

DOSSIÊ

Eleições e plataformas digitais: a suposta oposição entre liberdade de expressão e transparência na moderação de conteúdos¹

Elections and digital platforms: the alleged opposition between freedom of expression and transparency in content moderation

Edição v. 44
número 2 / 2025

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 44 (2)
maio/2025-ago/2025

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

RACHEL CALLAI BRAGATTO

Universidade Federal do Paraná (UFPR) – Curitiba, Paraná, Brasil.
E-mail: rachelbragatto@ufpr.br
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8489-8035>

ALEXANDRE GONZALES

Universidade de Brasília (UNB) – Brasília, Distrito Federal, Brasil.
E-mail: aarnsgonzales@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8038-6999>

¹ Uma versão inicial desse artigo foi apresentada no 14º Encontro da Associação Brasileira de Ciência Política (ABCP), realizado em Salvador em agosto de 2024, com o título: "Entre transparência e liberdade: a falsa dicotomia na moderação de contas e conteúdos nas plataformas digitais". Agradecemos aos debatedores da Área Temática Comunicação Política e Opinião Pública pelos comentários críticos e sugestões. Disponível em: <https://www.abcp2024.sinteseeventos.com.br/atividade/view?q=eyJwYXJhbXM0ij7XCJRF9BVIElWSURBREVC1jpc1jZcIn0iLCjoIjoiMzE3Mzg5YI3YmRmM2JmMTg3MDJkMzMzNDQzZjAwZjUiFQ%3D%3D&ID_ATIVIDADE=6>. Acesso em: 20 fevereiro 2025.

Resumo

As eleições colocam em evidência a disputa entre as empresas de plataformas digitais e autoridades eleitorais em torno da transparência sobre a moderação de contas e conteúdos. Com base na economia política de dados, o objetivo do presente artigo é compreender como esses atores atuam nesta disputa, seja de forma isolada ou coordenada, para avançar ou recuar na transparência sobre moderação de contas e conteúdos, tensionando ou instrumentalizando as noções de regulação e liberdades. Através da análise de documentos do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e de empresas de plataformas digitais, demonstramos como as eleições brasileiras de 2024 representaram um recuo na forma de cooperação das empresas com o TSE e a escalada de conflito. Como considerações finais, destacam-se a urgência em regular meios de transparência e de responsabilização das plataformas digitais.

Palavras-chaves

Economia política; plataformas digitais; governança da internet; moderação de conteúdo.

Abstract

The elections highlight the dispute between the digital platform companies and the electoral authorities over transparency in regards accounts and content moderation. The objective of this article, based on the political economy of data, is to understand how the actors handle this dispute whether individually or in coordination to advance or retreat transparency over accounts and content, exerting pressure or making use of regulations or liberties notions. Through the analysis of documents of the Superior Electoral Court (TSE) and of the digital platform companies, we demonstrate how the 2024 Brazilian elections represent a retreat in cooperation between the companies and the TSE and a conflict escalation. Our final considerations highlight the urgency to regulate the means of transparency and accountability of digital platforms.

Keywords

Political economy; digital platforms; Internet governance; content moderation.

Introdução¹

O desenvolvimento, ao longo do tempo, do modelo de negócios das empresas proprietárias das grandes plataformas digitais tem produzido, de forma cada vez mais evidente, efeitos sobre as condições em que os povos organizam, realizam e asseguram a integridade dos seus processos eleitorais. Ao longo de todo ano de 2024 foram realizadas, segundo a Global Coalition for Tech Justice (2023)², cerca de 66 ciclos eleitorais em países de todas as regiões do globo, mobilizando, aproximadamente, mais de 2 bilhões de pessoas a se manifestarem através das urnas.

O papel das empresas de comunicação e os impactos da internet em ciclos eleitorais têm sido tratado em estudos desde a década de 1990, mas com uma mudança acentuada de foco a partir dos anos 2010. Inicialmente, detinham-se sobre como determinados atores (candidaturas, partidos políticos, eleitores e militantes) envolvidos na disputa eleitoral faziam uso dos serviços dessas plataformas digitais (Marques, Sampaio, Aggio, 2013; Stromer-Galley, 2014) e como esses atores acessavam e tratavam dados dos eleitores (Bennet, Oduro-Marfo, 2019; Rubinstein, 2014; Silva, Santos, 2013). Ao longo da década de 2010, na medida em que algumas poucas grandes plataformas digitais cresceram, consolidaram seu poder de mercado e as externalidades de seus modelos de negócios foram se tornando evidentes sobre as eleições e o debate público, há um redirecionamento do foco das pesquisas para as empresas e plataformas em si.

Os estudos passam a fazer análises mais detalhadas sobre as plataformas digitais enquanto atores, detendo-se sobre os instrumentos de transparência de despesas e propaganda eleitoral (Bragatto, Jardim, Martins, 2023; Dommett, Power, 2023); a relação das equipes das plataformas digitais com as equipes de comunicação das campanhas eleitorais (Kreiss, McGregor, 2017); a relação das plataformas digitais com as autoridades eleitorais e públicas (Haenschen, Wolf, 2019; Gorwa, 2021); as regras e ações de enfrentamento aos conteúdos desinformátivos e nocivos (Barbosa, Valente e Martins, 2021), as insuficiências das medidas de transparência implementadas pelas plataformas digitais para escrutinar suas ações ao longo das eleições (Silva, Gertrudes, 2023; Gonzales, Bragatto, 2024); entre outros.

Este artigo contribui para este debate uma vez que analisa, a partir da economia política dos dados, a disputa entre as empresas e autoridades eleitorais sobre a definição de regras relacionadas à transparência e responsabilidade na moderação de contas e conteúdo nas plataformas digitais. Atravessando essa disputa está o entendimento e os valores que esses atores acionam por trás do princípio da liberdade de expressão. De um modo muito geral, as empresas, sob o argumento da defesa ampla do livre trânsito de conteúdos, são permissivas quanto a mensagens desinformáticas ou discursos de ódio, conteúdos que ferem outros direitos.

As eleições de 2024 no Brasil integram um largo ciclo histórico desta disputa, datado pelo menos desde as eleições de 2018 no país, em que o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) tem sido um pivô, dentre as autoridades brasileiras, para instituir regras e mitigar a assimetria de poder com relação às plataformas digitais. Não nos interessa, neste artigo, discutir a pertinência e/ou competência dessa, mas analisar as movimentações dos diferentes atores e sua atuação frente aos processos desinformátivos e mensagens de ódio.

O artigo está organizado em três seções, além desta introdução e das considerações finais. Na próxima parte, revisamos a literatura sobre a relação do modelo de negócios das plataformas digitais e o

¹ Agradecemos o trabalho dos(as) editores(as, aos comentários e sugestões dos(as) pareceristas anônimos(as) da Revista Contracampo. A organização do trabalho de edição e produção de pareceres é um processo fundamental para fechamento e aprimoramento do artigo.

² A Global Coalition for Tech Justice é uma coalizão de aproximadamente 150 organizações da sociedade civil que atuam no debate sobre regulação da responsabilização e transparência sobre ações de recomendação e moderação de contas e conteúdos das plataformas digitais.

fenômeno da desinformação em processos eleitorais. A partir desta revisão, na seção seguinte, passamos para a apresentação da proposta metodológica de acesso e análise de fontes de informação, para observar a atuação das plataformas digitais no cenário eleitoral brasileiro de 2024. Por fim, na última seção, nos debruçaremos sobre o *modus operandi* dessas empresas considerando a reação recente das autoridades, frente a exigência de maiores responsabilidades e transparência das plataformas digitais.

O golpismo na antessala das eleições de 2024: o que está em jogo na disputa pelas regras de transparência e responsabilidade

Durante a noite de 30 de outubro de 2022, enquanto o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) totalizava os votos e declarava oficialmente a vitória de Luiz Inácio Lula da Silva como presidente eleito, apoiadores do candidato derrotado, Jair Messias Bolsonaro, deflagraram centenas de bloqueios em rodovias pelo país que durariam até o fim de novembro de 2022. Esses manifestantes produziram, publicaram e compartilharam vídeos nas redes de grandes plataformas digitais convocando um golpe contra o resultado expresso por meio das urnas (Bethônico; Pitombo, 2022). Parte deles participou ou apoiou a realização de acampamentos em frente aos quartéis do Exército em diferentes cidades, pedindo golpe militar para impedir a posse do candidato eleito.

