

Integridade eleitoral e as falhas na governança das plataformas digitais



Laboratório de
Estudos de Internet
e Redes Sociais



UFRJ

UNIVERSIDADE FEDERAL
DO RIO DE JANEIRO

O **NetLab UFRJ** é um laboratório de pesquisa vinculado à Universidade Federal do Rio de Janeiro dedicado ao estudo dos impactos das plataformas digitais na sociedade.

Com uma abordagem interdisciplinar que combina métodos computacionais e qualitativos de análise de dados, o laboratório investiga a influência da tecnologia na formação da opinião pública.

As pesquisas do **NetLab UFRJ** fornecem evidências empíricas que subsidiam políticas públicas e o debate público pela integridade informacional, contribuindo para o fortalecimento da democracia, dos direitos digitais e da transparência no ambiente online.



Falhas na governança das plataformas de redes sociais

- Publicidade fraudulenta e irregular
- Moderação de conteúdo opaca
- Manipulação da recomendação de conteúdos
- Acesso insuficiente a dados

Publicidade fraudulenta e irregular



Proibir anúncios políticos **não garante** que eles não serão veiculados

Em resposta à Resolução n.º 23.732/2024 do Tribunal Superior Eleitoral, plataformas proibiram a veiculação de anúncios político-eleitorais no país, se eximindo da necessidade de disponibilizarem um repositório público para dados de anúncios, **mas sem efetividade.**

FONTE:

Google Diminui Transparência de Anúncios Políticos no Brasil e Desobedece Resolução do TSE ([NetLab UFRJ, 2024](#))

Anúncios políticos no LinkedIn durante as Eleições Municipais de 2024: entre a proibição declarada e a realidade praticada ([NetLab UFRJ, 2025](#))

'Faturar um Milhão é Fácil': Publicidade Política no TikTok e o Desequilíbrio da Disputa Eleitoral em 2024 ([NetLab UFRJ, 2025](#))



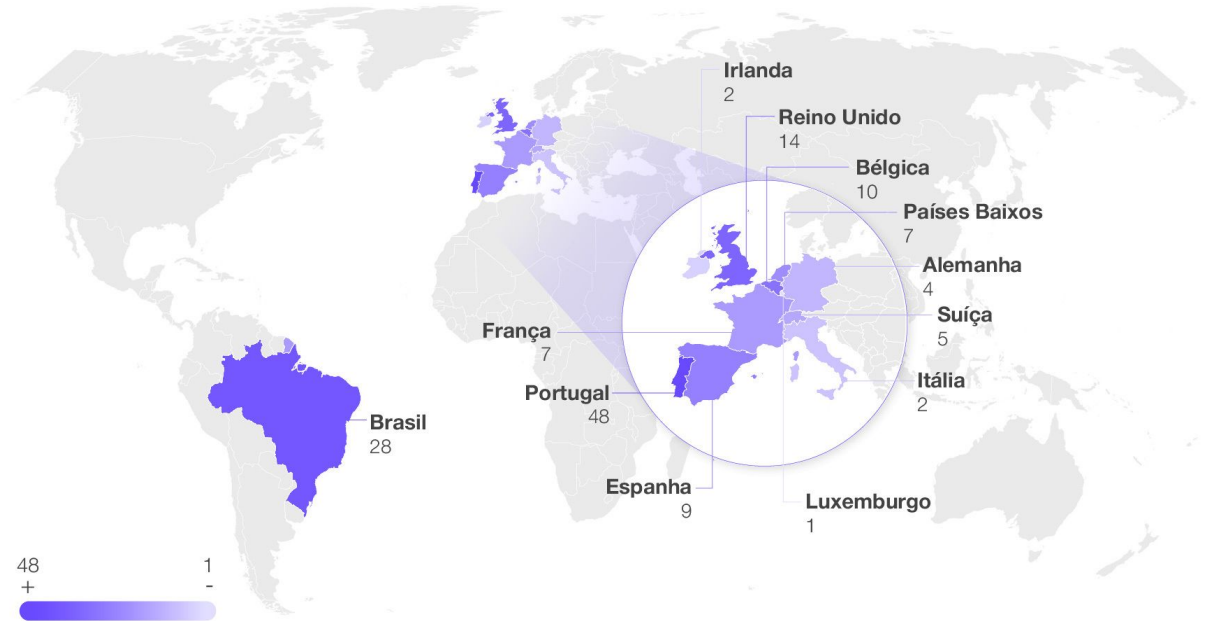
Mesmo após a proibição, identificamos anúncios político-eleitorais sendo veiculadas em plataformas como

TikTok, Google e LinkedIn,

mas sem mecanismos adequados de prestação de contas.

