hugo Nem Se Importa! hahahahaha</p>	<p>Agora a conta de luz vai subir? Relaxa, é só mais um presentinho. Pago por vocês! hehehehe</p>	<p>A gente aqui ajuda os empresários, né? Alguém tem que crescer nesse país.</p>
		
<p>Fala meu povo escravo do trampo. Tô aqui no jatinho curtindo o voo pago por vocês. Obrigado, viu? haha</p>	<p>Fala Brasil. Tô no Japão comendo bem e aprovando o aumento da conta de luz aí para vocês. Obrigado! hehehehe</p>	<p>Você já paga tudo por mim. Custa nada se inscrever no canal também, né? Vai, clica aí, faz esse favor pra democracia. hahaha</p>

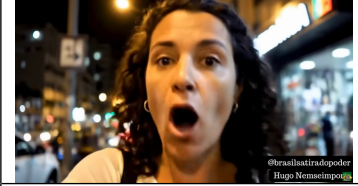
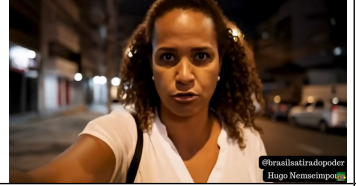

Quadro 4: Prints do vídeo “Hugo Nem Se Importa”. Fonte: Brasil sátira do poder, 2025.

O segundo vídeo veiculado pelo perfil, também satirizando Hugo Motta, foi publicado em 2 de julho e traz novamente o mesmo personagem. Isso indica uma evolução na produção de imagens realizadas com IA, pois, até recentemente, a tecnologia não conseguia repetir com tanta fidelidade um personagem gerado a partir de um prompt anterior, muito menos manter as

mesmas características da imagem-fonte e/ou da imagem construída por vídeos anteriores.

Essa evolução tecnológica permite que o perfil Brasil Sátira do Poder simule um perfil do próprio “Hugo Nem Se Importa”, angarie seguidores para o perfil e crie um fio narrativo que acompanha os acontecimentos políticos, reproduzindo cotidianamente o debate “invertido” da cena política brasileira. No caso, uma ficção, ainda que muitos prefiram afirmar que se trata, enfim, de uma realidade mais estranha que a ficção.

		
<p>Fala meu povo escravo do trampo. Aqui quem fala é o deputado Hugo Nem se importa e hoje vamos jantar com quem realmente importa, os empresários. Campanha não se paga sozinha. hehehe</p>	<p>Meus amigos empresários, hoje é sobre vocês. Esquece o povo. A nova lei é simples. Mais lucro para cima e conta de luz cara para baixo. hahahaha</p>	<p>Senhores, fiquem tranquilos. Tachar os ricos jamais. Aqui quem tem dinheiro tem proteção. Quem paga conta são os de sempre e ainda batem palma. Vocês ajudam a gente na campanha com publicidade e a gente retribui com isenção e projeto aprovado. Aqui é parceria de sucesso.</p>
		
<p>Fiquem tranquilos, amigos. O Congresso já decidiu. Nada de tachar vocês. Agora congelar o salário mínimo. Aí sim. Isso a gente faz com gosto. O governo fica falando em justiça fiscal, taxar bilionário. Mas relaxem, meus queridos, no Congresso a conta sempre cai no colo do trabalhador. hehehehe</p>	<p>Hugo jantando com empresários, negociando a vida do povo. E sabe o que estão decidindo lá? congelar o salário mínimo e a gente só apanha.</p>	<p>E eles estão ouvindo empresários que pedem para congelar o salário mínimo enquanto a gente mal sobrevive. Chega! O povo tem que reagir!</p>
		
<p>Fala, meu povo escravo do trampo. Aqui é o deputado Hugo. Nem se importa. O jantar foi um sucesso. Aprovaram tudo entre risos e brindes.</p>	<p>Boa noite, meus aliados do Progresso. Como está a elite mais influente do Brasil? Que nunca nos falte um bom vinho e um povo obediente! (palmas)</p>	<p>Fortunato, meu caro, com empresários como você ao meu lado, quem precisa de povo. Eles vivem na ilusão enquanto a gente brinda na realidade.</p>
		