Mesmo após a posse do presidente no dia 1º de janeiro de 2023, as forças golpistas seguiram mobilizadas e conseguiram reunir cerca de quatro mil pessoas em acampamento instalado há, aproximadamente, dois meses, em frente ao quartel-general do Exército em Brasília. No dia 8 de janeiro de 2023, marcharam em direção à Praça dos Três Poderes, invadiram e depredaram o Palácio do Planalto, o Congresso Nacional e a sede do Supremo Tribunal Federal (STF), tudo sendo transmitido ao vivo pelos próprios golpistas nas plataformas digitais (G1, 2023a). No dia seguinte, 1.500 pessoas foram presas pela Polícia Federal (Uol, 2023).

A construção da intentona golpista do 8 de janeiro não teria sido possível sem a convivência e apoio de autoridades civis e militares no país. Até o momento do fechamento do presente artigo, ainda estão em curso no Brasil investigações e julgamentos sobre possíveis financiadores, organizadores e executores da tentativa de golpe. Contudo, como a própria imprensa noticiou (G1, 2023a), a convocação à intentona foi publicamente alardeada em grupos e canais de mensageria e pelas mídias das plataformas digitais e, mesmo após o dia 8 de janeiro, em que pesem as declarações e compromissos públicos das empresas proprietárias das plataformas em remover ou sancionar as contas e conteúdos golpistas (G1, 2023b; Murphy, 2023), ainda permaneceram vídeos com milhões de visualizações enaltecedo o golpismo e buscando manter a mobilização nos dias subsequentes.

Diante do quadro de problemas que marcam esse episódio, o artigo detém-se sobre o estado de assimetria informacional (Silva, Gertrudes, 2023, p.36), caracterizado pela ausência de mecanismos de transparência que possibilitem um efetivo escrutínio público acerca da tomada de decisão humana e algorítmica das grandes plataformas digitais no processo de moderação de contas e conteúdos, especialmente durante as eleições. Pela perspectiva da economia política de dados — que foca no valor decorrente das relações sociais e econômicas que organizam a dinâmica de extração, processamento e análise de dados reestruturando as relações de produção, distribuição e circulação de bens e serviços no capitalismo (Lastres, Cassiolato, Dantas, 2025, p.56) — a manutenção da assimetria, ou opacidade, como explica Shoshana Zuboff (2019, p.89), foi e ainda é — embora desgastado publicamente — instrumento fundamental para as plataformas digitais protegerem seu modelo de negócios. As distintas maneiras como cada plataforma digital trata o volume de dados extraídos das pessoas são as formas pelas quais estas empresas exploram e extraem o valor do trabalho e da vida humana (Dantas et al., 2022).

O problema da ausência de mecanismos de transparência está exemplificado no relatório do Comitê de Supervisão da Meta ao tratar do fracasso da empresa em remover um conteúdo que chamava

as pessoas para irem à Brasília participar da intentona golpista³. Entre outras questões, ao ser indagada pelo comitê sobre quais as métricas que a empresa usava para mensurar o seu sucesso nos esforços gerais para proteger a integridade eleitoral, a Meta respondeu que “não adota nenhuma métrica específica para mensurar o sucesso de seus esforços de integridade eleitoral em geral, apenas fornece dados sobre remoções de conteúdo, visualizações e cliques em rótulos eleitorais” (Comitê de Supervisão da Meta, 2023, p.4). Esse tipo de resposta dada pela empresa é flagrantemente insuficiente e apresentada com o intuito projetar uma noção de eficiência dos sistemas algorítmicos das plataformas digitais (Gorwa, Binns, Katzenbach, 2020; Gonzales, Von Bülow, 2024). Google, YouTube, TikTok, entre outras empresas, repetem uma lógica similar.

Diante do quadro de falhas na moderação de contas e conteúdo e na insuficiência da transparência, o problema se agrava mais quando vêm a público documentos internos das plataformas digitais evidenciando que há consciência dos problemas e riscos decorrentes das decisões comerciais sobre os sistemas algorítmicos de recomendação e sobre os meios de mitigá-los, mas que, ainda assim, não são adotados. A delação da ex-funcionária da Meta, Frances Haugen, em outubro de 2021, trouxe a público uma série de documentos nesse sentido (Dwoskin, Newmyer, Mahtani, 2021), inclusive com relatórios de teses demonstrando que os sistemas do Facebook priorizavam a recomendação de páginas e grupos que alegavam fraude sobre o processo eleitoral estadunidense de 2020 (Zadrozny, 2021). Outro caso, de 2024, são os documentos internos do TikTok que vieram a público em razão da abertura de um processo judicial nos Estados Unidos da América (EUA) que concluiu que seus sistemas produzem efeitos negativos sobre a saúde mental dos usuários (G1, 2024).

A análise sobre as eleições de 2024 no Brasil, portanto, insere-se nesse histórico de episódios, sejam episódios brasileiros ou de outros países. A atuação das empresas de plataformas digitais durante este ciclo eleitoral é analisada considerando o conjunto de questões colocadas pelo debate público acerca da responsabilidade das plataformas digitais, a necessidade de aprimoramento na transparência sobre a moderação de contas e conteúdos (Ananny, Crawford, 2016) e a tensão dessas dimensões com a liberdade de expressão.

Na próxima seção, apresentaremos os métodos empregados para coleta e análise de dados. Na seção seguinte, construiremos a análise sobre as disputas entre as empresas e autoridades eleitorais sobre as regras de transparência e responsabilidade na moderação de contas e conteúdos.

Métodos e dados

A metodologia parte da análise de documentos públicos produzidos pelo TSE que tratam das medidas e ações de moderação de contas e conteúdos nas plataformas digitais, assim como documentos das próprias empresas de plataformas digitais voltados a suas ações de moderação de contas e conteúdos durante os processos eleitorais em geral. Embora a análise tenha como foco as eleições de 2024 no Brasil, entendemos que, para melhor compreensão das ações e decisões das empresas durante o ciclo eleitoral brasileiro, é importante considerar o conjunto de materiais que as empresas publicam sobre processos eleitorais em geral, inclusive com intuito de verificar as diferenças e similaridades. A seleção dos documentos foi orientada tendo como critério o tratamento de forma direta ou indireta das decisões das plataformas digitais referentes à moderação de contas e conteúdos.

A busca ativa dos documentos das empresas de plataformas digitais foi realizada em suas

3 Trata-se de um vídeo publicado no dia 3 de janeiro de 2023, cuja legenda chamava as pessoas para “sitiar” o Congresso Nacional, contendo parte de um discurso de um general brasileiro convocando as pessoas a irem para Brasília. O vídeo foi denunciado por usuários e a decisão de mantê-lo na plataforma foi reiterada por seis moderadores de conteúdo da Meta. Mais informações sobre o conteúdo, ver Comitê de Supervisão da Meta (2023).

respectivas páginas oficiais na internet e direcionadas à Google⁴; YouTube⁵; Meta⁶, controladora do Facebook, Instagram e WhatsApp; TikTok⁷, Spotify⁸, Telegram⁹, Kwai¹⁰ e Twitter ou X¹¹. Para isso, foram utilizadas palavras-chave. Nas páginas de TikTok, Kwai e Twitter a busca foi realizada manualmente através da rolagem da página, pois não havia ferramenta de busca.

