

CONTRIBUIÇÃO PARA AUDIÊNCIA PÚBLICA SOBRE PROPAGANDA ELEITORAL

Comissão de Constituição, Cidadania e Justiça do Senado

Alexandre Arns Gonzales (UnB)
aarnsgonzales@gmail.com

29 de abril de 2025, Brasília



PROPOSTA DE CONTRIBUIÇÃO

01

Estabelecer obrigações às plataformas digitais apresentarem **relatórios de suas ações** sobre contas e conteúdos ao longo do ano eleitoral

02

Estabelecer meios para que as instituições de pesquisa possam **auditar estes relatórios ou produzir avaliações próprias**



Entre resistência e concessão de transparência: as plataformas digitais colaboraram com as eleições?

Artigo Original

Revista de
Sociologia
e Política

DOI 10.1590/1678-98732432e018

Alexandre Arns Gonzales¹  ,
Marisa von Bülow¹  

¹Instituto de Ciência Política, Universidade de Brasília, Brasília, DF, Brasil.

Palavras-chave: integridade eleitoral, plataformas digitais, moderação de conteúdo, Tribunal Superior Eleitoral, eleições.

RESUMO Introdução: O artigo analisa o problema da opacidade na moderação de contas e conteúdos pelas empresas proprietárias de plataformas digitais e suas relações com as autoridades da justiça eleitoral brasileira em três ciclos eleitorais, abrangendo o período de 2018 a 2023. **Materiais e métodos:** Com base na análise de documentos da Meta, Google, YouTube, TikTok, Twitter, Spotify, Kwai e LinkedIn e de entrevistas com atores-chave (funcionários de algumas dessas plataformas e servidores da Justiça Eleitoral), a pesquisa propõe uma classificação das respostas das empresas às críticas e pressões das autoridades eleitorais a partir da diferenciação entre estratégias de resistência e de concessão. **Resultado:** Estratégias de resistência e concessão se complementam na governança contenciosa das plataformas digitais. A análise revela que as empresas oferecem transparência de forma progressiva e controlada, mas sem permitir um real escrutínio público. Os resultados destacam os limites e riscos da relação assimétrica entre empresas e autoridades eleitorais, reforçando a necessidade de regulação das plataformas digitais. **Discussão:** A pesquisa evidencia a importância de aprofundar o diagnóstico da assimetria entre plataformas digitais e autoridades, além de contribuir para propostas de regulamentação que promovam responsabilidade e transparência na moderação de contas e conteúdo.

Recebido em 8 de Maio de 2024. Aprovado em 16 de Agosto de 2024. Aceito em 29 de Agosto de 2024.

I. Introdução¹

¹ Agradecemos o trabalho dos(as) editores(as), aos comentários e sugestões dos(as) pareceristas anônimos(as) da Revista de Sociologia e Política. Agradecemos também à Marjorie Corrêa Marona (UFMG) e à Paloma Rocillo (IRIS) pelo apoio com os contatos para realização das entrevistas.