<p>Um brinde ao Hugo nem se</p>	<p>Quem banca a eleição, meu</p>	<p>Hugo foi chamado de herói. Herói de</p>

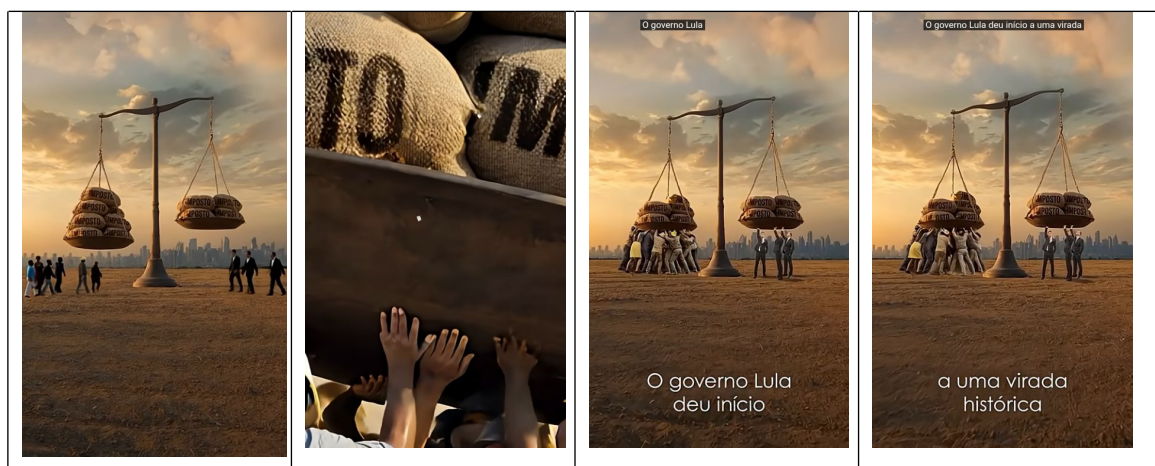
<p><i>importa. O herói do Brasil que serve a elite e ignora o povo. Hugo! Hugo!</i></p>	<p><i>amigo, merece isenção, privilégio e um tapete vermelho no Congresso.</i></p>	<p><i>quem? Aí a gente vê bem quem vai ser beneficiado com as decisões do Congresso.</i></p>
		
<p><i>Os ricos brindando e o povo se afundando. O que estava sendo servido nesse jantar era o salário e os direitos dos pobres. Acorda, Brasil!</i></p>	<p><i>e espalha esse vídeo. Todo mundo precisa saber o que o Congresso inimigo do povo tá fazendo!</i></p>	<p><i>Você já paga tudo por mim. Custa nada se inscrever no canal também, né? Vai, clica aí, faz esse favor para a democracia.</i></p>

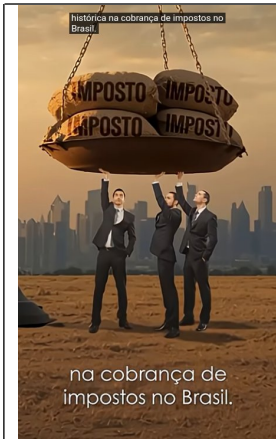



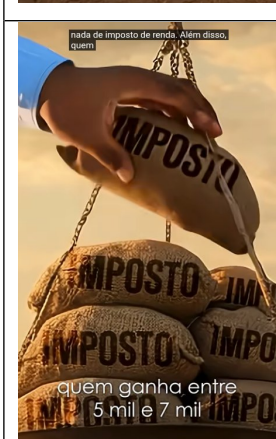
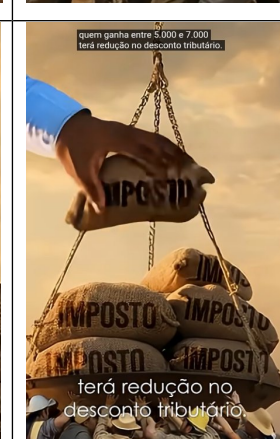
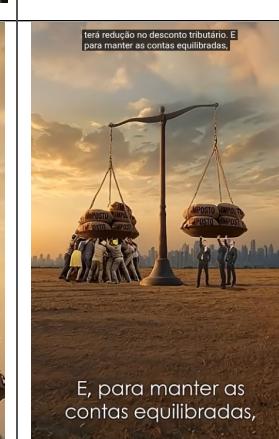
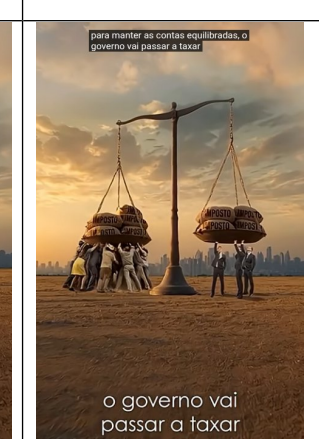