As palavras-chave utilizadas, tanto em português, quanto inglês, foram relacionadas às eleições no Brasil e ações de moderação de contas e conteúdos pelas plataformas digitais: “eleição”; “eleitores”; “voto”; “político”; “election”; “voters”; “vote”; e “political”. O resultado é uma base de 69 documentos, publicados entre 1º de janeiro de 2023 até 30 de outubro de 2024. Para fortalecer a consistência metodológica da análise documental, organizamos os documentos em uma planilha cronológica e temática. Cada documento foi classificado com base em: **empresa responsável** (Google/YouTube, Meta, X, TikTok, etc.); **data de publicação** (entre janeiro de 2023 e outubro de 2024); **referência a eleições** (Brasil, EUA, Índia, Europa, entre outras); **presença de termos-chave** como “liberdade de expressão”, “moderação de conteúdo”, “transparência”, “desinformação”; **infraestrutura de moderação citada** (fact-checking, inteligência artificial, equipes internas, repositórios de anúncios, community notes, etc.). Desse montante, 32 (46,38%) são do Google e YouTube, 17 (24,64%) da Meta, 9 do Twitter, ou X, (13,04%), 6 da Kwai (8,70%), 3 (4,35%) do TikTok, e Telegram e Spotify 1 cada (1,45%).

Nos documentos, as empresas fazem referência a outras eleições que ocorreram em 2024, como as eleições nos Estados Unidos da América (EUA) (Jasper, 2023); eleições para o Parlamento Europeu (Kroeber-Riel, 2024; Pancini, 2024); eleições gerais na Índia (Google Team India, 2024; Meta, 2024a); eleições na África do Sul (Siddo, 2024); eleições gerais no Reino Unido (e.x. O'Donovan, 2024); às dezenas de processos eleitorais que ocorreriam no ano (Spotify, 2024; Lennox, 2024) e, por fim, o foco do artigo, às eleições brasileiras (Meta, 2024b; Mazotte, 2024).

Sobre os documentos do TSE, no dia 04 de janeiro de 2024 a Justiça Eleitoral publicou as minutas (TSE, 2024a) que serviram de texto-base para produção das resoluções eleitorais e recebimento de proposições e discussões ao longo de três audiências públicas realizadas entre o dia 23 e 25 de janeiro (TSE, 2024b) e aprovadas em sessão plenária do tribunal no dia 27 de fevereiro (TSE, 2024c). Foram aprovadas 10 resoluções, cada uma voltada à regulação de um assunto específico: realização e divulgação de pesquisas eleitorais (resolução nº 23.727); auditoria e fiscalização (nº 23.728); sistemas eleitorais (nº 23.734); atos gerais do processo eleitoral (nº 23.736); registro de candidatura (23.729); fundo de financiamento de campanha (nº 23.730); prestação de contas das candidaturas e partidos (nº 23.731); propaganda eleitoral (nº 23.732); representações e reclamações (nº 23.733) e definição de ilícitos eleitorais (nº 23.735).

Considerando o objetivo do presente artigo, direcionamos a análise à resolução sobre propaganda eleitoral (nº 23.732) porque foi por meio dela que o TSE buscou incidir sobre a moderação de contas e conteúdos das plataformas digitais. Através da Resolução 23.732, a Justiça Eleitoral alterou o regime jurídico de responsabilidade das plataformas digitais sobre conteúdo publicado por terceiros em seus serviços (Art. 9º-E); exigiu que as plataformas que permitissem veiculação de conteúdo político-eleitoral, adotassem e tornassem públicas as medidas direcionadas a enfrentar a desinformação sobre

4 Google (<https://www.thinkwithgoogle.com>; <https://www.blog.google/>). Último acesso: 6 de junho de 2025.

5 YouTube (<https://www.blog.youtube/>). Último acesso: 6 de junho de 2025.

6 Meta (<https://newsroom.fb.com/>; <https://blog.whatsapp.com>). Último acesso: 6 de junho de 2025.

7 TikTok (<https://newsroom.tiktok.com/pt-br/news/>). Último acesso: 6 de junho de 2025.

8 Spotify (<https://newsroom.spotify.com>). Último acesso: 6 de junho de 2025.

9 Telegram (<https://t.me/durov>). Último acesso: 6 de junho de 2025.

10 Kwai (<https://www.kwai.com/pt-BR/newsroom>). Último acesso: 6 de junho de 2025.

11 Twitter (<https://blog.twitter.com/>). Último acesso: 6 de junho de 2025.

o processo eleitoral (Art. 9º-D); e exigiu a criação de um repositório de transparência sobre conteúdos político-eleitorais, anúncios considerados propaganda eleitoral em suas mídias (Art. 27º-A) (TSE, 2024d). Por fim, analisamos o Plano Estratégico Eleições 2024 (TSE, 2024e), indicando a continuidade dos três eixos de atuação do Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação construído desde 2018, visando a promoção de informações oficiais sobre as eleições, o enfrentamento à desinformação contra o processo eleitoral e a organização de ações junto a outras instituições, organizações sociais, acadêmicas e empresariais.

O conjunto dos documentos escritos e vídeos formaram o corpo de informações analisadas qualitativamente. Em um primeiro momento, a análise foi realizada a partir das categorias de *liberdade* e *regulação* derivadas da tensão entre a autoridade eleitoral e as empresas de plataformas digitais nas eleições de 2024. Nos documentos das empresas não há uma referência direta à noção de *liberdade*, com exceção do Twitter (X), que comunicou: “tornamos a liberdade de expressão um valor central da plataforma e desenvolvemos nossa estratégia de moderação de conteúdo para apoiar isso” (X Business, 2024, s/p)¹². As demais, por vezes, a associam à ideia de “discurso político” (YouTube, 2023, s/p)¹³. A mobilização da ideia de *liberdade* é, por sua vez, realizada de forma mais direta pela Justiça Eleitoral, ao associá-la à noção de *regulação* e, com ela, de responsabilização, reproduzindo a lógica de que o exercício deste direito tem na outra pessoa o seu limite (Marx, 2010)¹⁴.

Em um segundo momento, por conta da referência ao debate de *regulação*, a pesquisa buscou complementar as informações com o discurso de parlamentares, tanto no plenário da Câmara dos Deputados, quanto na imprensa, a partir da discussão sobre o Projeto de Lei 2630, de 2020. O que se verificou é que, aos opositores da regulação, a noção de *liberdade* é mobilizada em antagonismo à de *regulação* e, ainda por cima, associando-a às condições de trabalho e subsistência individual, como será demonstrado na seção seguinte. Em contraste, a *regulação* está colocada como a criação de condições do exercício da liberdade individual, na medida em que assegura um ambiente para que o eleitor possa informar-se. Nos termos da ministra Cármem Lúcia, “o que nós não queremos é que seja um eleitor chipado, que se põe um *chip* e ele fica vivendo a ilusão de que aquilo é o exercício da liberdade do voto” (TSE, 2024c, 2:22:18-2:22:30).

O mundo caduco?¹⁵

Desde as eleições brasileiras de 2018, o TSE avançou a cada novo ciclo eleitoral — 2020 e 2022 — na institucionalização da sua relação com as empresas de plataformas digitais no Brasil, com elas ora concedendo doses insuficientes de transparência ou resistindo à concessão (Bentes, 2023; Gonzales, Von Bülow, 2024). Em 2022, a postura do TSE adquiriu um caráter mais incisivo, exemplo disso foi a forma como a Justiça Eleitoral conseguiu trazer o Telegram para firmar um memorando de cooperação, tornando-se, nos termos do próprio tribunal, “o primeiro organismo eleitoral do mundo a firmar uma parceria com o aplicativo Telegram” (TSE, 2023, p.20).

Outro exemplo dessa postura foi a aprovação e implementação da Resolução 23.714 de 2022, dez dias antes da realização do segundo turno das eleições (Alves et al., 2023; Bentes, 2023), que, em seu art.

12 Texto original: “We made free expression a core platform value and evolved our content moderation strategy to support that”.

13 Texto original: “political speech”.

14 “[A liberdade individual] faz com que cada homem veja no outro homem, não a realização, mas, ao contrário, a restrição de sua liberdade” (Marx, 2010, p.49).

