

Projektbericht

Juli 2026



KoBra
Kooperation Brasilien



POLITISCHE KONJUNKTURANALYSE

Medieneinfluss im Wahlkampf 2026

von Tilia Götze

Dossier Juli 2026 – Politische Konjunkturanalyse

Schwerpunkt: Medieneinfluss im Wahlkampf 2026

Von Tilia Götze

Inhaltsverzeichnis

1. Allgemeines zu den Wahlen	2
1.1 Daten und Fakten	2
1.2 Wahlprogramme in aller Kürze	2
1.3 Was diese Wahl ausmacht.....	3
2. Die Rolle der Medien im politischen Diskurs	5
2.1 Medienarten, Reichweite und Eigentum.....	5
2.2 Soziale Medien im Fokus	6
2.3 Religiöse Netzwerke	7
2.4 Wahlkampf mit KI	7
2.5 Neue Verordnung zum digitalen Wahlkampf	9
3. Termine	11

Gefördert durch:



mit Mitteln des
Kirchlichen
Entwicklungsdienstes

Gefördert durch ENGAGEMENT GLOBAL



Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung

Mit Mitteln des

Für den Inhalt dieser Publikation ist allein KoBra – Kooperation Brasilien e.V. verantwortlich; die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt von Engagement Global oder des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung wieder.

Titelbild: Douglas Pingituro, Runder Tisch Brasilien 2024

1. Allgemeines zu den Wahlen

1.1 Daten und Fakten

Brasilien wählt am 4. Oktober eine*n neue*n Präsident*in. Außerdem werden noch 27 Gouverneur*innen, zwei Drittel aller Senator*innen, 513 Abgeordnete des Bundesparlaments sowie Abgeordnete der Landes- und Bezirksparlamente (die Anzahl variiert je nach Bundesstaat) gewählt.

Wer in Brasilien für ein politisches Amt kandidieren möchte, muss einer politischen Partei zugehörig sein und von dieser bei ihren Parteitagen nominiert werden. Für die diesjährigen Wahlen fanden diese Parteitage zwischen dem 20. Juli und dem 5. August statt. Nun haben die Parteien bis zum 15. August Zeit, ihre Präsidentschaftskandidat*innen beim Obersten Wahlgericht TSE (Tribunal Superior Eleitoral) zu registrieren. Kandidat*innen für die anderen Ämter werden beim Regionalen Wahlgericht TRE (Tribunal Regional Eleitoral) angemeldet.

Der offizielle Wahlkampf auf der Straße und im Internet beginnt am 16. August. Im Radio und im Fernsehen beginnt die Wahlwerbung 35 Tage vor dem vorletzten Tag vor der Wahl.¹

Die Kandidat*innen, die voraussichtlich die größten Chancen auf die Präsidentschaft haben, sind der amtierende Präsident Luiz Inácio Lula da Silva und Flávio Bolsonaro, der Sohn des ehemaligen Präsidenten Jair Bolsonaro. Sollte es zu einer Stichwahl kommen, findet diese am 25. Oktober statt. Der gewählte Präsident tritt sein Amt dann am 5. Januar 2027 an und die Gouverneur*innen am 6. Januar.

Neben Lula und Bolsonaro stehen neun weitere Personen zur Wahl. Insgesamt handelt es sich um zehn Männer und eine Frau.²

1.2 Wahlprogramme in aller Kürze

Lula stellte beim Parteitag einen 10-Jahresplan für Brasilien vor, der sich auf das Thema Bildung konzentriert. Die Finanzen für Bildungsprogramme seien keine Ausgaben, sondern Investitionen in junge Menschen, die mit ihrem Wissen zu Technologie und Industrie das Land bereichern und die nationale Souveränität erhalten. Mit Blick auf die Strategie Flávio Bolsonaros vergleicht Lula die Kosten für ein Jahr Schule mit den Kosten eines Jahres im Gefängnis: Ein*e Schüler*in koste den Staat ca. 16.000 Real, während eine gefangene Person 35.000 – 40.000 Real kostet.³ Weitere Anliegen im Wahlkampf sind der Ausbau des öffentlichen Nahverkehrs durch den „Nulltarif“ (Tarifa Zero), außerdem Maßnahmen zur Steuergerechtigkeit und zur Bekämpfung von organisierter Kriminalität. Hier steht ein unabhängiges neues Ministerium für öffentliche Sicherheit zur Debatte. Seinem Opponenten Flávio Bolsonaro wirft er eine Anpassung an Trump und die USA vor, während er selbst sich für nationale Souveränität einsetzt. Den hohen Lebenserhaltungskosten möchte er mit seinen

¹ <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2026/noticia/2026/01/22/eleicoes-2026-calendario-cargos.ghtml>

² <https://www.riotimesonline.com/brazil-elections-2026-complete-guide/>

³ <https://lula.com.br/lula-defende-plano-de-dez-anos-para-transformar-o-brasil-com-foco-em-educacao/>

historisch gewachsenen Sozialprogrammen begegnen. Dabei führt er die gestiegenen Kosten auf die globale Geopolitik zurück: Kriege, Lieferketten, Klimawandel.