O impulsionamento de anúncios políticos à margem da legislação e das políticas das plataformas alimenta um **mercado paralelo de publicidade político-eleitoral** operado sem garantias de isonomia, transparência e respeito às normas locais, comprometendo a disputa ao negar iguais condições de expressão a todos os candidatos

Localização dos Usuários que Veicularam Anúncios Promovendo Candidato às Eleições Municipais de São Paulo de 2024 no TikTok



FONTE: 'Faturar um Milhão é Fácil': Publicidade Política no TikTok e o Desequilíbrio da Disputa Eleitoral em 2024 (NetLab UFRJ, 2025)

Em 2024, a Meta lucrou

**US\$ 16
bilhões**

com anúncios de golpes
e produtos ilegais em
todo o mundo



Documentos internos da Meta, revelados pela Reuters, indicam que a empresa sabe do uso de suas plataformas para anúncios fraudulentos, que responderiam por cerca de **10% de sua receita em 2024** e exporiam usuários a **15 bilhões de golpes por dia**.

FONTE: *Meta is earning a fortune on a deluge of fraudulent ads, documents show* ([Horwitz, 2025](#))

Plataformas lucram com *anúncios fraudulentos*

Entre 2023 e 2025, identificamos mais de:

14.135
anúncios
fraudulentos



570 páginas
e perfis
anunciantes



14,9 milhões
de impressões
nos anúncios*



R\$704,1 mil
investidos em
anúncios*



* Para 4.797 dos anúncios mapeados (38% da amostra), as plataformas não apresentaram dados sobre impressões e valor investido.

FONTE: *Atingidos Pelas Redes Sociais: os impactos da indústria da desinformação nos consumidores brasileiros* (NetLab UFRJ, 2025)



RESGATE SEU SALDO!

UOL news OPINIÃO

“LULA USA DIA DO TRABALHADOR PARA PAUTAR CPMI E PL 2630”

APÓS O PLACAR DA PL2630, O GOVERNO LIBEROU SAQUES DE ATÉ R\$6570,00 PARA TODOS OS BRASILEIROS...

VISA Hipercard etc Receita Federal

g1 NOTÍCIAS

Com o novo programa passagens de ida e volta saem por apenas R\$200

BORA BRASIL

NOVO PROGRAMA
MAIS DE 58MIL ACESSOS NO APLICATIVO EM MENOS DE 24HRs
GLOBO NEWS

APROVADA A MEDIDA QUE ESTÁ LIMPANDO O NOME DAS PESSOAS E DESTRAVANDO SCORE

90% DE DESCONTO

SILAS MALAFAIA CONTOU SOBRE SEU PROBLEMA DE PRÓSTATA!



ELE FALOU NO FIM DO VÍDEO SOBRE SOLUÇÃO PARA HPB!

PADRE MARCELO ROSSI REVELA SEGREDO!



QUE CUROU A SUA DEPRESSÃO E ANSIEDADE EM MESES

FALE AGORA COM UM ESPECIALISTA CHAMAR NO WHATSAPP

ENXERGUE COMO JOVEM NOVAMENTE!



SILAS MALAFAIA CONTOU SOBRE SEU PROBLEMA DE PRÓSTATA!

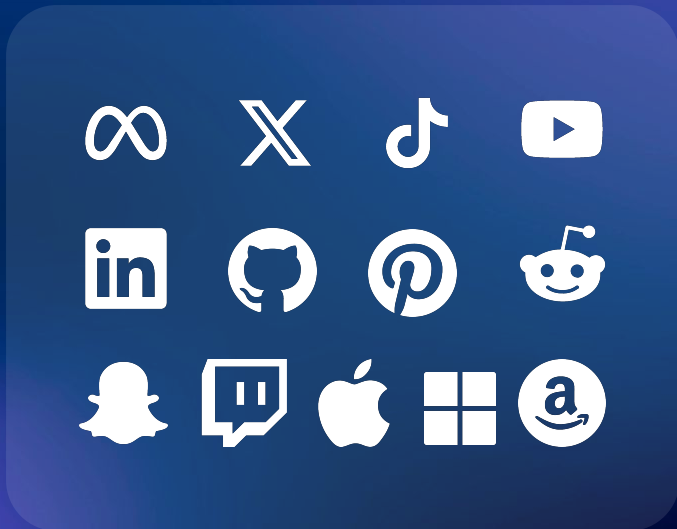
Moderação de conteúdo opaca



Plataformas não promovem uma **transparência significativa** da moderação de conteúdo

Mesmo sendo essencial para **identificar violações a direitos fundamentais** como **liberdade de expressão** e **privacidade**, as plataformas não contam com incentivos políticos, econômicos e, na maior parte do mundo, regulatórios para aumentar voluntariamente a transparência da moderação de conteúdo.