15 Em entrevista, a ministra Cármem Lúcia fez referência ao poema “Mãos Dadas”: “Estamos trabalhando no mundo de hoje. Então, o que posso lhe dizer, à maneira de [Carlos] Drummond, que disse: ‘Não serei o poeta de um mundo caduco’, é que também eu não serei juíza de um mundo caduco” (Santos, 2024, s/p)

3º, autorizava a presidência do TSE determinar, administrativamente, “a extensão de decisão colegiada proferida pelo Plenário do Tribunal sobre desinformação, para outras situações com idênticos conteúdos” (TSE, 2022a, s/p), sendo objeto de ação direta de constitucionalidade pelo Procurador-Geral da República à época por considerar, segundo a ação, que o TSE atuava fora de suas competências (STF, 2022). A tensão em torno da atuação do tribunal na eleição de 2022 foi expressão da disputa das autoridades eleitorais com as empresas de plataformas digitais sobre suas práticas de moderação de contas e conteúdos e a falta de transparência sobre essas práticas.

Não é por menos que em 2024, na sessão de abertura do ano judiciário eleitoral, o então presidente do TSE, ministro Alexandre de Moraes, definiu como “um dos grandes problemas das democracias contemporâneas” (TSE, 2024f, 27:58-28:04) os serviços das plataformas digitais, demandando “uma eficaz e pronta regulamentação que defende a liberdade de escolha dos eleitores e das eleitoras” (Idem, 29:41-29:54). Com isso, destacou a falta de transparência das plataformas digitais como um problema para a integridade eleitoral. Nas palavras de Moraes (TSE, 2024f, 29:55-30:31),

a falta de transparência na metodologia e no processo decisório dos algoritmos, em especial no direcionamento, sugestão de conteúdos no período eleitoral, no induzimento no período eleitoral do eleitorado (...). Esses fatores tornaram-se um grande risco durante as campanhas eleitorais.

Assim, reiterou a necessidade de regulação específica sobre o tema, reconhecendo a responsabilidade do Congresso Nacional em tomar a iniciativa, mas que o TSE não ficaria inerte:

faz-se necessário uma regulamentação, não só uma regulamentação do Tribunal Superior Eleitoral, da Justiça Eleitoral, porque essa será feita, será feita como foi feito em 2022, será realizada em 2024. A relatora dessas resoluções é a nossa vice-presidente, como disse a Ministra Cármén Lúcia, mas há necessidade de uma regulação geral por parte do Congresso Nacional em defesa da democracia (Moraes apud TSE, 2024f, 37:37-38:38, destaque dos autores).

Frente a ausência de uma regulação geral por parte do Congresso Nacional, a tensão sobre a atuação e a extensão da competência do TSE transbordou para a organização e preparação das eleições de 2024, tendo como foco a Resolução nº 23.732 de 2024. A própria fala da ministra Cármén Lúcia, durante a sessão plenária do TSE que aprovou a resolução, ilustra esta tensão, ao justificar a instituição de obrigações às plataformas digitais (art. 9º-E, art. 9º-D, art. 27º-A) a partir da noção de dever de cuidado:

propõe-se, ainda, regulação de obrigações a serem cumpridas pelos provedores de aplicação, indispensáveis para que seus serviços sejam prestados em conformidade com seu dever de cuidado, presidente, e, aqui, eu retiro diretamente da Constituição que é expressa a função social da empresa. Eu - - aqui, o Tribunal Superior Eleitoral não está inventando quando julga isso (...) a propriedade obriga, ela cria obrigações pra todo mundo (TSE, 2024c, 02:14:59-02:15:40, destaque dos autores).

Considerada pelo então presidente do TSE, Alexandre de Moraes, a “mais importante” (TSE, 2024c, 02:20:13-02:20:15) resolução eleitoral, sua aprovação foi criticada por alterar o regime jurídico de responsabilidade das plataformas digitais, definido principalmente pelo artigo 19 do Marco Civil da Internet. Organizações que representam os interesses das plataformas digitais, como o Conselho Digital, não hesitaram em lançar mão dessa crítica, publicando no próprio site texto reproduzindo argumento que “a resolução sobrepuja ao artigo 19 do Marco Civil da Internet” (Conselho Digital, 2024, s/p). Embora o mérito da crítica sobre esse aspecto da resolução eleitoral seja correto, uma vez que a resolução confrontou o sentido previsto pelo referido artigo da lei, nos interessa aqui o contexto em que o TSE tomou sua decisão e se movimentou em relação a outras autoridades públicas e às empresas de plataformas digitais.

Em maio de 2023, as empresas de plataformas digitais pressionaram contra a aprovação do projeto de lei nº 2630 de 2020 (PL 2630), por meio de campanhas publicitárias (Weterman, Affonso,

2023; Mello, 2023) e reunião com bancadas de parlamentares, desinformando-os sobre o mérito do texto afirmando que criaria um Ministério da Verdade *orwelliano* (Affonso, 2023). Sua aprovação resultaria em uma mudança no regime de responsabilidade sobre a moderação de contas e conteúdos pagos e instituiria obrigações e mecanismos de transparência sobre essa moderação, mas não estabeleceria uma “obrigação de vigilantismo quase que chinês” — conforme anunciou uma diretora da Meta (Affonso, 2023, s/p). O projeto, no entanto, foi embarreirado e até o momento do fechamento do presente artigo não retomou a tramitação.

Dentre as noções de *liberdade* trabalhadas nos discursos dos parlamentares, convém destacar aquela que reproduziu o enquadramento das empresas de plataformas digitais. Ainda em março de 2022, a Meta pagou anúncio na Folha de São Paulo comunicando que: “PL das Fake News deveria combater fake news. E não a lanchonete do seu bairro” (Martins, 2022), advertindo, na sequência, que o projeto traria “consequências negativas às pequenas empresas que usam publicidade online para vender mais e gerar empregos” (Idem). Em maio de 2023, no plenário da Câmara dos Deputados, um parlamentar, como correia de transmissão, disse: “Saibam de uma coisa, se vocês colocarem a opinião de vocês numa rede social, e ela não for a mesma do governo, vocês serão censurados, e a página que vocês usam hoje para vender os seus produtos, para ter a sua renda e colocar o pão na mesa da sua família, não vai existir mais” (Câmara dos Deputados, 2023, p.2). Assim, politicamente, integrou-se a noção de liberdade, enquanto direito político, às condições individuais de subsistência, isto é, trabalho e renda, associando, portanto, os serviços denominados de redes sociais com plataformas de trabalho e evidenciando o poder estrutural delas no debate público.

Apesar do projeto de lei não ter sido aprovado no parlamento, a Resolução nº 23.732 incorporou elementos no texto da proposta legislativa, como reconheceu o seu então relator, deputado federal Orlando Silva (PCdoB). Embora verifique certa extrapolação na normativa do TSE, o deputado sublinha que isso ocorre diante do travamento do projeto no Congresso Nacional:

Não há como deixar de observar que o Tribunal Superior Eleitoral foi respeitoso, ainda que resvala na atividade legislativa, ao editar uma norma regulamentadora que aborda e se inspira em questões em debate no Parlamento, seja no PL 2630, no caso das fake news, seja no PL 2338/23, sobre Inteligência Artificial. Por outro lado, é um movimento incompleto para a própria integridade eleitoral e para nossa democracia, pois é em tais iniciativas legislativas que são forjados direitos e obrigações de forma mais sistemática para tratar as questões de modo abrangente. Mas não há que se esperar outra coisa quando o Congresso se omite ou a divisão política impõe uma dilação inadmissível na tomada de decisões inadiáveis à vida nacional (Silva, 2024, s/p, destaque dos autores).

Assim, frente à resolução, o Google decidiu não permitir propaganda eleitoral paga através de seus sistemas de anúncios digitais durante a vigência do calendário das eleições. “Para as eleições brasileiras deste ano”, escreveu Google em nota à imprensa, “vamos atualizar nossa política de conteúdo político do Google Ads para não permitir a veiculação de anúncios políticos no país. Essa atualização acontecerá em maio tendo em vista a entrada em vigor das resoluções eleitorais para 2024” (Google apud Waltenberg, 2024, s/p). Por “anúncio político”, a empresa classifica como todo conteúdo que faça referência a “eleições, partidos políticos, federações e coligações, cargos eletivos, propostas de governo, projetos de lei, exercício do direito ao voto e de outros direitos políticos ou matérias relacionadas ao processo eleitoral” (Google, 2024).