Insgesamt gibt sich Lula im Wahlkampf um die vierte Amtszeit hart: „Schluss mit dem Lula der Frieden und Liebe, jetzt kommt der knallharte Lula“, verkündet er bei seiner Rede auf dem Parteitag am 3. August.⁴

Flávio Bolsonaro hebt hingegen das Thema der öffentlichen Sicherheit besonders hervor und wirft dem amtierenden Präsidenten Versagen bei der Bekämpfung von Kriminalität vor – was ein Thema ist, das von rechten Politiker*innen oft aufgegriffen wird. Es generiert Angst bei der Bevölkerung und diese lässt sich gut nutzen um Unzufriedenheit über die aktuelle Regierung zu stärken. Flávio möchte das Strafmündigkeitsalter herabsetzen, strengere Strafen einführen und die Polizei ausbauen. Dabei orientiert er sich am Sicherheitskonzept des El Salvadorianischen Präsidenten Nayib Bukele, der seit 2022 mit Sonderrechten regiert und zur Bekämpfung von Bandenkriminalität Masseninhaftierungen durchführt.⁵ Hier werden, laut Berichten, auch Unschuldige festgenommen, um Quoten zu erfüllen. Zahlreiche Gefangene wurden gefoltert und ermordet.⁶

Die hohen Lebenserhaltungskosten führt Flávio Bolsonaro auf die Wirtschaftspolitik der PT zurück und seinen Kontakt zu den USA begründet er mit Verhandlungen zur Milderung von hohen Zöllen. Um die Wirtschaftslage zu verbessern, plant er Kürzungen in Einkommenstransferprogrammen wie „Bolsa Familia“ und setzt auf „wirtschaftliche Emanzipation“, also eine Deregulierung, von Unternehmen.⁷

1.3 Was diese Wahl ausmacht

Wie mehrere Medien und Politikwissenschaftler*innen berichten, geht es bei der Präsidentschaftswahl 2026 nicht nur darum, welche Person als Staatsoberhaupt des demokratischen Landes fungiert. Es geht auch darum, demokratische Werte an sich zu erhalten.⁸

Flávio Bolsonaro wurde beim Parteitag am 25. Juli vom argentinischen Präsidenten Javier Milei und vom israelischen Regierungschef Benjamin Netanjahu gestützt. Außerdem gab es ein KI-generiertes Video seines Vaters, des Ex-Präsidenten Jair Bolsonaro, der wegen eines Putschversuchs inhaftiert wurde. Flávio verfolgt offiziell die Mission seines Vaters weiter, der, als er seine Wahlniederlage nicht akzeptierte, bereits versucht hat, das demokratische System gewaltsam zu umgehen. Flávio zweifelt zudem Entscheidungen des Obersten Gerichts STF (Supremo Tribunal Federal) an – unter anderem die Entscheidung, seinen Vater zu inhaftieren.

⁴ <https://www.brasildefato.com.br/2026/08/02/com-campanha-avermelhada-presidente-da-tom-para-corrída-de-2026-agora-e-o-lula-porreta/>

⁵ https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/reuters/2026/06/25/direita-brasileira-aposta-no-modelo-bukele-para-atrair-eleitores-cansados-da-violencia.htm?iap=true&uol_app=&utm_source=chatgpt.com

⁶ <https://www.n-tv.de/politik/Bukeles-harte-Hand-lenkt-toedliche-Gefaengnishoelle-article24159982.html>

⁷ <https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2026/como-lula-e-flavio-bolsonaro-se-posicionam-em-6-temas-centrais-da-corrída-presidencial/>

⁸ <https://red.org.br/noticias/brasil-2026-entre-dados-percepcoes-e-narrativas-como-se-decide-o-voto-em-um-pais-sob-tensao/>