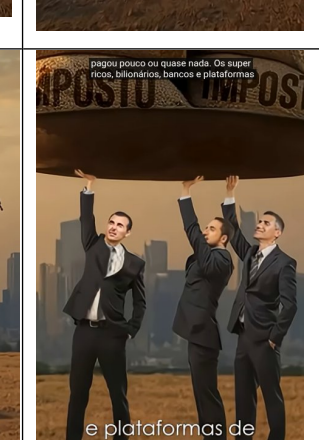



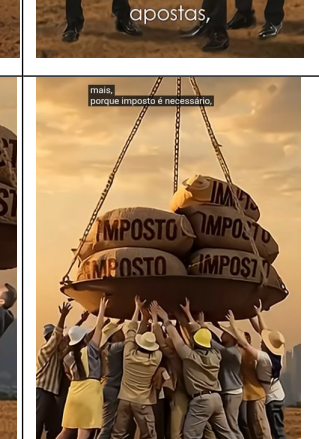
Quadro 5: Prints do vídeo “Hugo Nem Se Importa”. Fonte: Fonte: Brasil sátira do poder, 2025a.

Aqui, a peça audiovisual intercala cenas de Hugo Nem Se Importa em uma reunião com empresários, mais uma vez citando indiretamente os fatos da cena política nacional, com cenas de cidadãs, na rua, cientes e indignadas com os “conchavos” que se desenrolavam nos bastidores do Congresso. O que chama a atenção nesses vídeos não são apenas as formulações textuais, oralizadas pelos personagens; elas repetem enunciados que se inscrevem na memória do discurso político, considerando aí todas as suas variações.

No entanto, se olharmos com atenção, aquilo que Hugo Nem Se Importa enuncia são, na fala política pública, dizeres ordinários, ou seja, o que a IA permite produzir/fazer é colocar na boca do político aquilo que circula nas ruas do país, na boca do cidadão, nos provérbios populares.

Ao mesmo tempo, na boca das cidadãs indignadas, as marcas e rastros dos dizeres que recuperam formas e expressões presentes tanto na campanha oficial do PT quanto nas demais produções semelhantes a essas que se proliferaram nos espaços enunciativos informatizados.