NENHUMA dessas 13 empresas de tecnologia atende a critérios básicos de **transparência na moderação de conteúdo**:



FONTE: *How transparent are transparency reports? Comparative analysis of transparency reporting across online platforms* (Urman & Makhortykh, 2023)

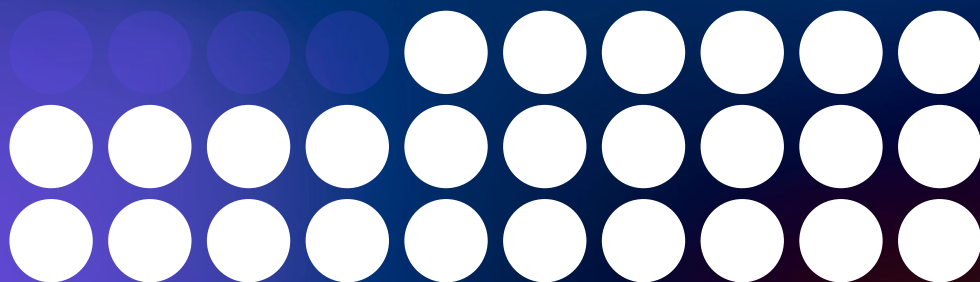
Plataformas *não moderam* anúncios fraudulentos e enganosos adequadamente

Mesmo quando esses anúncios são removidos depois, a plataforma **raramente torna o processo transparente**, já **lucrou com sua veiculação** e permitiu que conteúdos nocivos, tóxicos ou fraudulentos **atingissem seu público-alvo**.

FONTE: Anúncios com IA usam imagem de políticos brasileiros para aplicar golpes ([NetLab UFRJ, 2024](#))

A cada 100

anúncios fraudulentos com imagens de políticos manipuladas por inteligência artificial, a **Meta não removeu 26**



Manipulação da recomendação de conteúdos



Plataformas digitais recomendam notícias a partir de **escolhas opacas**

Plataformas controlam a visibilidade de veículos que aparecem na seção “notícias”, sem transparência, o que pode afetar a audiência e a monetização dos canais, além de contribuir para a **concorrência desleal** e o **jabá no jornalismo**.

YouTube não garante oportunidades iguais para veículos de notícias nas suas recomendações



54% das recomendações estão concentradas em 10 canais



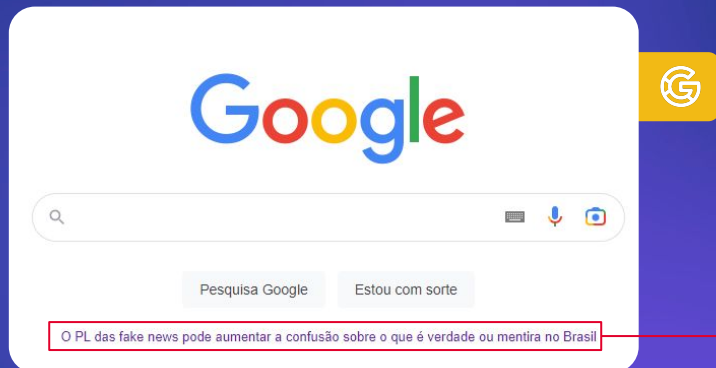
A CNN Brasil foi recomendada em 100% das aquisições



Em 37 dos 38 dias analisados (97%), a CNN Brasil foi o canal com mais recomendações

Plataformas instrumentalizam suas ferramentas para influenciar *debate regulatório*

Às vésperas da votação do PL 2630, as *Big Tech* promoveram anúncios em seus buscadores e plataformas que descumpriam suas políticas de transparência e de publicidade política, revelando uma violação institucional e coletiva de seus termos de uso.



Acesso insuficiente a dados



Cada vez mais restrito pelas plataformas, o acesso a seus dados é essencial para **fiscalizar sua atuação** e revelar como elas podem **distorcer e desequilibrar a vida pública**.

Apenas duas das 15 plataformas avaliadas no Índice de Transparência de Redes Sociais oferecem condições significativas de acesso a dados de conteúdos públicos para pesquisadores.