Er und seine Anhänger*innen feinden Richter des Obersten Gerichts massiv an, allen voran Alexandre de Moraes.⁹ Noch dazu behauptete Bolsonaro im Juli 2026 vor Diplomaten, Brasiliens elektronische Wahlmaschinen hätten einen Zusammenhang mit der venezolanischen Firma Smartmatic, womit er Zweifel an der Integrität des brasilianischen Wahlsystems geschürt hat. Besonders die Anfeindungen gegenüber dem STF und die Zweifel am Wahlsystem gelten als Anzeichen für eine gefährdete Demokratie. Auch Flávios Anlehnung an Bukele ist ein Indiz hierfür.¹⁰

Die demokratischen Institutionen Brasiliens haben sich in der letzten Zeit wiederholt gegen Angriffe durchgesetzt. Dennoch hat der „Bolsonarismus“ in der brasilianischen Bevölkerung Fuß gefasst und die Unzufriedenheit im Land, auch mit der aktuellen Regierung, ist groß. Lula hat zwar eine überzeugte Stamm-Wähler*innenschaft, jedoch sind viele Leute unzufrieden: Während die Arbeitslosigkeit und die Armut in Brasilien zurückgehen, steigen die Lebenserhaltungskosten, soziale Ungleichheit und Verschuldung. Ein Paradox zeigt sich beim Thema Gewalt: Laut Studien nimmt diese ab, während das Gefühl von Unsicherheit hoch bleibt.¹¹

Die wachsende Zustimmung von rechtsextremer Politik reiht sich in die Entwicklungen anderer Länder Lateinamerikas ein: Zuletzt gewann De la Espriella in Kolumbien knapp die Präsidentschaftswahlen, zuvor Fujimori in Peru, Kast in Chile, Noboa in Ecuador, Milei in Argentinien und Bukele in El Salvador im Jahr 2019. Allen voran steht Jair Bolsonaro in Brasilien im Jahr 2018. Auch wenn nicht alle die gleichen Konzepte verfolgen, zeigen sich deutliche Gemeinsamkeiten: Alle genannten Politiker*innen stehen Trump nahe und setzen sich für eine harte Bekämpfung von organisierter Kriminalität, inklusive einer Stärkung von Militär und Polizei, ein. Sie wollen die staatliche Autorität stärken, „Ordnung“ und Kontrolle durchsetzen und illegale Migration begrenzen. Die Bekämpfung von Kriminalität an sich ist kein rechtsextremes Projekt, doch steht sie hier immer in Zusammenhang mit der erheblichen Einschränkung von Grundrechten.¹²

Bukele in El Salvador ist ein bezeichnendes Beispiel: Er unterdrückt Kritiker*innen und hat es durch die Unterstützung seitens regierungstreuer Verfassungsrichter geschafft, seine Amtszeit auf weitere fünf Jahre zu verlängern – wobei in El Salvador eigentlich keine zweite Amtszeit möglich ist.¹³ Er selbst nennt sich „Der coolste Diktator der Welt“.¹⁴

Wenn auch rechte Politiker*innen wie Tarcísio de Freitas Flávio im Punkt der Sicherheitspolitik zustimmen, gab und gibt es um Flávio als Präsidentschaftskandidaten auch im rechten Spektrum Zweifel. Er erreicht nicht dieselbe Zustimmung, wie sein Vater und fiel durch

⁹ https://www.reuters.com/business/media-telecom/flavio-bolsonaro-launches-brazil-presidential-campaign-touts-support-milei-2026-07-25/?utm_source=chatgpt.com

¹⁰ https://www.riotimesonline.com/flavio-bolsonaro-links-brazils-voting-machines-to-venezuela/?utm_source=chatgpt.com

¹¹ <https://www.vottus.com/eleicoes-2026.html>

¹² <https://www.youtube.com/watch?v=-XH64q8XqME>

¹³ <https://www.tagesschau.de/ausland/amerika/el-salvador-wahl-104.html>

¹⁴ <https://www.ipg-journal.de/regionen/lateinamerika/artikel/jung-brutal-erfolgreich-6713/>

verschiedene Skandale bereits auf. Auch die evangelikalen Kirchen unterstützen Flávio nicht, wie sie es bei seinem Vater getan haben. Jair Bolsonaro wurde im Wahlkampf 2018 von einflussreichen evangelikalen Pastoren als von Gott gesandter Politiker dargestellt, doch trotz mehrerer evangelikalen Taufen bekommt Flávio nicht die gewünschte Zustimmung.¹⁵ Brasiliens Rechte ist also stark – der Präsidentschaftskandidat jedoch nicht der beliebteste.

Außer dem Rechtsruck in Lateinamerika und der gefährdeten demokratischen Werte gibt es eine weitere Besonderheit im Wahlkampf 2026, denn es ist die erste Wahl, seit KI-Programme öffentlich zugänglich sind und in digitalen Plattformen eingesetzt werden. Die sowieso schon mächtige Medienlandschaft Brasiliens könnte hierdurch eine noch größere Bedeutung im Wahlkampf bekommen.