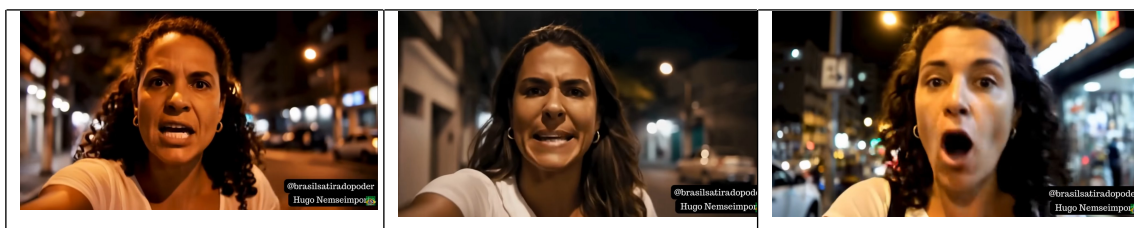
 <p>histórica na cobrança de impostos no Brasil.</p> <p>na cobrança de impostos no Brasil.</p>	 <p>Brasil. Quem ganha até R\$ 5.000</p> <p>Quem ganha até 5 mil reais</p>	 <p>Brasil. Quem ganha até R\$ 5.000 não vai pagar</p> <p>não vai pagar nada de imposto de renda.</p>	 <p>Quem ganha até R\$ 5.000 não vai pagar nada de imposto de renda.</p> <p>Além disso,</p>
 <p>nada de imposto de renda. Além disso, quem</p> <p>quem ganha entre 5 mil e 7 mil</p>	 <p>quem ganha entre 5.000 e 7.000</p> <p>terá redução no desconto tributário.</p>	 <p>terá redução no desconto tributário. E para manter as contas equilibradas,</p>	 <p>para manter as contas equilibradas, o governo vai passar a taxar</p>
 <p>governo vai passar a taxar quem sempre pagou pouco</p> <p>quem sempre pagou pouco ou quase nada:</p>	 <p>pagou pouco ou quase nada. Os super ricos</p> <p>os super ricos.</p>	 <p>pagou pouco ou quase nada. Os super ricos, bilionários,</p> <p>Bilionários, bancos</p>	 <p>pagou pouco ou quase nada. Os super ricos, bilionários, bancos e plataformas</p> <p>e plataformas de apostas,</p>
 <p>ricos, bilionários, bancos e plataformas de apostas que pagam nada ou</p> <p>que pagam nada ou quase</p>	 <p>de apostas que pagam nada ou quase nada de imposto de</p> <p>nada de imposto de renda,</p>	 <p>de imposto de renda vão passar a pagar mais.</p> <p>vão passar a pagar mais.</p>	 <p>mais, porque imposto é necessário.</p> <p>Porque imposto é necessário,</p>



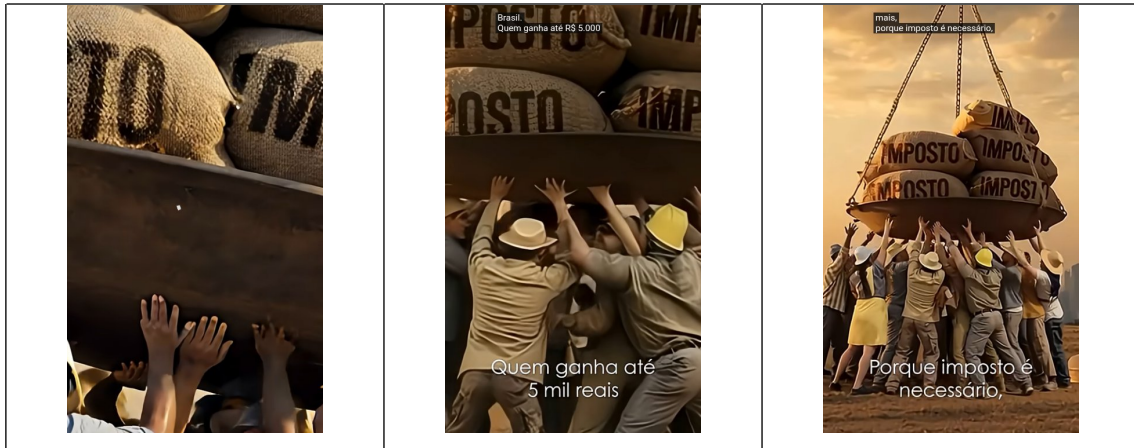
Quadro 3: Prints do vídeo da campanha “Taxação BBB”. Fonte: PTBrasil, 2025.

O deslocamento que essas produções inauguram se dá, portanto, menos no plano do conteúdo e da repetibilidade dos enunciados políticos e mais no modo pelo qual essas formulações visuais permitem agir. Como vemos, elas permitem articular o discurso político, o discurso ordinário e, ainda, o discurso da oposição. Traduzem, assim, o embate político em torno da taxaçoão a partir de uma (re)organização narrativa em que os personagens “do povo” e “o presidente da Câmara” aparecem enunciando aquilo que (segundo a posição do partido, da esquerda, da população, da Justiça do Trabalho?) deveriam ter dito, ou dizem “fora” da cena pública, não importando se eles o fizeram necessariamente ou não.

Nessas formulações visuais, o povo tem corpo, tem rosto, tem voz, tem cor, está “nas ruas” dos espaços enunciativos informatizados, esteja ou não o povo nas ruas do país.