A decisão do Google de suspender os sistemas do Google Ads e Display & Videos 360 para anúncios políticos foi uma inflexão da sua postura praticada, pelo menos, desde as eleições de 2018 e, em termos práticos, um abandono da medida de transparência implementada em 2022, um repositório de anúncios políticos veiculados no Brasil por meio de seus sistemas (Duque, 2022). Ainda é possível acessar a Central de Transparência de Anúncios no Brasil (Google, [s.d]), mas, até o momento de conclusão do

presente artigo, ele não foi mais atualizado, contendo apenas anúncios datados do mês de abril de 2024.

Assim como a atual posição do Google, o Kwai e o TikTok mantiveram sua política eleitoral de não autorizar “anúncios políticos” (Kwai, 2024, s/p; Gallego, 2024, s/p). O Twitter, atual X, fez o caminho inverso do Google, desde 2019 mantinha uma política global de voto a veiculação de anúncios considerados políticos (BBC, 2019) e em agosto de 2023, “a partir do nosso compromisso com a liberdade de expressão, nós vamos autorizar anúncios políticos” (X Safety, 2023, s/p)¹⁶. A Meta (2024b), por sua vez, reiterou a adoção genérica de medidas já anunciadas ao longo dos últimos ciclos eleitorais brasileiros, desde 2018, dentre elas a de aceitar anúncios considerados políticos.

Contudo, seja para autorizar ou negar a veiculação de anúncios considerados políticos, os sistemas algorítmicos das plataformas digitais precisam identificar e classificar corretamente os conteúdos entendidos como políticos. Os sistemas algorítmicos de moderação de contas e conteúdos, como bem explicam Gorwa et al. (2020, p.3), “são sistemas que classificam conteúdo produzido por usuários com base em correspondência ou previsão, levando a uma decisão e a um resultado de governança (ex. remoção, bloqueio geográfico, remoção de conta)”¹⁷ e estes sistemas automatizados de identificação, classificação e decisão executam milhares ou milhões de decisões ao dia. Conforme os autores postulam (2020, p.10), centenas ou milhares de identificações e classificações estão equivocadas, sejam elas mediadas ou não por um moderador humano.

Santini et al. (2024) identificaram, apesar da proibição de anúncios políticos, 33 anúncios considerados políticos veiculados no Google Ads e Display & Videos 360. Embora estivessem de acordo com as regras eleitorais, a presença deles ilustra que a restrição anunciada pelo Google não foi eficiente. Por isso, os autores afirmam que (2024, p.23), “o principal impacto da declaração do Google não é restringir o impulsionamento de anúncios de cunho político-eleitoral, mas sim a diminuição da transparência da publicidade veiculada em suas plataformas”.

Para além da revogação de mecanismos mínimos de transparência, as decisões do Google, em um sentido mais amplo, sinalizam uma reorientação da política de cooperação com as autoridades eleitorais, seja de recuo ou mesmo de abandono. Ações que reforçam estes sinais não se limitam à eleição brasileira. O YouTube, por exemplo, informou as autoridades estadunidenses em junho de 2023 que pararam “de remover conteúdo que promova falsas alegações de que ocorreram fraudes, erros ou falhas generalizadas nas eleições presidenciais de 2020 e em outras eleições presidenciais anteriores dos EUA”¹⁸ (YouTube, 2023, s/p). A justificativa apresentada pela empresa, sem disponibilização de qualquer estudo ou análise interna que a corrobore, é que a política não tinha sido eficiente em alterar o ambiente comunicacional na plataforma tendo “efeito não intencional de restringir o discurso político sem reduzir significativamente o risco de violência ou outros danos no mundo real” (YouTube, 2023, s/p).

A reorientação na política de cooperação com as autoridades eleitorais também foi manifestada pela Meta. Embora tenha mantido durante as eleições brasileiras de 2024 a Biblioteca de Anúncios, a empresa também revogou instrumentos importantes de transparência sobre a circulação de conteúdos em suas plataformas. Em novembro de 2023, a Meta suspendeu o CrowdTangle¹⁹ alegando que disponibilizaria novas funções — ainda não concretizadas — na Biblioteca de Anúncios (Clegg, 2023). Explicitando ainda mais a orientação política da mudança, em janeiro de 2025 a Meta comunicou uma profunda inflexão nas suas políticas de enfrentamento à desinformação e discurso de ódio e informou

16 No original: “on our commitment to free expression, we are also going to allow political advertising”.

17 No original: “as systems that classify user-generated content based on either matching or prediction, leading to a decision and governance outcome (e.g. removal, geoblocking, account takedown)”.

18 No original: “we will stop removing content that advances false claims that widespread fraud, errors, or glitches occurred in the 2020 and other past US Presidential elections”.

19 O CrowdTangle permitia que instituições acadêmicas e grupos jornalísticos tivessem meios para monitorar, em parte, o fluxo de conteúdo compartilhado no Facebook e Instagram.

o abandono do seu programa de seis anos de apoio e financiamento às agências de verificação de fatos (Kaplan, 2025; Spagnuolo, 2025).

Dante desse panorama, o ciclo eleitoral brasileiro de 2024 foi atravessado por sinais importantes de que a forma como as empresas de plataformas digitais vinham conduzindo, desde 2018, as suas relações com as autoridades está mudando. As mudanças apontam para situações graves, de recuo ou abandono de medidas de transparência e moderação de contas e conteúdos, como os casos já citados do Google e da Meta; e situações de ameaça, por meio de ações de enfrentamento à legitimidade das autoridades públicas e eleitorais.

Exemplo deste tipo de ameaça foi protagonizado pelo Twitter, durante o período eleitoral brasileiro, atacando a legitimidade dos julgamentos realizados pelo Supremo Tribunal Federal sobre os golpistas do 08 de janeiro de 2023 e descumprindo ordens do tribunal. A situação levou ao bloqueio dos serviços da empresa no Brasil em agosto (STF, 2024a), mas pela conturbação decorrente dos ataques, a tramitação do PL 2630 foi atrasada sob justificativa do presidente da Câmara dos Deputados de que o projeto “estava ‘contaminado’ pela discussão ideológica e seria preciso começar o debate do zero” (León, 2024, s/p). O bloqueio da plataforma digital foi suspenso após o cumprimento de ordens e pagamento de multas em outubro de 2024 (STF, 2024b). Em janeiro de 2025, a Meta assumiu postura similar ao Twitter, ao informar que a empresa vai “trabalhar com o presidente Trump para pressionar Estados ao redor do mundo que estão perseguindo empresas americanas e pressionando por mais censura” (Zuckerberg apud Kaplan, 2025, 03:50-04:00)²⁰.

Ao negar ser poeta de um mundo caduco, Carlos Drummond de Andrade manifesta contrariedade ao estado do mundo e chama para uma mudança do presente, pois vê seus companheiros, embora taciturnos, nutridos de grandes esperanças (Drummond, [s.d.]). Os sintomas de caduquice em 2024 explicitam a urgência na construção de mecanismos públicos e sociais para transparência, que possibilitem um efetivo escrutínio público acerca do processo de tomada de decisão humana e algorítmica das grandes plataformas digitais no processo de moderação de contas e conteúdos. Apesar da incisividade mantida pelo TSE através da Resolução nº 23.732, estão evidentes as limitações da autoridade eleitoral frente a empresas que unilateralmente revogam instrumentos e políticas voltadas a oferecer doses de transparência e segurança nas eleições.

Considerações finais

A cada ciclo eleitoral tem se tornado mais evidente a relevância que os serviços das empresas de plataformas digitais desempenham para assegurar condições para que as eleições transcorram de forma democrática e segura. As eleições de 2022, especialmente pela intentona golpista, ilustram de forma dramática que a responsabilidade das plataformas digitais com a integridade e segurança dos processos eleitorais não se esgotam durante o calendário eleitoral.