2. Die Rolle der Medien im politischen Diskurs

Eine Analyse des Journalisten Benedito César von Brasil de Fato ergibt, dass das Wahlverhalten Brasiliens zunehmend von Wahrnehmungen, Werten und Narrativen in der Gesellschaft geprägt ist, welche in der Medienlandschaft zirkulieren. Er stellt fest: „Der politische Wettstreit wird zu einem Wettstreit um die Interpretation der Realität.“ Auch Studien zeigen, dass Fakten und Daten selten die Grundlage der Meinungsbildung sind. Eine viel größere Rolle spielen die Medien – seien es Radio, Fernsehen oder soziale Medien.

Aus dieser Perspektive wird ein Blick auf die Medienmacher*innen und Mediennutzung Brasiliens notwendig, um das Wahlverhalten besser zu verstehen.

2.1 Medienarten, Reichweite und Eigentum

Den größten Einfluss in Brasilien haben große nationale Medienkonzerne wie Globo, Recordo und Band. Sie erreichen mehr als 50 Prozent der gesamten Konsument*innen, haben Einfluss in Politik und Wirtschaft und geben die nationale Agenda des öffentlichen Diskurses vor. Historisch betrachtet fällt auf, dass diese zwar nicht einheitlich berichten, die redaktionellen Ausrichtungen sich jedoch überwiegend zwischen der Mitte und der Mitte-Rechts-Politik befinden. Dies zeigt eine Analyse der UERJ (Grupo de Pesquisa Comunicacao Eleitoral, Partidarizacao e Democracia) von 2022, die außerdem feststellt: Die großen Medien berichteten deutlich häufiger und kritischer über Korruptionsfälle der Linken (Lava Jato und Mensalão), als über kritisch zu betrachtende rechte Politik, wie die Verbindung der Bolsonaro-Familie zu Milizen oder die Rachadinhas – Vorwürfe, wonach Politiker*innen einen Teil der Gehälter ihrer Mitarbeiter*innen zurückfordern und für eigene Zwecke verwenden. Diese Art der Berichterstattung prägt den öffentlichen Diskurs und die Wahrnehmung struktureller Probleme der Wähler*innen.

Wenn man sich anschaut, wem die großen Medienkonzerne gehören, ergibt ihre Ausrichtung Sinn. Das Projekt „Donos da Midia“ fand heraus, dass hunderte Radio- und Fernsehsender mit

¹⁵ <https://apublica.org/2026/07/por-que-imagem-bolsonaro-evangelicos-nao-cola-flavio-bolsonaro/>

Politiker*innen oder deren Familien in Verbindung stehen. Demnach sind mehr als 270 Politiker*innen Gesellschafter oder Geschäftsführer*innen von Rundfunkunternehmen.

Nach den nationalen Medienkonzernen haben regionale Radio- und Fernsehsender sowie Zeitungen den meisten Einfluss. Prägnant ist in dieser Gruppe, dass die lokale und regionale Vergabe von Sendelizenzen direkt in Zusammenhang mit Politiker*innen steht. Auch die Eigentumsverhältnisse an regionalen Sendern von Politiker*innen sind besonders hoch. Zwischen 25 und 40 Prozent der lokalen Radio- und Fernsehsender unterhalten direkte oder indirekte Verbindungen zu politischen Akteur*innen, zeigt die Untersuchung. Dennoch ist es nicht einfach, diese Eigentumsverhältnisse zu durchdringen, da familiäre Netzwerke, zwischengeschaltete Unternehmen und politische Bündnisse die Verbindungen verschleiern.

Die Linke ist im direkten Medienbesitz brasilienweit deutlich weniger vertreten, als das Mitte- bis Rechtsspektrum, insbesondere in ländlichen Gegenden.

2.2 Soziale Medien im Fokus

Die dritte Einflussgruppe der Medien im öffentlichen Diskurs sind die digitalen Sozialen Medien - auch sie haben eine entscheidende Rolle in der politischen Kommunikation. Brasilien gehört zu den Ländern mit der höchsten Nutzung digitaler Plattformen weltweit: 83,5 Prozent der Erwachsenen nutzen soziale Netzwerke. Auch die Nutzungsintensität ist auffallend hoch: Durchschnittlich verbringen Brasilianer*innen im Jahr 2025 neun Stunden pro Tag im Internet. Dabei geben 60 bis 70 Prozent der Konsument*innen an, dass es ihnen schwerfällt, Falschnachrichten zu erkennen und nur ca. 46 Prozent vertrauen den Medien als Informationsquelle. Die Inhalte, die sich verbreiten sind kurz, emotional intensiv und leicht teilbar gestaltet.

