

A influência da inteligência artificial e do marketing digital nas eleições de 2024: estratégias eleitorais no Brasil

THAINÁ CÓDOLO DA SILVA¹

FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS – FEF¹

Introdução e objetivos: Neste estudo, investiga-se o impacto da Inteligência Artificial (IA) e do Marketing Digital nas Eleições de 2024 no Brasil. Analisam-se as estratégias eleitorais minuciosamente, considerando o objetivo de examinar o papel crucial desempenhado das ferramentas, avaliando seu impacto na formação de opinião, engajamento eleitoral e resultados finais.

Materiais e métodos: Neste estudo, realizou-se pesquisa bibliográfica, revisando materiais de diversas fontes como livros, artigos e teses. Utilizou-se abordagem quantitativa, coletando e analisando dados numéricos de fontes primárias e secundárias. A análise foi feita com técnicas estatísticas usando o software SPSS, incluindo testes de significância, correlação e regressão para validar hipóteses e relações entre variáveis. Essa metodologia garantiu informações precisas sobre o tema, comparáveis à literatura científica.

Resultados e discussão: As estratégias implementadas por meio da Inteligência Artificial e do Marketing Digital resultaram em um significativo aumento do engajamento online, possibilitaram a personalização eficaz das mensagens e uma segmentação precisa dos eleitores. Candidatos que incorporaram essas técnicas tiveram um impacto direto na opinião pública e nas escolhas dos eleitores. Observou-se também que a personalização das mensagens, viabilizada pela Inteligência Artificial, pode aprimorar consideravelmente a eficácia das campanhas eleitorais. No entanto, isso também suscita questões éticas relacionadas à privacidade e manipulação da informação, ressaltando a importância da transparência e regulamentação rigorosa.

Conclusão: Este estudo sublinha o papel transformador da Inteligência Artificial e do Marketing Digital nas Eleições de 2024 no Brasil. A compreensão aprofundada dessas estratégias torna-se essencial tanto para os candidatos quanto para os eleitores, destacando a necessidade premente de regulamentações sólidas e conscientização pública no cenário eleitoral brasileiro.

Palavras-chave: Inteligência Artificial, Marketing Digital, Eleições 2024, Opinião Pública.

E-mail: thainacodolo@gmail.com