Quadro 6 – O corpo do povo nos vídeos de sátira do poder. Fonte: Brasil sátira do poder, 2025.

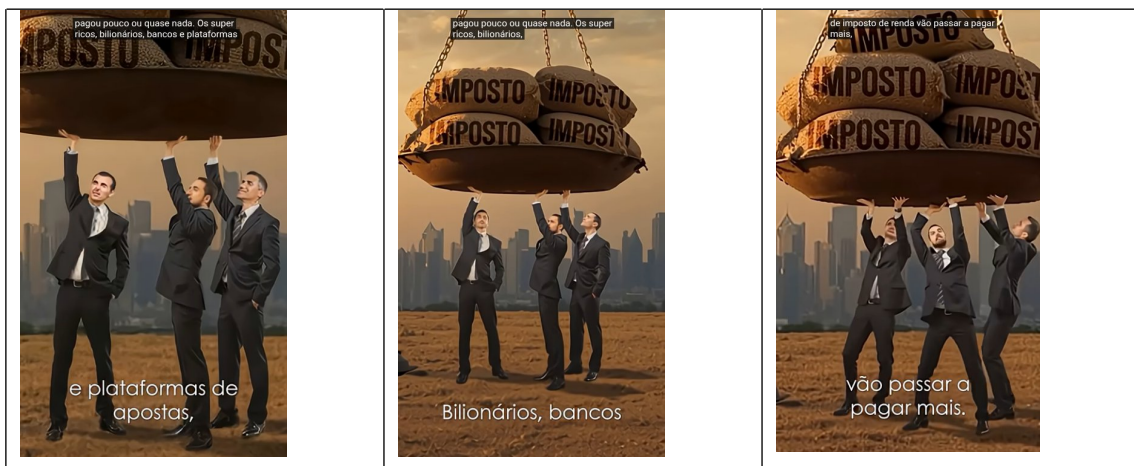


Quadro 7 – O corpo do povo no vídeo do Partido dos Trabalhadores. Fonte: PTBrasil, 2025.

O político, igualmente, tem corpo, tem rosto, tem voz, tem cor, e aqueles a quem ele representa têm corpo semelhante ao seu: corpos que (re)produzem o corpo do político brasileiro em ambas as produções.



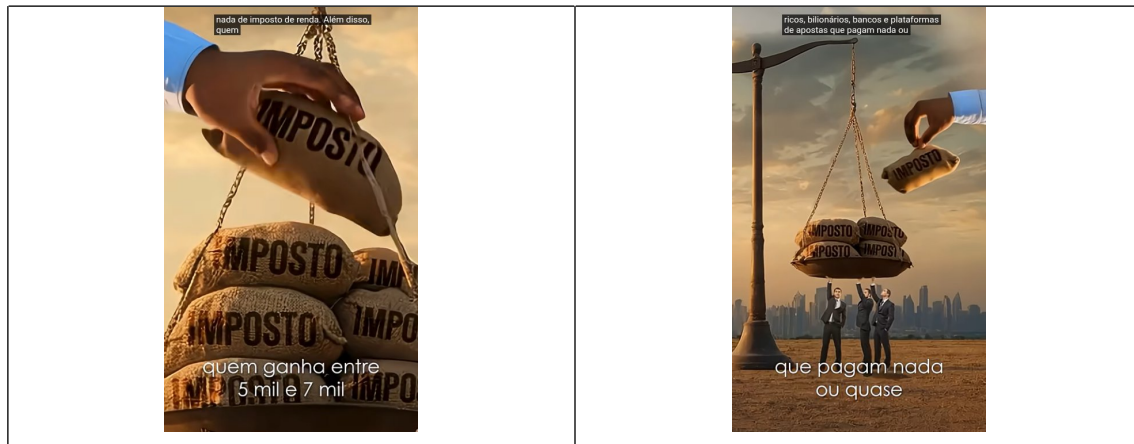
Quadro 8 – O corpo do representante da elite nos vídeos de sátira do poder. Fonte: Brasil sátira do poder, 2025.



Quadro 9 - O corpo da elite brasileira no vídeos do Partido dos Trabalhadores. Fonte: PTBrasil, 2025.