Auf digitalen Plattformen sind klassische Medienkonzerne präsent, doch Influencer*innen haben über die Jahre an Einfluss gewonnen. Sie verbreiten Informationen außerhalb eines traditionellen journalistischen Standards und beeinflussen die Meinungsbildung. Es bilden sich hier geschlossene Netzwerke, in denen automatisierte Informationen und organisierte Desinformationen verbreitet werden.

Die Verbreitung von Desinformation wird durch den Einsatz von künstlicher Intelligenz beschleunigt und erleichtert. Bisher gab es keine wirksame Regulierung, einerseits weil sich die Informationsverbreitung in geschlossenen Netzwerken und Systemen befindet und andererseits, weil die Inhalte von Eigentümer*innen der Plattformen nicht kritisch betrachtet werden.

Whatsapp, Youtube, Instagram und TikTok sind die am häufigsten genutzten Apps Brasiliens. Dahinter stehen Megakonzerne wie u.a. Meta, Alphabet und ByteDance aus den USA und China. Die jeweiligen CEOs stehen alle Donald Trump nahe, der in Brasilien und weltweit mit rechten Parteien, Politiker*innen und öffentlichkeitswirksamen Personen zusammenarbeitet. In den Sozialen Medien hat die Rechte den größten Vorsprung und wendet bewährte Strategien an, um Wähler*innen zu erreichen.

2.3 Religiöse Netzwerke

Entscheidend in der Meinungsbildung Brasiliens ist auch der Einfluss religiöser Medien. Dieser ist nicht nur in allen Medien vertreten, sondern verknüpft diese miteinander. Katholische und vor allem evangelikale Netzwerke sind im Alltag breiter Bevölkerungsschichten durch Kommunikationssysteme verankert. Es gibt in Brasilien ca. 500 Radio- und 200 Fernsehsender mit religiösen Inhalten und auch die Präsenz religiöser Organisationen in digitalen Plattformen nimmt zu. Erhebungen zufolge enthalten ca. 21 Prozent des öffentlichen Fernsehens direkte oder indirekte religiöse Inhalte.

Je nach Konfession unterscheiden sich die Strategien: Evangelikale Medien verbreiten sich dezentralisiert, haben jedoch eine starke lokale Verankerung und eine hohe Mobilisierungsfähigkeit. Hier verknüpfen sich Medien und Präsenznetzwerke. Beispiele für evangelikale Radio- und Fernsehsender sind „Rede Aleluja“ oder „Rede Novo Tempo“. In katholischen Medien treibt die Katholische Charismatische Erneuerung (RCC) eine Neuausrichtung voran und verbindet Fernsehen, Radio, digitale Plattformen und groß angelegte Präsenzveranstaltungen miteinander. Die Neuausrichtung zeichnet sich durch eine dynamische, emotionale Kommunikation aus und nähert sich damit evangelikaler Strategien zur Identitätsbildung an.

Die religiösen Medien haben also gemeinsam, dass sie nicht nur informieren und religiöse Inhalte verbreiten, sondern ihre Interpretationen von Realität strukturiert mit dem Alltagsleben der Menschen verknüpfen. Sie schaffen ein Zugehörigkeitsgefühl und beeinflussen die Wertebildung und Moral, mit Fokus auf Themen wie Familie und sozialer Ordnung. Damit prägen religiöse Medien die Wahrnehmung und lenken Standpunkte. Letztlich haben sie also einen enormen Einfluss auf politische Meinungsbildung und auf den Wahlkampf.¹⁶

2.4 Wahlkampf mit KI

Neben den verschiedenen Einfluss- und Interessensgruppen sticht im Hinblick auf Wahlkampfmethoden der Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) in Brasilien heraus. Anhand von KI kann neuerdings jede Person mit einem Endgerät und Internet professionelle digitale Inhalte erstellen – und das verändert die Grundvoraussetzungen im Wahlkampf.

Am Beispiel des Profils der „Dona Maria“ kann das Ausmaß der veränderten Bedingungen ganz gut erfasst werden: Dona Maria ist eine KI-generierte Schwarze Brasilianerin, die sich in Videos über die politischen Zustände in Brasilien auslässt. Sie nutzt auffallend viele Schimpfwörter, ist wütend und erreicht unzählige Instagram-Nutzer*innen. Erschaffen wurde sie von Daniel Cristiano dos Santos, einem Fahrdienst-Lieferanten aus Rio de Janeiro, der angibt, mit dem Profil sein Gehalt aufzubessern.