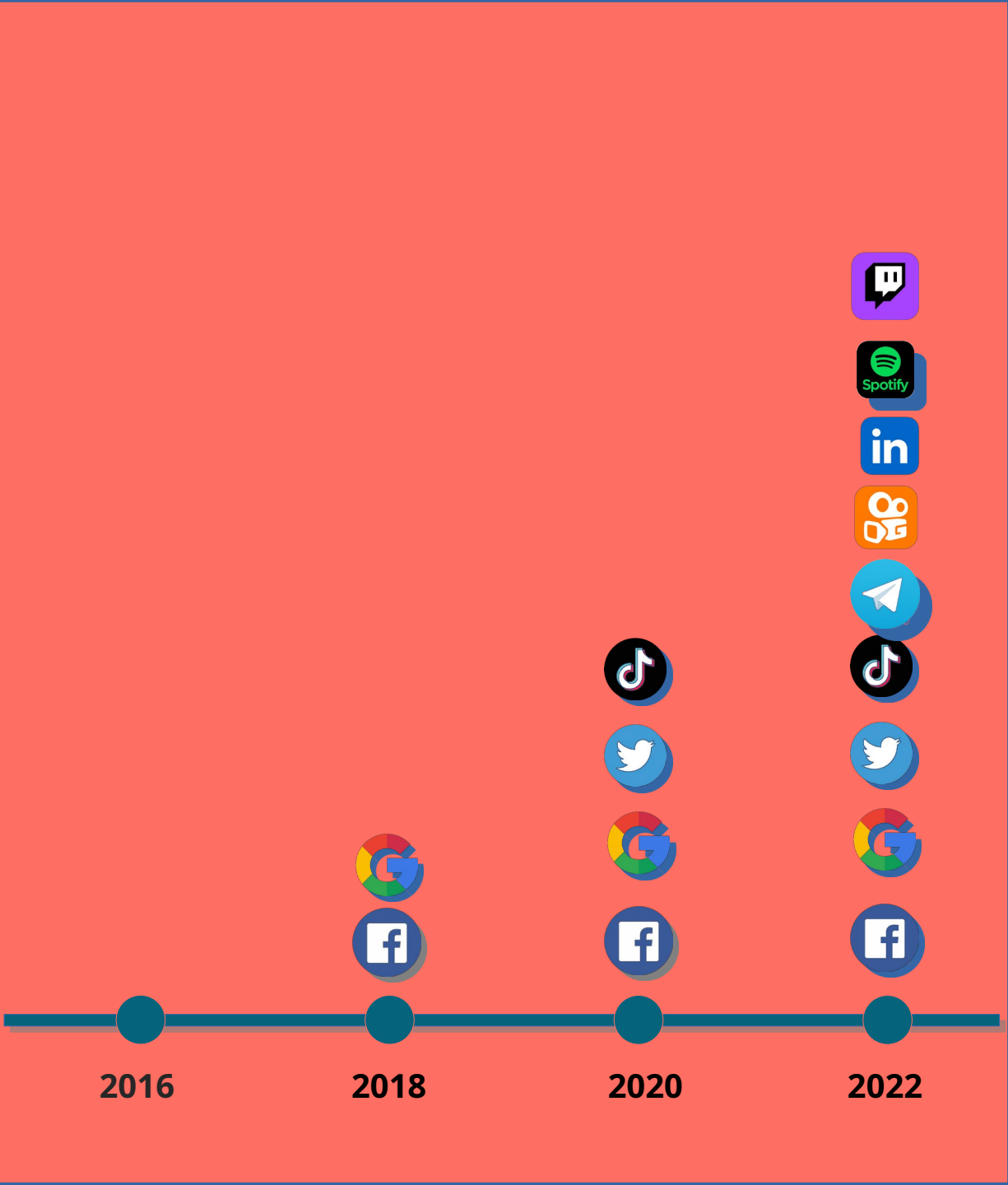
“O senhor acha que houve uma postura colaborativa das plataformas digitais?” perguntou uma repórter do jornal *Valor* na coletiva de imprensa chamada pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE), no dia 30 de outubro de 2022, após a proclamação do resultado das eleições brasileiras. A jornalista ainda complementou: “muitas [plataformas] criticaram o prazo que seria curto para cumprimento destas decisões [judiciais de retirada de conteúdo]” (TSE, 2022c, 9:46:10-9:46:23). O ministro Alexandre de Moraes, então presidente do TSE, respondeu que a relação com as empresas “foi ótima”, e ironizou: “acho que o prazo de 1 hora é até longo demais, porque em 15 minutos tudo estava retirado, ou seja, houve total colaboração” (TSE, 2022c, 9:46:23-9:46:33).

O papel das empresas proprietárias das plataformas digitais (daqui em diante, apenas “plataformas digitais” ou “plataformas”) durante processos eleitorais tem sido estudado desde os anos 1990, com foco analítico nos usos que os atores (eleitores, candidatos, campanhas e partidos políticos) fazem das ferramentas digitais. A partir de meados da década de 2010, no entanto, o impacto político das próprias plataformas tornou-se objeto de estudo e de debate público, no contexto mais amplo da discussão global sobre a necessidade de regular o funcionamento das gigantes da tecnologia. Evidência dessa transformação é a ampla literatura que tem se dedicado a analisar esse impacto, a partir de diferentes focos empíricos: as relações das empresas com as equipes de comunicação das campanhas eleitorais (por exemplo, Kreiss & McGregor, 2017) e

TRANSPARÊNCIA

Estabelecer meios de **transparência** é **criar instrumentos** para avaliar o a atuação das empresas de plataformas digitais

Fonte: Gonzales, Alexandre Arns; Von Bülow, Marisa. 2024. Entre resistência e concessão de transparência: as plataformas digitais colaboraram com as eleições?. *Revista de Sociologia e Política*, vol. 32. [dx.doi.org/10.1590/1678-98732432e018](https://doi.org/10.1590/1678-98732432e018)



Desde 2018 até o presente momento, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e um número cada vez maior de empresas de plataformas digitais têm cooperado e avançado no estabelecimento de alguns instrumentos de cooperação voltados às eleições

Em 2024 o **Google suspendeu a disponibilidade do seu serviço** de anúncios digitais para anúncios políticos no país