FONTE: Data Not Found: Transparência de redes sociais para a integridade da informação (NetLab UFRJ, 2026)

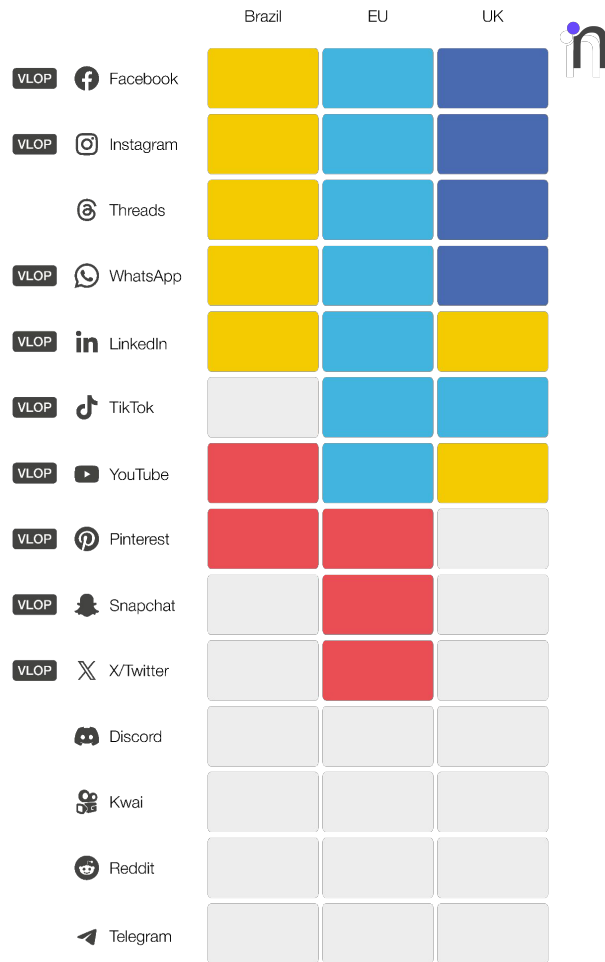
	Brazil	EU	UK
YouTube	Blue	Blue	Blue
	Blue	Blue	Blue
X/Twitter	Light Blue	Light Blue	Light Blue
	Light Blue	Light Blue	Light Blue
	Light Blue	Light Blue	Light Blue
TikTok	Grey	Yellow	Yellow
LinkedIn	Grey	Orange	Grey
Facebook	Red	Red	Red
Instagram	Red	Red	Red
	Grey	Grey	Grey
	Grey	Grey	Grey
Pinterest	Grey	Grey	Grey
Snapchat	Grey	Grey	Grey
	Grey	Grey	Grey
WhatsApp	Grey	Grey	Grey



Maior transparência e acesso a dados de publicidade são fundamentais para a **fiscalização adequada de anúncios** impulsionados em plataformas e para a **proteção dos consumidores**.

Nenhuma plataforma avaliada no Índice de Transparência de Redes Sociais oferece condições significativas de transparência e acesso a dados de anúncios globalmente.

FONTE: Data Not Found: Transparência de redes sociais para a integridade da informação (NetLab UFRJ, 2026)



A regulação das plataformas digitais é essencial para **garantir o respeito às leis locais e proteger os direitos fundamentais dos usuários.**