Das Profil wurde im Juni 2025 eröffnet und hat eine ähnliche Interaktions-Reichweite wie erfahrene Politiker*innen wie Fernando Haddad oder Präsidentschaftskandidat Ronaldo

¹⁶ <https://red.org.br/noticias/midia-desinformacao-e-poder-quem-define-o-que-e-a-realidade-no-brasil-de-2026/>

Caiado. Mindestens 12 Videos der Seite verzeichneten in weniger als einem Jahr mehr als Eine Million Aufrufe. Die Inhalte bestehen überwiegend aus wütender Kritik an Lula und den TSE-Richter*innen, was auch Santos' Haltung widerspiegelt.

Santos erstellt die Videos mithilfe von ChatGPT und Gemini. ChatGPT erstellt die Texte, die beschreiben, wie das Video erstellt werden soll und Gemini kreiert das Video. Die Plattform Flow unterstützt dabei, gewöhnliche KI-Fehler zu vermeiden, sodass das Video kaum von einem „echten“ zu unterschieden ist.¹⁷

In einem anderen Fall wurden auf 28 Facebook-Seiten über KI-generierte Videos gezielt Falschnachrichten über Lula, Jair und Flávio Bolsonaro verbreitet, um durch die Klicks Einkommen zu generieren. Eine Recherche der Agência Publica fand heraus, dass es sich dabei um mindestens eine Person aus Sri Lanka handelte – es ging hier also nicht um Meinungsbildung oder brasilianische Politik. Facebook-Inhaber Meta stellte lediglich eine attraktive Einkommensmöglichkeit zur Verfügung.¹⁸

Hier zeigt sich eine bedeutende Veränderung zu Zeiten, in denen KI nicht entwickelt oder frei Verfügbar war: Die Kosten, welcher eine solche Videoerstellung ohne KI benötigt, liegen bei Millionen von Real. Der Betreiber des „Dona Maria“-Profils hingegen zahlt pro Video ca. 20 Real. In anderen, weniger professionalisierten Fällen, ist die Videoerstellung sogar kostenlos. Das macht vor allem für kleinere Wahlkampfteams einen enormen Unterschied.

Laut João Victor Archegas, Forscher am Institut für Technologie und Gesellschaft in Rio (ITS Rio), ist ein herausstechendes Problem der emotionale Bezug, den die Nutzer*innen zur KI-Persona aufbauen. Auch wenn ihnen bewusst ist, dass es sich nicht um eine reale Person handelt und sie die Videos kritisch betrachten, erreicht sie die Emotion der Videos und prägt ihre politische Haltung. Die Negativ-Strategie im Fall der „Dona Maria“, baut Wut und Unzufriedenheit auf, wofür Menschen generell empfänglich sind – und die oftmals durchaus nachvollziehbar ist. Santos benennt u.a. gestiegene Lebenserhaltungskosten, die bei niedrigen Löhnen eine große Belastung darstellen. Die wütenden Videos von Profilen wie Dona Maria könnten laut Expert*innen eine direkte Auswirkung auf Wahlentscheidungen haben.

Der Politikwissenschaftler Hilton Fernandes berichtet in der BBC: „Negativkampagnen funktionieren. Angriffe ziehen die Aufmerksamkeit auf sich, Hass spornt die Menschen zum Handeln an. Viele Leute sagen, sie wollen, dass die PT abgewählt wird, egal wer der Kandidat ist. Und das hat mit diesem Gefühl des ‚Dagegenseins‘, der Opposition, zu tun.“¹⁹

Der jüngste Fall, der in Brasilien für Aufmerksamkeit gesorgt hat, ist das KI-generierte Video Jair Bolsonaros während des Parteitages der PL (Partido Liberal). Der Ex-Präsident spricht sich

¹⁷ <https://www.bbc.com/portuguese/articles/c7vq10lvv15o>

¹⁸ <https://apublica.org/2026/07/follow-the-money-quem-financia-os-criadores-de-desinformacao/>

¹⁹ <https://www.bbc.com/portuguese/articles/c7vq10lvv15o>

hier für die Kandidatur seines Sohnes Flávio aus. Daraufhin kam von verschiedenen Stellen die Aufforderung ans Wahlgericht, Richtlinien für die Nutzung von KI im Wahlkampf festzulegen.²⁰