Fonte: Google. [s.d.] Campanhas políticas no Google. Central de Transparência de anúncios. [online]. <

<https://adstransparency.google.com/political?region=BR&topic=political>> Acesso: 28/04/2025

Google Central de transparência de anúncios

Página inicial > 🇧🇷 Propaganda política em Brasil Perguntas frequentes Exportar dados

ⓘ A partir de 1 de mai. de 2024, deixaremos de veicular anúncios eleitorais de Brasil. Os anúncios eleitorais de outros países ainda podem aparecer nestes países: Brasil. [Saiba mais sobre os anúncios eleitorais em Brasil](#) Dispensar

Campanhas políticas no Google

Apoio à propaganda política responsável no Brasil

 Fornecemos transparência extra  Exigimos que os anunciantes sejam  Nós restringimos as maneiras como  Banimos e removemos anúncios



[🏠](#) > [NOVIDADES DA EMPRESA](#) > [INICIATIVAS](#)

Mais detalhes sobre a Verificação de Anunciantes Eleitorais e o Relatório de Transparência de Publicidade Política

21 Fev, 2022 · 6 minutos de leitura

[🔗](#) Compartilhar



Karen Duque

Gerente de políticas públicas e relações governamentais do Google Brasil

O repositório estava em vigor desde 2018 em outros países, mas **somente adotou no Brasil em 2022** e suspendeu em 2024

Fonte: Duque, K. (2022) Mais detalhes sobre a verificação de anunciantes eleitorais e o relatório de transparência de publicidade política. **Blog do Google Brasil.**
<https://blog.google/intl/pt-br/novidades/iniciativas/verificacao-de-anunciantes-eleitorais-e-o-relatorio-de-transparencia-de-publicidade-politica/>

Mesmo com serviços suspensos, **anúncios ainda foram veiculados** por meio das plataformas Google

Fonte: Santini, R. Marie; Salles, Débora. Mattos, Bruno. Canavarro, Marcela. Haddad, João G. Silva, Daphne. (2024). **Google diminui transparência de anúncios políticos no Brasil e desobedece resolução do TSE.** Rio de Janeiro: NetLab – Laboratório de Estudos de Internet e Redes Sociais, Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). <
<https://netlab.eco.ufrj.br/post/nota-tecnica-google>>

As empresas **dispõem de meios para disponibilizar informações** da sua atuação sistêmica sobre as contas e conteúdos, sem incorrer em riscos à proteção de dados

Fonte: Sandra González-Bailón et al. Asymmetric ideological segregation in exposure to political news on Facebook. *Science* 381,392-398(2023). [DOI:10.1126/science.ade7138](https://doi.org/10.1126/science.ade7138)

Asymmetric ideological segregation in exposure to political news on Facebook

SANDRA GONZÁLEZ-BAILÓN , DAVID LAZER , PABLO BARBERÁ , MEIQING ZHANG , HUNT ALLCOTT, TAYLOR BROWN , ADRIANA CRESPO-TENORIO,

DEEN FREELON , MATTHEW GENTZKOW , [...], AND JOSHUA A. TUCKER  +17 authors [Authors Info & Affiliations](#)

SCIENCE • 27 Jul 2023 • Vol 381, Issue 6656 • pp. 392-398 • DOI: [10.1126/science.ade7138](https://doi.org/10.1126/science.ade7138)

Meta

More Speech and Fewer Mistakes

January 7, 2025

Joel Kaplan, Chief Global Affairs Officer



Takeaways

- Starting in the US, we are ending our third party fact-checking program and moving to a Community Notes model.
- We will allow more speech by lifting restrictions on some topics that are part of mainstream discourse and focusing our enforcement on illegal and high-severity violations.
- We will take a more personalized approach to political content, so that people who want to see more of it in their feeds can.

