Manipulação política via algoritmos

Recentes pesquisas do NetLab-UFRJ mostram o quanto ainda temos que nos preocupar

---

Ana Frazão

Advogada. Professora Titular de Direito Civil e Comercial da UnB. Ex-Conselheira do CADE.

Não é novidade que os algoritmos podem ser usados como poderosas armas de propaganda e manipulação política[1]. Tampouco é novidade que um dos maiores desafios que as democracias contemporâneas enfrentam é como lidar com a desinformação[2]. O que continua surpreendendo, entretanto, é a dimensão da opacidade sobre o funcionamento das plataformas digitais e as dificuldades para que suas atividades respeitem regras eleitorais e os pressupostos fundamentais da democracia.

Com efeito, o eleitor não tem como fazer uma deliberação racional se não tem acesso aos fatos com base nos quais poderá orientar sua escolha. Logo, se um ambiente informacional saudável é pressuposto do bom funcionamento das democracias, são sempre preocupantes os receios e as evidências de tentativas de manipulação de eleitores, como já tive oportunidade de analisar em textos anteriores, ao abordar, dentre outros, o problema dos conteúdos

[1] https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/eleicoes-e-algoritmo-a-democracia-corre-perigo

[2] https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/mercado-desinformacao-repercussoes-democracia ; https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/o-negocio-das-fake-news-e-suas-repercussoes

sintéticos[3], da utilização do lado bajulador da inteligência artificial generativa para fins políticos[4] e dos influencers políticos criados por inteligência artificial[5].

Embora a manipulação política por algoritmos não seja um problema novo, a cada eleição reforça-se a impressão de que o problema, longe de ser solucionado, se agrava. Nas atuais eleições brasileiras, as preocupações se avolumam com inúmeras suspeitas de interferências indevidas, seja por parte de *big techs*, seja por parte de governos.

Como meros exemplos, dentre muitos, foram amplamente divulgadas pela imprensa, a partir de reportagem do *The Guardian*, acusações de que a administração Trump estaria interferindo nas eleições brasileiras[6], inclusive por meio da destinação de 1 milhão de dólares a projeto que contesta a atuação do STF, sob o pretexto de combater a censura[7]. Paralelamente, há diversas acusações contra a Meta, sob o argumento de que estaria privilegiando o engajamento do candidato Flavio Bolsonaro em detrimento de Lula[8].

O cenário pode ser mais bem delineado a partir de três relatórios recentes do NetLab, vinculado à UFRJ, que tiveram por objeto a atuação das plataformas TikTok, Kwai e Meta.

No relatório "TikTok recomenda conteúdos de candidatos e contraria normas eleitorais"[9], os pesquisadores identificaram que a plataforma recomendou vídeos de perfis oficiais de candidaturas, descumprindo a norma eleitoral e o seu próprio plano de conformidade. E, o que é mais grave, "a falta de transparência do TikTok não permite estimar o número total de contas e candidaturas afetadas pelo sistema de recomendação nas eleições."

Daí a conclusão do relatório de que "sem a transparência mínima para observar e coletar dados desses sistemas em maior escala, as plataformas digitais seguem sendo caixas-pretas." Em outras palavras, os problemas

---

3 https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/regulacao-de-conteudos-em-plataformas-digitais

4 https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/o-lado-bajulador-da-ia-generativa-e-os-riscos-para-as-eleicoes

5 https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/influencers-politicos-criados-por-ia

6 https://www.theguardian.com/world/2026/sep/24/trump-brazil-election-interference

7 https://g1.globo.com/mundo/noticia/2026/10/01/governo-trump-destina-us-1-milhao-a-projeto-que-contesta-atuacao-do-stf-e-diz-combater-censura-no-brasil-diz-jornal.ghtml

8 https://www.cartacapital.com.br/politica/campanha-de-lula-acusa-meta-de-tentar-interferir-nas-eleicoes/

9 https://netlab.eco.ufrj.br/post/nota-t%C3%A9cnica-tiktok-recomenda-conte%C3%BAdos-de-candidatos-e-contraria-normas-eleitorais

apontados podem ser apenas a "ponta do iceberg" diante de inúmeros outros que nem mesmo podem ser identificados.

Já no relatório "Diretrizes de publicidade do Kwai não cumprem integralmente as exigências do TSE"[10], os pesquisadores demonstraram que "as políticas do Kwai fazem referência às regras do TSE, mas apresentam ambiguidades, informações imprecisas, inconsistências entre traduções e versões com erros básicos de redação, mostrando que a plataforma não atende às exigências das regras eleitorais brasileiras. A falta de coerência se estende à aplicação das regras: a plataforma não cumpre nem as exigências do TSE, nem suas próprias políticas."