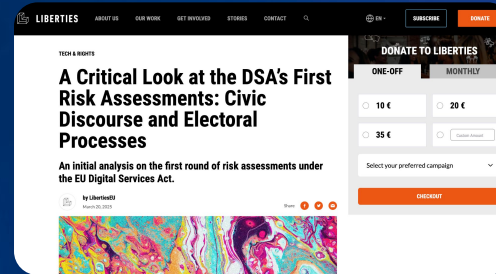
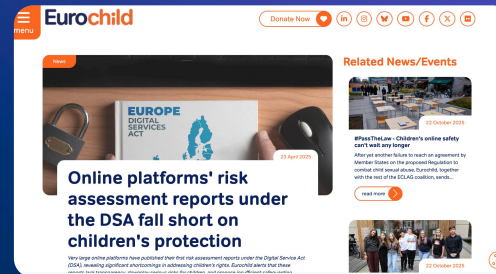
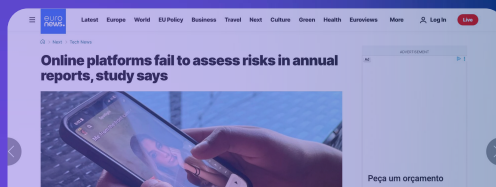
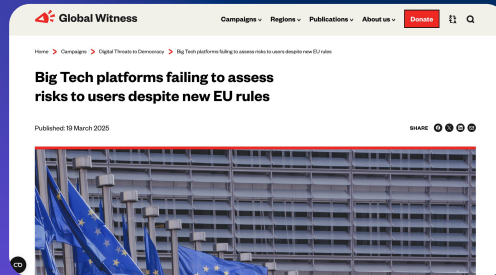
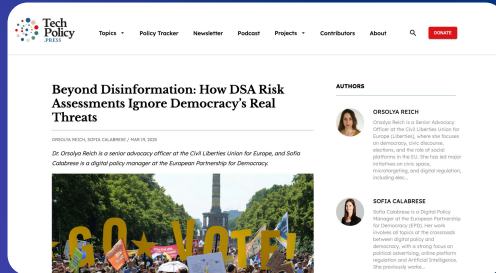
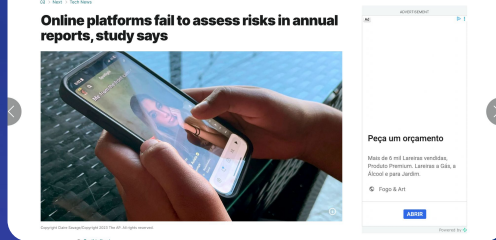
O que as regulações
em curso nos ensinam



Avaliação de riscos do DSA é falha

O Digital Services Act exige relatórios anuais sobre riscos sistêmicos de seus serviços, como sistemas de recomendação, mas a falta de definições claras permite que as plataformas determinem, em benefício próprio, o que constitui “risco sistêmico”.

FONTE: *Evaluating the First Systemic Risk and Audit Reports Under the Digital Services Act* (Jahangir, Ross, Jozwiak, Windwehr, 2025)

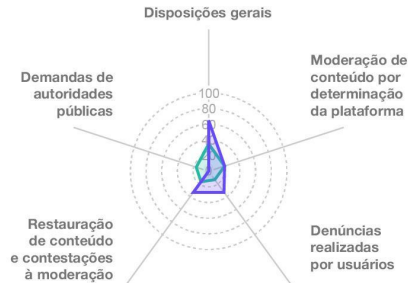


O DSA melhora, mas não corrige a **opacidade da moderação**

O DSA também estabeleceu regras para a publicação de relatórios de transparência de moderação de conteúdo, mas **o poder de decidir o que tornar público** segue nas mãos das próprias empresas.

Os relatórios de transparência das grandes plataformas continuam difíceis de comparar e não seguem padrões consistentes

YouTube



- União Europeia (DSA)
- Resto do mundo

FONTE: *Regulating Platform Opacity: Assessing Content Moderation Transparency Through Voluntary and DSA-Mandated Reports* (Mattos; Salles; Santini, 2025)

Meta



X/Twitter



Mesmo sob regulação, **plataformas moderam conteúdo** arbitrariamente

Plataformas argumentam que novas regulações podem levar a remoções indiscriminadas e à autocensura.

Na prática, a criação de marcos regulatórios **não reduz significativamente as interações dos usuários**, mas reforça o poder das plataformas de decidir o que permanece no ar e o que é removido.



Na União Europeia,
**99,8% das ações de
moderação seguem
fundamentadas nas
regras das plataformas**

e não em decisões de autoridades
públicas ou critérios legais.

FONTE: *Automated Transparency: A Legal and Empirical Analysis of the Digital Services Act Transparency Database* (Kaushal et al., 2024)

ECA Digital também é ameaçado por falta de transparência

Mesmo que a Lei nº 15.211/2025 represente um avanço importante para a proteção de crianças e adolescentes no ambiente online, permanecem desafios quanto à sua implementação prática, especialmente no que se refere aos mecanismos de **fiscalização**, **transparência** e **responsabilização** das plataformas digitais.

*" Não sabemos o que acontece dentro dos ambientes digitais, **não conseguimos responsabilizar empresas** que lucram com a exploração de crianças, adolescentes e outros grupos vulneráveis e continuamos assistindo à violação sistemática das próprias políticas internas das plataformas, sem conseqüências. Porque, **sem transparência, não há responsabilização possível**. E sem responsabilização, nenhuma lei, por melhor que seja, funciona.*

FONTE: Sem transparência, não há regulação que possa proteger nossas crianças ([Santini, 2025](#))

A integridade eleitoral só é possível com transparência, prestação de contas e responsabilização das plataformas digitais.

n

 www.netlab.eco.ufrj.br

 netlab@eco.ufrj.br