Entre o corpo do povo e o corpo do político, essas produções marcam, ainda, o corpo do representante/porta-voz “do povo”, ou, nesse caso, o corpo do governo — distinto aqui do corpo do político construído nas demais produções

analisadas, pela presença no plano visual de uma mão que “vem de cima” e cuja cor é a mesma que a do corpo do povo: uma mão preta.



Quadro 10 – O corpo do representante/porta-voz do povo no vídeo do Partido dos Trabalhadores. Fonte: PTBrasil, 2025.

É essa mão que retira o imposto do pobre e o distribui para a balança dos super-ricos. Aqui, o corpo político é distinto dos demais; é a mão do governo, despersonalizada; ou, ainda, a mão do partido, se considerarmos o efeito-autor da campanha assinada, em última instância, pelo PT.

Algumas considerações

Sabemos que, em nossos sistemas políticos de representação — ou pelo menos naqueles próprios das democracias ocidentais —, o lugar de enunciação do povo é desde sempre dominado, contido e tutelado pelo papel do representante/porta-voz ou, quando muito, relegado a espaços desigualmente distribuídos nos quais “o povo” finalmente pode falar. Isso nos leva a interrogar como se dá essa ilusão enunciativa e discursiva, forjada pelos espaços enunciativos informatizados, de que o povo fala e ocupa os mesmos lugares que seus representantes, um imaginário muito forte no início do surgimento das redes sociais, mas que agora se enfraquece cada vez mais.

No entanto, em nossa conjuntura política, como discutido até aqui, não se trata mais apenas de falar em nome do povo, ou mesmo dar-lhe voz, mas também de corporificá-lo. Esse corpo é visto, contudo, com a entrada da sua fabulação pelas IAs, como um espelho “estranhamente familiar” ao seu. Estamos vendo, mais uma vez, o corpo do povo e o corpo(s) do(s) político(s) serem transformados, (meta)forizados, a partir das possibilidades técnicas do digital.

Nesse contexto, o efeito-rumor ganha uma dimensão técnica “a mais”, que não só “reproduz” ou “representa” o corpo dos sujeitos do discurso político, que não só “dá voz” ao povo ou aos políticos, que não só aproxima esses corpos e os reúne na mesma cena enunciativa.

Desse modo, pela discussão apresentada, foi possível apontar para o modo como a noção de efeito-rumor permite compreender o funcionamento do discurso político e ordinário em sua imbricação material. Nessas produções, o povo metaforiza o político e a política metaforiza o povo, um fazendo o outro falar em seu lugar.

A análise das produções audiovisuais produzidas pelo Partido dos Trabalhadores, bem como pelo perfil “Brasil Sátira do Poder”, permite também apontar as mutações que essas produções sofrem a partir de sua determinação técnica e midiática. Essa mutação está intrinsecamente relacionada à normatização técnica desses espaços que, aliada a processos determinados de midiatização, permite a captura, previsão e mimetização dos nossos dizeres, gestos, rostos, rastos e traços cotidianos. A partir daí, criam-se, no contexto político brasileiro, as condições para forjar novos avatares de povo, político e multidão, constituindo as “massas digitais/digitalizadas”.

Poderia, ainda aqui, retomar a crítica feita por Pêcheux ([1979]2011, p. 73) a propósito daqueles que defendem participar da guerra ideológica tomada como uma possibilidade de ação simétrica:

Frente ao termo *guerra ideológica* [...] pretendendo caracterizar as diversas operações midiáticas de massa desenvolvidas (em média de maneira eficaz) pela grande burguesia multinacional contra tudo o que resiste a sua política. A ideia subjacente é que é preciso responder por uma contra-propaganda ainda mais eficaz: à guerra como na guerra...Subentendido: todos os meios são bons.

Ou, ainda, retornar à crítica feita por Courtine (2006) ao Partido Comunista, que, segundo o autor, não havia entendido o quanto o audiovisual havia mudado as regras do jogo para a comunicação política, e pergunto: é mesmo possível, hoje, afirmar que o PT “entendeu” as “regras do jogo” da comunicação política? E o que enunciar isso significa politicamente?