2.5 Neue Verordnung zum digitalen Wahlkampf

Das Oberste Wahlgericht TSE veröffentlichte am 4. August eine neue Verordnung zum digitalen Wahlkampf, also der Nutzung von KI und Sozialen Medien im Wahlkampf 2026.²¹ Die Regelungen zielen nach eigenen Angaben nicht nur darauf ab, den verantwortungsvollen Einsatz von KI in Wahlkampagnen zu ermöglichen. Es sollen dabei auch technologische Innovationen in Einklang mit Mechanismen zum Schutz der Integrität des demokratischen Prozesses gebracht werden.²²

Weiterhin erlaubt ist der KI-Einsatz bei der Erstellung von Werbematerialien, Illustrationen, Untertiteln, bei der Videobearbeitung, der Übersetzung von Inhalten und der Informationsbeschaffung. Dabei muss in der Kampagne klar und deutlich auf die Nutzung von KI hingewiesen werden.

Eine Ausnahme gilt in den 72 Stunden vor und den 24 Stunden nach den Wahlen. In diesem Zeitraum sind die Veröffentlichung, Wiederveröffentlichung oder das Hervorheben neuer, durch künstliche Intelligenz erzeugter synthetischer Inhalte verboten.

Zudem verboten sind Deepfakes, die Kandidaturen begünstigen oder benachteiligen, zum Beispiel durch Angriffe und Täuschung der Wähler*innen. Als „Deepfakes“ werden Bild-, Video- oder Tonaufnahmen bezeichnet, die anhand KI generiert wurden und so echt wirken, dass man kaum bemerkt, dass es sich um Fälschungen handelt – wie im Falle der „Dona Maria“ oder des Videos von Jair Bolsonaro beim PL-Parteitag.²³

Insgesamt dürfen die KI-Inhalte im Rahmen der Wahl keine Desinformationen verbreiten, keine Gespräche mit Kandidat*innen oder realen Personen simulieren, keine sexuellen Inhalte enthalten und die Integrität des demokratischen Prozesses nicht stören. Hinzu kommt, dass KI-Plattformen auch auf Nachfrage keine Wahlempfehlungen geben dürfen.²⁴

Auch für digitale Influencer*innen in Sozialen Medien gibt es neue Regeln. Sie dürfen sich zwar privat und spontan zu den Wahlen äußern, aber keine offizielle Wahlwerbung betreiben, oder in irgendeiner Art finanzielle Vorteile dafür erhalten. Der Beschluss verbietet „die Vergabe von Aufträgen jeglicher Art, auch wenn dabei Wettbewerbs-, Ranglisten- oder Prämienmechanismen zum Einsatz kommen, die natürlichen oder juristischen Personen direkt

²⁰ <https://cbn.globo.com/coberturas/eleicoes-2026/noticia/2026/08/03/tse-lanca-cartilha-sobre-uso-de-inteligencia-artificial-nas-eleicoes-de-2026.ghtml>

²¹ <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2026/noticia/2026/03/04/tse-divulga-texto-final-das-regras-de-2026.ghtml>

²² <https://www.aplateia.com.br/2026/08/tse-regulamenta-uso-da-inteligencia-artificial-nas-eleicoes-de-2026/>

²³ <https://www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/werkstatt/542670/deepfakes-wenn-man-angen-und-ohren-nicht-mehr-trauen-kann/>

²⁴ <https://cbn.globo.com/coberturas/eleicoes-2026/noticia/2026/08/03/tse-lanca-cartilha-sobre-uso-de-inteligencia-artificial-nas-eleicoes-de-2026.ghtml>

oder indirekt einen wirtschaftlichen Vorteil verschaffen, damit diese auf ihren Profilen Beiträge politischer oder wahlbezogener Art veröffentlichen“.²⁵

Die neuen TSE-Regelungen umfassen auch Vorkehrungen, welche für ihre Umsetzung und Kontrolle sorgen sollen: Richter*innen können eine Beweislastumkehr im Verfahren um KI einsetzen – das heißt, nicht das Gericht muss die Schuld beweisen, sondern der*die Angeklagte muss technisch nachweisen, dass kein Betrug vorliegt. Gerichte können außerdem Universitäten zur Unterstützung bei digitalen Gutachten einspannen, um ihre Kapazitäten zu erweitern.