As eleições de 2024, por sua vez, foram palco de uma mudança na dinâmica da disputa entre as empresas e autoridades eleitorais sobre a definição de regras relacionadas à transparência e responsabilidade na moderação de contas e conteúdo nas plataformas digitais. O recuo na forma de cooperação com as autoridades eleitorais, assumindo em alguns casos um enfrentamento aberto, decorre da escalada de tensão no cenário político e social — exemplificada pela intentona golpista — resultando, por parte das autoridades, em medidas mais incisivas na mitigação da assimetria informacional. Buscando, portanto, incidir sobre um instrumento fundamental de proteção do modelo de negócios, a opacidade.

Dante deste cenário, não há como ignorar a urgência na construção de mecanismos públicos e sociais para a transparência, que possibilitem um efetivo escrutínio público e de responsabilização sobre

20 No original: “we’re going to work with President Trump to push back on governments around the world, that are going after American companies and pushing to censor more”.

os atuais danos e riscos produzidos pelos sistemas de moderação de contas e conteúdos. Importante, portanto, avançar em uma agenda de pesquisa que desvele e ajude a compreender a intervenção das plataformas digitais sobre o Congresso Nacional que, embora carregue propostas legislativas que acumulam um debate maduro sobre regulação, tem travado o avanço de suas tramitações e votações.

Referências

AFFONSO, Julia. Câmara aprova urgência de PL das Fake News; oposição, TikTok e Facebook são contra. **Estadão**, São Paulo, 25 de abr. 2023. Disponível em: <<https://www.estadao.com.br/politica/governo-lula-tenta-acelerar-votacao-de-pl-das-fake-news-tiktok-pede-a-deputados-para-barrar-projeto/>> Acesso em: 13 dezembro 2024.

ALVES, Marcelo, GROHMANN, Rafael, RECUERO, Raquel; TAVARES, Camila. Disinformation and 2022 elections in Brazil. **INCT em Disputas e Soberanias Informacionais**. [online]. 2023. Disponível em: <<https://inctdsi.uff.br/2023/11/15/disinformation-and-2022-elections-in-brazil-lessons-learned-from-a-south-to-south-context/>> Acesso em: 2 dezembro 2024.

ANANNY, Mike; CRAWFORD, Kate. 2016. Seeing without knowing: Limitations of the transparency ideal and its application to algorithmic accountability. **New Media Society**. 20 (3). pp. 973-989. 2018. <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444816676645>>

ANDRADE, Carlos Drummond. [s.d.] **Mãos Dadas**. Letras. [online]. Disponível em: <<https://www.letras.mus.br/carlos-drummond-de-andrade/460648/>>. Acesso em: 13 janeiro 2025.

BARBOSA, Bia; VALENTE, Jonas; MARTINS, Helena. 2021. **Fake News: como as plataformas enfrentam a desinformação**. São Paulo: Intervozes, 2021.

BBC. **Twitter to ban all political advertising**. Londres: BBC, 31 de outubro de 2019. Disponível em <<https://www.bbc.com/news/world-us-canada-50243306>>. Acesso em: 14 maio 2025.

BENNET, Colin; ODURO-MARFO, Smith. **Privacy, Voter Surveillance and Democratic Engagement**. Information Commissioner's Office. Victoria, 2019. Disponível em: <https://globalprivacyassembly.org/wp-content/uploads/2019/10/Privacy-and-International-Democratic-Engagement_finalv2.pdf> Acesso em: 22 julho 2024.

BENTES, Anna. **Eleições, direitos digitais e desinformação**. Derechos Digitales, 2023. Disponível em <<https://www.derechosdigitales.org/wp-content/uploads/DD-Desinfo-2023-PT.pdf>> Acesso em: 2 dezembro 2024.

BETHÔNICO, Thiago; PITOMBO, João Pedro. **Vídeos mostram protestos de caminhoneiros bolsonaristas**. [online]. Folha de São Paulo, São Paulo, 31 out. 2022. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2022/10/videos-mostram-protestos-de-caminhoneiros-bolsonaristas.shtml#rodovias-federais-que-tiveram-trechos-bloqueados-por-caminhoneiros-bolsonaristas-nesta-segunda-31>> Acesso em: 25 novembro 2024.

BRAGATTO, Rachel Callai; JARDIM, Luiza; MARTINS, Helena. State, internet platforms and the production of visibility conditioned by payment: content financing in the Brazilian elections (2018, 2020 and 2022). In: **27th World Congress of Political Science**. IPSA. Buenos Aires, Argentina, 2023. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/372823894_State_internet_platforms_and_the_production_of_visibility_conditioned_by_payment_content_financing_in_the_Brazilian_elections_2018_2020_and_2022>. Acesso em: 11 setembro 2024.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **1ª Sessão Deliberativa Ordinária da 57ª Legislatura**. Brasília, 2 mai 2023. Disponível em: <<https://escriba.camara.leg.br/escriba-servicosweb/pdf/67877>> Acesso em: 4 junho 2025.

CLEGG, Nick. **Novas ferramentas para apoiar pesquisas independentes**. Meta, 21 nov. 2023. Disponível em: <<https://about.fb.com.br/news/2023/11/novas-ferramentas-para-apoiar-pesquisas-independentes/>> Acesso em: 10 janeiro 2025.

COMITÊ DE SUPERVISÃO DA META. O Comitê de Supervisão revoga a decisão original da Meta no caso “Discurso do general brasileiro”. Meta, 22 jun. 2023. Disponível em: <<https://www.oversightboard.com/news/6509720125757695-oversight-board-overturns-meta-s-original-decision-in-brazilian-general-s-speech-case-2/?lang=pt-br>> Acesso em: 17 julho 2025.

CONSELHO DIGITAL. O que advogados, acadêmicos e especialistas pensam sobre a resolução do TSE. 14 mar. 2024. Disponível em: <<https://conselhodigital.org.br/2024/03/o-que-advogados-academicos-e-especialistas-pensam-sobre-a-resolucao-do-tse/>> Acesso em: 17 julho 2025.

DANTAS, Marcos; MOURA, Denise; RAULINO, Gabriela; ORMAY, Larissa. **O valor da informação: de como o capital se apropria do trabalho social na era do espetáculo e da internet.** Estado de sítio. São Paulo: Boitempo, 2022.

LASTRES, Helena M. M.; CASSIOLATO, José E.; DANTAS, Marcos. **Economia política de dados e soberania digital.** Rio de Janeiro:Contracorrente, 2025.

DOMMETT, Katharine; POWER, Sam. **Monitoring digital election campaigns: assessing the transparency ecosystem in the United Kingdom.** Politics, 44(1) 119-139, 2023. <https://doi.org/10.1177/02633957231156084>

DUQUE, Karen. Mais detalhes sobre a verificação de anunciantes eleitorais e o relatório de transparência de publicidade política. **Blog do Google Brasil**, Google, 21 fev. 2022. Disponível em: <<https://blog.google/intl/pt-br/novidades/iniciativas/verificacao-de-anunciantes-eleitorais-e-o-relatorio-de-transparencia-de-publicidade-politica/>>. Acesso em: 6 janeiro 2025.

DWOSKIN, Elizabeth; NEWMAYER, Tory; MAHTANI, Shibani. **The case against Mark Zuckerberg: Insiders say Facebook's CEO chose growth over safety.** The Washington Post. Washington, 25 out. 2021. Disponível em: <<https://www.washingtonpost.com/technology/2021/10/25/mark-zuckerberg-facebook-whistleblower/>> Acesso em: 17 julho 2025.

PRESSE, France. **TikTok sabe que pode deixar usuários viciados e gerar ansiedade, revelam documentos internos.** G1. São Paulo, 11 out. 2024. Disponível em: <<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2024/10/11/tiktok-documentos-internos-revelam-que-big-tech-sabia-dos-seus-efeitos-prejudiciais-a-saude-dos-jovens.ghtml>> Acesso em: 25 novembro 2024.

G1. Mensagens mostram como bolsonaristas articularam ato em Brasília que levou a invasão de STF, Congresso e Planalto. G1. São Paulo, 8 jan. 2023a. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2023/01/08/mensagens-bolsonaristas-terroristas-brasilia.ghtml>> Acesso em: 25 nov. 2024.