Para os comunicadores políticos em tempo de IA, então, seria necessário, mais uma vez, perguntar: a comunicação política no plano das transformações efetivas, algo que se quer realizar; ou é um “jogo” que não se pode deixar de ganhar? Certamente, os efeitos políticos deste “acerto” ainda estão por vir...

Informações complementares

Originalidade e citações

O uso de citações provenientes de artigos e teses de minha autoria foram usados estritamente na medida em que são necessários para explicar o desenvolvimento, de longa data, da pesquisa e os avanços apresentados no manuscrito atual. Todas essas citações foram devidamente referenciados.

Conflito de Interesse

Não tenho conflitos de interesse a declarar.

Uso de IA

As ferramentas de IA, DeepSeek e ChatGpt, foram utilizadas estritamente para revisão gramatical e ortográfica interna e normalização das referências, segundo as normas da ABNT.

Declaração de disponibilidade de dados da pesquisa

Todo o conjunto de dados de apoio aos resultados deste estudo foi publicado no próprio artigo.

Referências

ADORNO, Guilherme de Oliveira. Discursos sobre o eu na composição autoral dos vlogs. 2015. 170 f. **Tese** (Doutorado) - Curso de Linguística, Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2015. Disponível em: <https://www.repositorio.unicamp.br/acervo/detalhe/961603>. Acesso em: 27 nov. 2025.

BRASIL SÁTIRA DO PODER. **CONTA DE LUZ CARA? AGRADEÇA A HUGO NEM SE IMPORTA**. Apresentador: Hugo Nem. YouTube, 20 jun. 2025. 1 vídeo (46 s). Disponível em: <https://youtu.be/ULyxTDBJ9Io?si=tlJgOjSKLohiGu5Y>. Acesso em: 24 nov. 2025.

COURTINE, Jean-Jacques. **Metamorfoses do discurso político: derivas da fala pública**. São Paulo: Claraluz, 2006.

CRISE DO IOF: última vez que o Congresso derrubou um decreto foi em 1992, no governo Collor. **G1**, Brasília, 25 jun. 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2025/06/25/crise-do-iof-ultima-vez-que-o-congresso-derrubou-um-decreto-foi-em-1992-no-governo-collor.ghtml>. Acesso em: 7 nov. 2025.

DIAS, Cristiane. e-Urbano: a forma material do eletrônico no urbano. In: DIAS, Cristiane. **E-urbano: Sentidos do espaço urbano/digital** [online]. 2011, Consultada no Portal Labeurb - <http://www.labeurb.unicamp.br/livroEurbano/> Laboratório de Estudos Urbanos – LABEURB/Núcleo de Desenvolvimento da Criatividade - NUDECRI, Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP. Acesso 27 nov. 2025.

GALLO, Solange Maria Leda; SILVEIRA, Juliana da. Forma discurso de escritorialidade: processos de normatização e legitimação. In: FLORES, Giovanna G. Benedetto (Org.). **Análise de discurso em rede: cultura e mídia**. 3. ed. Campinas: Pontes Editores, 2017. p. 171-194.

GOMES, Bianca; CAETANO, Guilherme; TELES, Levy. **PT convoca influenciadores para dar gás a 'modo pré-campanha'; especialistas criticam estratégia**. Estadão, São Paulo, 26 jun. 2024. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/politica/pt-convoca-influenciadores-para-dar-gas-a-modo-pre-campanha-especialistas-criticam-estrategia/>. Acesso em: 27 nov. 2025.

LAGAZZI, Suzy. **O recorte significativo da memória**. In: INDURSKY, Freda; FERREIRA, Maria Cristina Leandro; MITTMANN, Solange (orgs.). O discurso na contemporaneidade: materialidades e fronteiras. São Carlos: Claraluz, 2009.

MURAKAWA, Fabio. 'Guerra dos vídeos': PT aprende a usar IA e reacende militância. **JOTA**, 3 jul. 2025. Disponível em: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/coluna-do-mura/guerra-dos-videos-pt-aprende-a-usar-a-ia-e-reacende-a-militancia>. Acesso em: 25 nov. 2025.

NECKEL, Nádia Régia Maffi. **Projeções sensíveis do/no corpo audiovisual: processo operário/criativo**. REDISCO - Revista Eletrônica de Estudos do Discurso e do Corpo, v.2, p. 83-93, 2013.