Auch Unternehmen müssen jetzt mitwirken: Das Gericht hat Partnerschaften mit digitalen Plattformen, Unternehmen aus dem Bereich der künstlichen Intelligenz und Faktenprüfungsagenturen geschlossen. Hierzu gehören Meta, Google, TikTok, Telegram, Kwai, X, LinkedIn, OpenAI, Anthropic und ElevenLabs sowie auf die Überprüfung von Informationen spezialisierte Organisationen wie AFP, Fato ou Fake, Lupa, Aos Fatos, Boatos.org, Comprova, E-Farsas, Estadão Verifica und UOL Confere.²⁶

Das TSE verlangt von ihnen sogenannte „Compliance-Pläne“, die detailliert über die Fehler und Erfolge der Maßnahmen zur Schadensbegrenzung während des Wahlkampfs berichten. Zudem müssen sie bestimmte Inhalte schneller entfernen, wie z.B. Falschinformationen über die Sicherheit des elektronischen Wahlsystems, Aufrufe gegen die demokratische Ordnung und Inhalte politischer Gewalt gegen Frauen. Eine gerichtliche Anordnung ist dafür teilweise nicht mehr erforderlich.

Die TSE-Regelungen vom 4. August sind also stark darauf ausgelegt, die demokratische Grundordnung zu schützen. Dennoch sehen Expert*innen die praktische Umsetzung kritisch. Dem Wahlrechtsexperten Fabiano Garrido vom Institut „Democracia em Xequê“ fehlt ein „qualifiziertes und reaktionsschnelles Überwachungsnetzwerk“, im Hinblick auf die Geschwindigkeit und Komplexität des digitalen Ökosystems.²⁷ Andere warnen zudem davor, dass das TSE außerhalb Brasiliens kaum Wirkungsmacht hat – man bedenke hier den Fall der 28 Facebookseiten, die unter anderem aus Sri Lanka gesteuert wurden.

Zusammenfassend deutet alles darauf hin, dass die Rechte in Brasilien, was die Medien angeht, effektive, neuere Strategien anwendet, welche großen Einfluss auf die Wahlen haben könnten. Zuzüglich zu den Medienstrategien braucht es jedoch auch politische Vertreter*innen, die gewählt werden. Hier hat der Vertreter der Rechten Flávio Bolsonaro, aktuell seine Schwierigkeiten, wohingegen Lula da Silva eine breite Unterstützer*innenschaft hinter sich hat. Ob die Regelungen des Obersten Wahlgerichts umzusetzen sind, wird sich im Wahlkampf ab dem 16. August zeigen.

²⁵ <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2026/noticia/2026/04/25/ia-influenciadores-posts-nas-redes-o-que-diz-a-lei-sobre-campanha-eleitoral.ghtml>

²⁶ <https://www.aplateia.com.br/2026/08/tse-regulamenta-uso-da-inteligencia-artificial-nas-eleicoes-de-2026/>

²⁷ <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2026/noticia/2026/03/04/tse-divulga-texto-final-das-regras-de-2026.ghtml>

3. Termine

- **03. bis 12. September 2026**
26. internationales Literaturfestival Berlin

Autor*innen aus Argentinien, Brasilien und Chile lesen und diskutieren

Ort: Haus der Berliner Festspiele, Schaperstraße 24, 10719 Berlin

Webseite: <https://calendar.boell.de/de/event/internationales-literaturfestival-berlin-mit-gaesten-aus-lateinamerika-0>

- **13. September von 14:00 bis 19:00 Uhr**
Stimmen aus dem Regenwald - Erfahrungen, Impressionen, Podiumsdiskussion

Rettet den Regenwald: Während unserer Konferenz „Stimmen aus dem Regenwald“ erwarten Sie ein Weltcafé, Kultur, Präsentation und eine Podiums-Diskussion. Indigene, Aktivist:innen und Forschende berichten aus erster Hand.

Ort: SPORE Haus, Hermannstraße 86, Berlin

Webseite: <https://www.regenwald.org/news/15706/regenwald-retten-den-stimmen-indigener-gewicht-geben>

- **13. bis 15. November 2026**
Runder Tisch Brasilien 2026: Brasilien nach der Wahl - Wer gestaltet die Zukunft?

Die Wahlen im Oktober 2026 markieren einen entscheidenden Moment für Brasilien und werfen Fragen nach politischen und sozialen Entwicklungen sowie der Zukunft von Demokratie, Menschenrechten, Klimagerechtigkeit und internationaler Solidarität auf. Gemeinsam mit Gästen aus Brasilien werden unterschiedliche Perspektiven zusammengebracht, um mögliche Wege und Herausforderungen nach den Wahlen zu diskutieren.

Ort: Stiftung »Europäische Jugendbildungs- und Jugendbegegnungsstätte Weimar«, Jenaer Straße 2–4, 99425 Weimar

Webseite: <https://www.kooperation-brasilien.org/de/veranstaltungen/runder-tisch-brasilien/rtb-2026-brasilien-nach-der-wahl-wer-gestaltet-die-zukunft>