G1. Conteúdo extremista continua nas redes sociais mais de 24 horas depois de atores de terrorismo em Brasília. G1. São Paulo, 9 jan. 2023b. Tecnologia. Disponível em: <<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2023/01/09/conteudo-extremista-continua-nas-redes-sociais-mais-de-24-horas-depois-de-atores-de-terrorismo-em-brasilia.ghtml#redes>> Acesso em: 25 nov. 2024.

GALLEGÓ, Natália. **Nossos esforços para manter a integridade da comunidade durante as eleições municipais. TikTok.** TikTok, 16 ago. 2024. Disponível em: <<https://newsroom.tiktok.com/pt-br/nossos-esforcos-para-manter-a-integridade-da-comunidade-durante-as-eleicoes-municipais>> Acesso em: 17 jul. 2025

GONZALES, Alexandre Arns; BRAGATTO, Rachel Callai. The Politics of Content Moderation by Digital Platforms. In: Von Bülow, Marisa; Avritzer Leonardo; Santana, Eliara **Democracy Under Attack: Disinformation and Polarization in the 2022 Brazilian Elections.** Springer, 2024. DOI:https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-66978-1_2

GONZALES, Alexandre Arns; VON BÜLOW, Marisa. Entre resistência e concessão de transparência: as plataformas digitais colaboraram com as eleições?. **Revista de Sociologia e Política**, vol. 32, 2024. DOI: <https://dx.doi.org/10.1590/1678-98732432e018>

GORWA, Robert. Elections, institutions, and the regulatory politics of platform governance: the case of the

German NetzDG, **Telecommunications Policy**, 45 (6), 2021.

GORWA, Robert; BINNS, Reuben; KATZENBACH, Christian. Algorithmic content moderation: Technical and political challenges in the automation of platform governance. In: **Big Data Society. January-June**, 1-15, 2020. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2053951719897945>>. Acesso em: 15 janeiro 2025.

GOOGLE. [s.d.] Campanhas políticas no Google. **Central de Transparência de anúncios**. [online]. Disponível em: <<https://adtransparency.google.com/political?region=BR&topic=political>> Acesso em: 8 janeiro 2025.

GOOGLE. **Atualização da política de conteúdo político (abril de 2024)**. Políticas do Google Ads. 24 abr. 2024. Disponível em: <<https://support.google.com/adspolicy/answer/14777186?hl=pt-BR>> Acesso em: 17 julho 2025.

GOOGLE TEAM INDIA. **Supporting the 2024 Indian General Election**. Blog Google. India Blog. 12 mar. 2024. Disponível em: <<https://blog.google/intl/en-in/company-news/outreach-initiatives/supporting-the-2024-indian-general-election>> Acesso em: 11 novembro 2024

HAENSCHEN, Katherine; WOLF, Jordan. Disclaiming responsibility: How platforms deadlocked the Federal Election Commission's efforts to regulate digital political advertising. **Telecommunications Policy**, 43(8), 2019. DOI: <<https://doi.org/10.1016/j.telpol.2019.04.008>>

JASPER, Susan. **How we're approaching the 2024 U.S. elections**. Blog Google. The Keyword. 19 dez. 2023. Disponível em: <<https://blog.google/outreach-initiatives/civics/how-were-approaching-the-2024-us-elections>> Acesso em: 31 outubro 2024.

KAPLAN, Joel. **More Speech and Fewer Mistakes**. Meta. 7 jan. 2025. Disponível em: <<https://about.fb.com/news/2025/01/meta-more-speech-fewer-mistakes/>> Acesso em: 10 janeiro 2025

KREISS, Daniel; MCGREGOR, Shannon C.. **Technology Firms Shape Political Communication: The Work of Microsoft, Facebook, Twitter, and Google With Campaigns During the 2016 U.S. Presidential Cycle**. Political Communication, pp.1-23, 2017. <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1364814>

KROEBER-RIEL, Annette. **Supporting the Elections for European Parliament in 2024**. Blog Google. The Keyword. 9 de fev. 2024. Disponível em: <<https://blog.google/around-the-globe/google-europe/supporting-elections-for-european-parliament-2024>> Acesso em: 17 julho 2025.

KWAI. **Kwai veta anúncios políticos para eleições 2024**. Sala de imprensa. 15 mai. 2024. Disponível em: <https://www.kwai.com/pt-BR/newsroom?article_id=1055481> Acesso em: 8 janeiro 2025.

LENNOX, Duncan. **Nosso Relatório de Segurança de Anúncios de 2023**. Blog do Google Brasil. 27 mar. 2024. Disponível em: <<https://blog.google/intl/pt-br/produtos/nosso-relatorio-de-seguranca-de-anuncios-de-2023>> Acesso em: 11 novembro 2024.

MARQUES, Francisco; SAMPAIO, Rafael; AGGIO, Camilo. **Do clique à urna: internet, redes sociais e eleições no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2013.

MARTINS, Laís. **Meta investe em Anúncio de Página Inteira sobre PL das Fake News**. Núcleo. 3 mar. 2023. Disponível em: <<https://www.nucleo.jor.br/curtas/2022-03-03-meta-anuncio-pl-fakenews/>> Acesso em: 4 junho 2025.

MARX, Karl. **Sobre a questão judaica**. São Paulo: Boitempo. 2010

MAZOTTE, Natalia. **Conheça os 5 projetos selecionados para o GNI Startups Lab 2024**. Blog do Google Brasil. 21 jun. 2024. Disponível em: <<https://blog.google/intl/pt-br/novidades/iniciativas/conheca-os-15-projetos-selecionados-para-o-gni-startups-lab-2024>> Acesso em: 11 novembro 2024.

MELLO, Patrícia . **Pressão de big techs contra regulação é muito maior no Brasil, diz deputada da União**

Europeia. Folha de São Paulo. São Paulo. 22 mai. 2023. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2023/05/pressao-de-big-techs-contra-regulacao-e-muito-maior-no-brasil-diz-deputada-da-uniao-europeia.shtml>> Acesso em: 13 dezembro 2024.

META. How Meta is Preparing For Indian General Elections 2024. [online] Newsroom. 19 mar. 2024a. Disponível em: <<https://about.fb.com/news/2024/03/how-meta-is-preparing-for-indian-general-elections-2024/>> Acesso em: 11 novembro 2024

META. Nosso trabalho para proteger as eleições municipais de 2024 no Brasil. [online]. Newsroom. 2 abr. 2024b. Disponível em: <<https://about.fb.com/br/news/2024/04/nosso-trabalho-para-proteger-as-eleicoes-municipais-de-2024-no-brasil/>> Acesso em: 11 novembro 2024.

MURPHY, Matt. Meta vai bloquear conteúdo pró-invasão em Brasília das redes sociais. [online]. BBC News Brasil. 9 jan. 2024. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-64208677>> Acesso em: 25 novembro 2024.

O'DONOVAN, Katie. Supporting the UK General Election in 2024. [online] Blog Google. The Keyword. 30 mai. 2024. Disponível em: <<https://blog.google/around-the-globe/google-europe/united-kingdom/google-2024-uk-election-support/>> Acesso em: 11 novembro 2024.

PANCINI, Marco. How Meta Is Preparing for the EU's 2024 Parliament Elections. [online] Newsroom. 25 fev. 2024. Disponível em: <<https://about.fb.com/news/2024/02/how-meta-is-preparing-for-the-eus-2024-parliament-elections/>> Acesso em: 11 novembro 2024.

RUBINSTEIN, Ira. Voter Privacy in the Age of Big Data. Wisconsin Law Review 861, p. 862–936, 2014. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=2447956>> Acesso em: 11 setembro 2024.

SANTINI, Rose Marie. Marie; SALLES, Débora; MATTOS, Bruno; CANAVARRO, Marcela; HADDAD, João; SILVA, Daphne. 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), 2024.

SPAGNUOLO, Sérgio. Como funciona o programa de checagem que a Meta vai encerrar. Núcleo. 7 jan. 2025. Disponível em: <<https://nucleo.jor.br/curtas/2025-01-07-programa-checagem-meta/>>. Acesso em: 10 janeiro 2025.