PÊCHEUX, Michel. Foi "propaganda" mesmo que você disse? In: ORLANDI, Eni. **Análise de Discurso: michel pêcheux**. Campinas, Sp: Pontes Editores, [1979]2011. p. 73-92. Tradução: Eni Puccinelli Orlandi.

PEQUENO, V. **Tecnologia e esquecimento: uma crítica a representações universais de linguagem**. Campinas: Pontes, 2020.

PTBRASIL. **Taxação BBB: Bilionários, Bancos e Bets**. [reel]. Instagram, 25 jun. 2025. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DLXF749uKt8/>. Acesso em: 24 nov. 2025.

SANTOS, Elaine de Moraes. **O efeito de copresença Lula-Dilma no discurso político-midiático: uma leitura das eleições presidenciais de 2010**. 2014. 220 f. Tese (Doutorado em Letras) – Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2014. Disponível em: <http://old.ple.uem.br/defesas/pdf/emsantos-do.pdf>. Acesso em: 27 nov. 2025.

SILVEIRA, Juliana da. O efeito de rumor na discursivização do corpo político-midiático: as imagens rumorais do discurso ordinário digital. **REDISCO – Revista Eletrônica de Estudos do Discurso e do Corpo**, [S. l.], v. 10, n. 2, 2017. Disponível em: <https://periodicos2.uesb.br/redisco/article/view/2519>. Acesso em: 27 nov. 2025.

SILVEIRA, Juliana. O ritual de posse presidencial e os “hacks” do povo. **Traços de Linguagem - Revista de Estudos Linguísticos**, [S. l.], v. 7, n. 1, 2023. DOI: 10.30681/2594.9063.2023v7n1id11195. Disponível em: <https://periodicos.unemat.br/index.php/tracos/article/view/11195>. Acesso em: 27 nov. 2025.

VENCESLAU, Pedro. "Tempo vai dizer se IA é eficiente na política", diz marqueteiro do PT. **CNN Brasil**, 4 jul. 2025. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/blogs/pedro-venceslau/politica/tempo-vai-dizer-se-ia-e-eficiente-na-politica-diz-marqueteiro-do-pt/>. Acesso em: 25 nov. 2025.

Este preprint foi submetido sob as seguintes condições:

- Os autores declaram que os necessários Termos de Consentimento Livre e Esclarecido de participantes ou pacientes na pesquisa foram obtidos e estão descritos no manuscrito, quando aplicável.
- Os autores declaram que a elaboração do manuscrito seguiu as normas éticas de comunicação científica.
- Os autores declaram que estão cientes que são os únicos responsáveis pelo conteúdo do preprint e que o depósito no SciELO Preprints não significa nenhum compromisso de parte do SciELO, exceto sua preservação e disseminação.
- Os autores declaram que os dados, aplicativos e outros conteúdos subjacentes ao manuscrito estão referenciados.
- O manuscrito depositado está no formato PDF.
- Os autores declaram que a pesquisa que deu origem ao manuscrito seguiu as boas práticas éticas e que as necessárias aprovações de comitês de ética de pesquisa, quando aplicável, estão descritas no manuscrito.
- Os autores declaram que uma vez que um manuscrito é postado no servidor SciELO Preprints, o mesmo só poderá ser retirado mediante pedido à Secretaria Editorial do SciELO Preprints, que afixará um aviso de retratação no seu lugar.
- Os autores concordam que o manuscrito aprovado será disponibilizado sob licença [Creative Commons CC-BY](#).
- O autor submissor declara que as contribuições de todos os autores e declaração de conflito de interesses estão incluídas de maneira explícita e em seções específicas do manuscrito.
- Os autores declaram que o manuscrito não foi depositado e/ou disponibilizado previamente em outro servidor de preprints ou publicado em um periódico.
- Caso o manuscrito esteja em processo de avaliação ou sendo preparado para publicação mas ainda não publicado por um periódico, os autores declaram que receberam autorização do periódico para realizar este depósito.
- O autor submissor declara que todos os autores do manuscrito concordam com a submissão ao SciELO Preprints.