A ausência da devida transparência é um problema por si só, pois impede a verificação de que todos os anúncios com cunho político cumprem efetivamente as regras previstas pela Justiça Eleitoral. Daí a conclusão de que "os resultados apontam para uma falta de compromisso do Kwai com as obrigações estabelecidas pela Justiça Eleitoral brasileira", assim como "os achados sugerem uma governança de fachada, na qual a adoção formal de políticas e mecanismos de transparência produz uma aparência de aderência às exigências regulatórias sem que ela se traduza em sua implementação integral."

Por fim, merece ser mencionado o relatório "A desconfiança institucional como estratégia política. Ataques às instituições e à integridade eleitoral na publicidade política da Meta", tendo por objeto as plataformas da Meta[11].

A pesquisa mostrou como candidatos e outros atores se aproveitam dos mecanismos de microssegmentação e impulsionamento para (i) promover a desconfiança em relação ao STF, às urnas eletrônicas e ao processo eleitoral, (ii) fazer acusações de fraudes eleitorais, (iii) defender intervenção estrangeira e (iv) em muitos casos veicular ameaças implícitas de violência.

Dentre os problemas encontrados estão:

(i) **falhas de categorização**: como parte dos anúncios não é nem mesmo caracterizada como de cunho político pela Meta, tal circunstância impede o acesso a dados de alcance e segmentação, o que

[10] https://netlab.eco.ufrj.br/post/nota-t%C3%A9cnica-kwai-n%C3%A3o-atende-%C3%A0s-exig%C3%AAncias-do-tse-para-publicidade-pol%C3%ADtico-eleitoral

[11] https://netlab.eco.ufrj.br/post/a-desconfian%C3%A7a-institucional-como-estrat%C3%A9gia-pol%C3%ADtica-ataques-%C3%A0s-institui%C3%A7%C3%B5es-e-%C3%A0-integridade-eleit

compromete o cumprimento das regras eleitorais de transparência, dificulta a fiscalização e cria impedimentos para dimensionar o alcance e avaliar os impactos dos anúncios. Daí a conclusão de que "quando a Meta falha em categorizar anúncios político-eleitorais, os dados dessas campanhas deixam de estar observáveis, comprometendo a fiscalização e a transparência da publicidade eleitoral."

(ii) **publicação de anúncios sem o rótulo de propaganda eleitoral**: segundo o relatório, "o achado evidencia falhas nos mecanismos de moderação da Meta, que permite a circulação de publicidade irregular, mesmo diante dos compromissos públicos assumidos pela empresa junto ao TSE."

(iii) **participação de anunciantes não autorizados**: embora as normas do TSE restrinjam o impulsionamento de propaganda eleitoral a candidaturas, partidos, federações e coligações, foram encontrados diversos anunciantes irregulares – como páginas de podcasts, criadores de conteúdo e páginas apócrifas ligadas a movimentos políticos – sendo o candidato Flavio Bolsonaro o principal beneficiado por esses conteúdos. Daí a conclusão de que "o estudo identificou falhas de governança da Meta que comprometem a transparência e a fiscalização da publicidade político-eleitoral, dificultando a identificação de seus financiadores e a responsabilização por conteúdos que descumpram as normas eleitorais brasileiras."

(iv) **conteúdos pagos ilícitos**: conteúdos que contrariam as normas eleitorais e questionam a segurança das urnas e a lisura do processo eleitoral.

Todas essas estratégias levam, ainda segundo o NetLab, aos seguintes resultados: (i) a produção de desconfiança sobre as instituições como estratégia político-eleitoral, (ii) linguagem ambígua nos anúncios para tensionar a interpretação jurídica, (iii) discursos de aparência moderada para tornar mais palatáveis conteúdos radicalizados e (iv) narrativas que questionam a legitimidade das eleições.

O mais grave é que, longe de serem ocorrências episódicas, os problemas encontrados são falhas sistêmicas: "A persistência dessas falhas evidencia que a empresa não é capaz de assegurar condições adequadas de

transparência e segurança dos usuários", uma vez que "falta de transparência impede fiscalização sistemática, ameaçando a integridade do processo eleitoral" e impedindo que se dimensione a circulação de conteúdos irregulares e a dinâmica da sua disseminação.

Como se pode observar, os achados já são suficientemente preocupantes. Porém, a sua maior gravidade está naquilo que não conseguimos conhecer: a extensão das irregularidades, a dimensão dos seus efeitos e a capacidade efetiva das instituições de fiscalizá-las e controlá-las.

Mais uma vez, estamos diante dos riscos de que os destinos da democracia brasileira sejam decididos por uma governança algorítmica estrangeira privada que, em razão da sua obscuridade, vem se mostrando igualmente incognoscível e incontrolável.

Publicado em 15/10/2026
Link: https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/manipulacao-politica-via-algoritmos