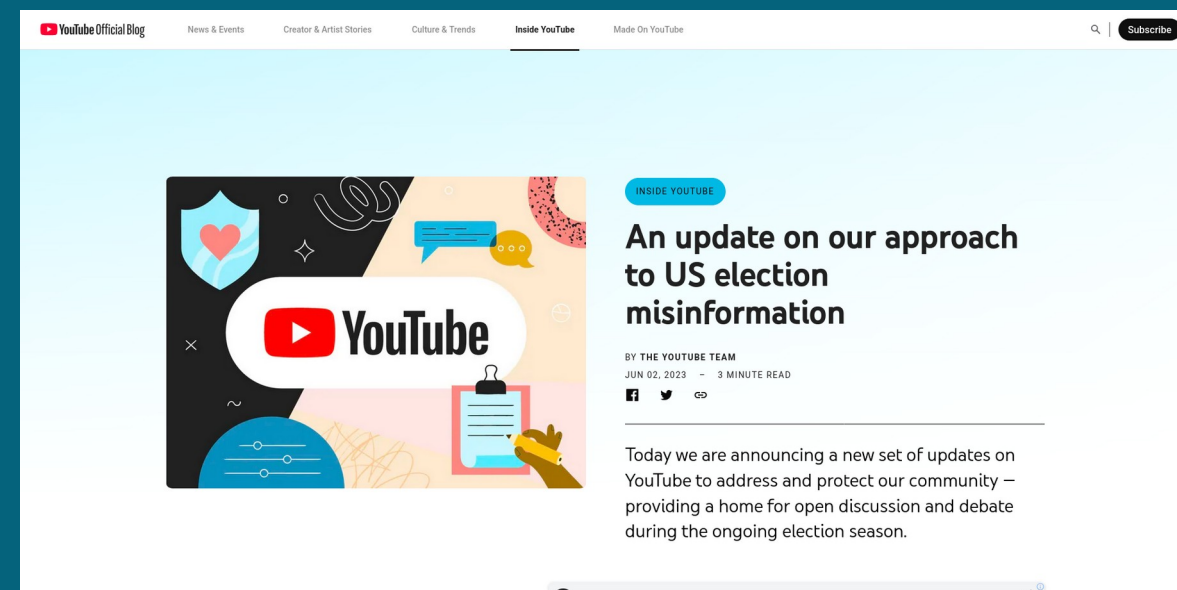
Em geral, as empresas anunciam abandono de regras específicas, alegando problemas, **sem apresentar uma avaliação própria e aprofundada** sobre estes problemas

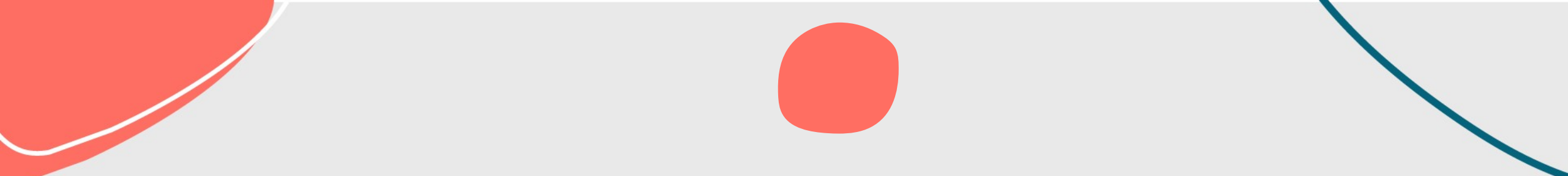
Fonte: Kaplan, Joel. (2025). More Speech and Fewer Mistakes. **Meta Newsroom**. 7 de janeiro.

<https://about.fb.com/news/2025/01/meta-more-speech-fewer-mistakes/>

O YouTube comunicou suspensão de ações, **sem disponibilizar qualquer estudo** ou análise embasando suas decisões

Fonte: YouTube. (2023). An update on our approach to US election misinformation. **YouTube Official Blog**. 2 de junho.
<https://blog.youtube/inside-youtube/us-election-misinformation-update-2023/>





BRASIL

“ [D]e março a novembro de 2022, encerramos mais de 2.500 canais e **removemos mais de 10.000 vídeos** relacionados às eleições no Brasil por violar nossas diretrizes. Mais de 84% dos vídeos removidos foram retirados antes de atingirem 100 visualizações

Fonte: YouTube. (2022) Eleições 2022: retrospectiva. [online] **YouTube Official Blog**. Disponível em: <
<https://blog.youtube/intl/pt-br/inside-youtube/eleicoes-2022-retrospectiva-youtube/>>

EUA

“ **Removemos mais de 10.000 vídeos relacionados às eleições** de meio de mandato por violarem nossas Diretrizes da comunidade, inclusive aqueles que violaram nossa política de integridade eleitoral. 75% desses vídeos removidos foram retirados do ar antes de terem 100 visualizações

Fonte: Miller, L. (2022) How YouTube supported the 2022 U.S. midterm elections [online] **YouTube Official Blog**. Disponível em: <
<https://blog.youtube/news-and-events/how-youtube-supported-2022-us-midterm-elections/>>. **Tradução própria**



CONTRIBUIÇÃO PARA AUDIÊNCIA PÚBLICA SOBRE PROPAGANDA ELEITORAL

Comissão de Constituição, Cidadania e Justiça do Senado

Alexandre Arns Gonzales (UnB)
aarnsgonzales@gmail.com

29 de abril de 2025, Brasília