SANTOS, Emily. ‘Não serei poeta de um mundo caduco’: o verso de Drummond que inspirou ‘alerta’ de Cármén Lúcia. **G1.** 29 fev. 2024. Disponível em: <<https://g1.globo.com/educacao/noticia/2024/02/29/nao-serei-o-poeta-de-um-mundo-caduco-o-verso-de-drummond-que-inspirou-alerta-de-carmen-lucia.ghtml>> Acesso em: 9 novembro 2024.

SIDDO, Balkissa Idé. How Meta Is Preparing for the 2024 South African Elections. [online] Newsroom. **12 abr. 2024.** Disponível em: <<https://about.fb.com/news/2024/04/how-meta-is-preparing-for-the-2024-south-african-elections/>> Acesso em: 11 novembro 2024.

SILVA, Fernanda ; GERTRUDES, Júlia Maria. Governança da moderação de conteúdo online: percepções sobre o papel dos atores e regimes. Belo Horizonte: IRIS, 2023. Disponível em: <<https://irisbh.com.br/wp-content/uploads/2023/01/Governanca-da-moderacao-de-conteudo-online-IRIS-1.pdf>>. Acesso em: 11 novembro 2024.

SILVA, Orlando. As ameaças à democracia na era digital e as resoluções do TSE. Carta Capital. 11 mar. 2024. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/opiniao/frente-ampla/as-ameacas-a-democracia-na-era-digital-e-as-resolucoes-do-tse/>> Acesso em: 17 julho 2025.

SPOTIFY. How Spotify Is Protecting Election Integrity in 2024. [online] Newsroom. For the Record. 31 mai. 2024. Disponível em: <<https://newsroom.spotify.com/2024-05-31/how-spotify-is-protecting-election-integrity-in-2024/>> Acesso em: 17 julho 2025.

STF. Plenário mantém resolução do TSE sobre combate à desinformação. [online] Supremo Tribunal

Federal. Brasília, DF. 25 out. 2022. Disponível em: <<https://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=496383&ori=1>> Acesso em: 9 dezembro 2024.

STF. STF determina suspensão do X, antigo Twitter, em todo o território nacional. 30 ago. 2024a. Brasília, DF. Disponível em: <<https://noticias.stf.jus.br/postsnoticias/stf-determina-suspensao-do-x-antigo-twitter-em-todo-o-territorio-nacional-2/>> Acesso em: 10 janeiro 2025.

STF. STF autoriza retorno imediato do X e determina que Anatel adote providências para retomada do serviço. 8 out. 2024b. Brasília, DF. Disponível em: <<https://noticias.stf.jus.br/postsnoticias/stf-autoriza-o-retorno-imediato-do-x-e-determina-que-anatel-adote-providencias-para-a-retomada-do-servico/>> Acesso em: 10 janeiro 2025.

STROMER-GALLEY, Jennifer. **Presidential Campaigning in the Internet Age.** 1. ed. New York: Oxford University Press, 2014.

WETERMAN, Daniel; AFFONSO, Julia. Pressão e ameaça no Congresso: como Google e Facebook derrubaram o PL 2630 das Fake News em 14 dias. **Estadão.** 26 jun. 2023. Disponível em: <<https://www.estadao.com.br/politica/pressao-e-ameaca-no-congresso-como-o-google-derrubou-o-pl-2630-das-fake-news-em-14-dias/>> Acesso em: 13 dezembro 2024.

TSE. **Consulte as minutas das resoluções eleitorais para as Eleições 2024.** Brasília, DF, 4 jan. 2024a. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2024/Janeiro/consulte-as-minutas-das-resolucoes-para-as-eleicoes-2024>> Acesso em: 18 novembro 2024.

TSE. **Audiências Públicas sobre as minutas das resoluções para as Eleições 2024.** Brasília, DF, 2024b. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/servicos-judiciais/audiencias-publicas/audiencias-publicas-sobre-as-minutas-das-resolucoes-que-regerao-as-eleicoes-2024>> Acesso em: 18 novembro 2024.

TSE. **2024c. Sessão Plenária - 27 de Fevereiro de 2024.** Brasília, DF, 27 fev. 2024c. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=hr05rWalyGk>>. Acesso em: 18 novembro 2024.

TSE. **Resolução Nº 23.732.** Brasília, DF, 27 fev. 2024d. Tribunal Superior Eleitoral. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2024/resolucao-no-23-732-de-27-de-fevereiro-de-2024>> Acesso em: 24 novembro 2024.

TSE. **Plano Estratégico Eleições 2024.** Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação do TSE. Brasília, DF, 2024e. Disponível em: <<https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/programa-permanente-de-enfrentamento-a-desinformacao-2024.pdf>> Acesso em: 24 novembro 2024.

TSE. **Sessão de Abertura do Ano Judiciário Eleitoral - 1º de Fevereiro de 2024.** Brasília, DF, 2024f. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=X2b35tb8MC0>> Acesso em: 14 dezembro 2024.

TSE. **Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação no âmbito da Justiça Eleitoral: relatório de ações e resultados eleições 2022.** Brasília, DF, 2023. Disponível em: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/Relatorio_de_acoes_e_resultados_DIGITAL_Seprev_OK_FINAL_1_.pdf>. Acesso em: 2 dezembro 2024.

TSE. **Resolução nº 23.714, de 20 de outubro de 2022.** Brasília, DF, 2022. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2022/resolucao-no-23-714-de-20-de-outubro-de-2022>> Acesso em: 9 dezembro 2024

UOL. **Veja as imagens impactantes do ataque golpista aos Três Poderes em Brasília.** São Paulo: Uol, 9 jan. 2023. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2023/01/09/ataque-poderes.htm>> Acesso em: 25 novembro 2024.

WALTENBERG, Guilherme. Google veta impulsionamento eleitoral em 2024. **Poder360**, 23 de abr. 2024. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/poder-eleicoes/eleicoes/google-veta-impulsionamento-eleitoral-em-2024-e-pressiona-tse/>> Acesso em: 17 julho 2025.

YOUTUBE. An update on our approach to US election misinformation. Official Blog. 2 jun. 2023. Disponível em: <<https://blog.youtube/inside-youtube/us-election-misinformation-update-2023/>> Acesso em: 10 janeiro 2025.

X SAFETY. Supporting people's right to accurate and safe political discourse on X. Blog X. 29 ago. 2023. Disponível em: <https://blog.x.com/en_us/topics/company/2023/supporting-peoples-right-to-accurate-and-safe-political-discourse-on-x> Acesso em: 17 julho 2025.

X BUSINESS. Transforming the Global Town Square. Blog X. 9 jan. 2024. Disponível em: <https://blog.x.com/en_us/topics/company/2023/transforming-the-global-town-square>. Acesso em: 17 julho 2025.

ZADROZNY, Brandy. ‘Carol’s Journey’: What Facebook knew about how it radicalized users. **CNBC**. 23 out. 2024. Disponível em: <<https://www.cnbc.com/2021/10/23/carols-journey-what-facebook-knew-about-how-it-radicalized-users.html>> Acesso em: 9 dezembro 2024.

ZUBOFF, Shoshana. **The Age of Surveillance Capitalism**. New York: Public Affairs, 2019.

Rachel Callai Bragatto é professora no Departamento de Artes na Universidade Federal do Paraná e possui experiência profissional e acadêmica nas áreas de políticas culturais, participação política e internet. Neste artigo, contribuiu com a concepção do desenho da pesquisa; desenvolvimento da discussão teórica; interpretação dos dados; apoio na revisão de texto; redação do manuscrito e revisão da versão em língua estrangeira (informar sua contribuição no artigo).

Alexandre Gonzales é atualmente pesquisador bolsista do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), pesquisador voluntário do Instituto de Ciência Política da UnB, possui experiência e trabalho na área de Governança Global da Internet, Economia Política dos Dados e eleições. Neste artigo, contribuiu com a concepção do desenho da pesquisa; desenvolvimento da discussão teórica; interpretação dos dados; apoio na revisão de texto; redação do manuscrito e revisão da versão em língua estrangeira (informar sua contribuição no artigo).