

Redes sociais nas eleições: Como fiscalizar os algoritmos?

Victor Habib Lantyer de Mello

Uma eleição termina na urna, mas a disputa pela atenção começa muito antes dela. Hoje, uma parte importante dessa disputa acontece em telas organizadas por empresas privadas. Quando alguém abre o Instagram, o Facebook, o TikTok, o YouTube ou o X, não encontra uma reprodução neutra de tudo o que foi publicado. Encontra uma seleção. Algumas mensagens aparecem no alto da tela, outras surgem como recomendação, outras quase não encontram caminho até novos públicos. (1, 2, 3)

Essa seleção não é a única decisão que importa. A mesma rede pode retirar um vídeo, suspender uma conta ou deixar de sugerir uma publicação que continua acessível no perfil. Para quem publica, conhecer as regras gerais não basta: é preciso saber o que foi feito naquele caso e por quê. Quando essa resposta não vem, o problema deixa de ser apenas perder audiência. Torna-se difícil até descobrir o que precisa ser contestado. (1, 4)

Durante uma campanha eleitoral, essa diferença pesa ainda mais porque o relógio não para. Se uma postagem é retirada ou perde distribuição hoje e a explicação só chega três dias depois, talvez o debate já tenha mudado. A plataforma pode devolver o conteúdo, mas não devolve necessariamente o momento em que ele deixou de circular. Por isso, discutir algoritmos nas eleições não é discutir apenas remoção de conteúdo. É discutir poder de distribuição, capacidade de prova e tempo de resposta.

No Brasil, já existem deveres sobre recomendação, publicidade, explicação de remoções e possibilidade de recurso. Eles aparecem nas regras eleitorais e em outros instrumentos, como a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e a regulamentação do Marco Civil da Internet. A questão, portanto, não é começar do zero. É saber até onde esses deveres alcançam as decisões das redes e o que permite cobrar seu cumprimento: uma resposta ligada ao caso, registros que possam ser examinados e uma revisão que chegue a tempo. (5, 6, 7, 8)

O algoritmo começa antes de você perceber

Para entender o tamanho dessa assimetria, vale seguir o caminho de uma postagem. O aplicativo tem muito mais conteúdo disponível do que cabe na tela. Então ele começa fazendo uma primeira peneira: procura, entre milhões de possibilidades, algumas centenas ou milhares de publicações que poderiam interessar àquela pessoa. Essa etapa é muitas vezes chamada de seleção de

candidatos. Depois vem outra pergunta: entre essas candidatas, quais devem aparecer primeiro? (9, 10)

A resposta usa sinais. Alguns vêm do comportamento do usuário: contas seguidas, vídeos assistidos até o fim, curtidas, compartilhamentos, comentários, buscas, pedidos para deixar de mostrar determinado assunto, tempo gasto numa publicação. Outros vêm do próprio conteúdo: tema, texto, som, imagem, idioma, data de publicação e relação com assuntos vistos antes. Há ainda sinais de contexto, como dispositivo, localização aproximada, horário e a área do aplicativo em que a pessoa está. No YouTube, por exemplo, o histórico de visualização pesa especialmente na página inicial; já o vídeo que está sendo assistido ajuda a escolher o próximo. No TikTok, a empresa já descreveu interações, informações do vídeo e configurações da conta como partes do processo. (2, 3, 11)

Os sistemas modernos não tratam cada pista isoladamente. Eles procuram padrões. Quem costuma assistir a vídeos parecidos com este também viu o quê? Pessoas que seguem certas contas costumam parar em quais assuntos? Para fazer isso em enorme escala, plataformas transformam características dos usuários e dos conteúdos em representações numéricas. É como colocar gostos e publicações num grande mapa matemático: itens com padrões semelhantes ficam mais próximos e o sistema passa a estimar quais encontros têm maior chance de gerar uma reação. Narayanan explica que essa combinação de comportamento, semelhança e previsão está no coração de muitos sistemas de recomendação. (9)

Depois vêm as previsões. Qual a chance de a pessoa clicar? Assistir até o fim? Curtir? Compartilhar? Pedir para ver menos? Cada resposta possível pode receber um peso diferente. Se a plataforma passa a valorizar mais tempo assistido e menos curtidas, a ordem muda. Se dá mais importância a compartilhamentos, muda de novo. A Meta, empresa responsável pelo Instagram e pelo Facebook, descreve explicitamente esse tipo de combinação no sistema do Explorar do Instagram. O computador faz a conta em milésimos de segundo; a empresa escolhe quais objetivos entram na conta e quanto cada um vale. (10)

Ainda não acabou. Antes de chegar à tela, a lista pode passar por uma nova rodada de ajustes. A rede tenta evitar repetições, inserir alguma variedade, aplicar regras de segurança e retirar da recomendação conteúdos considerados inadequados para aquele espaço. Essa última etapa é decisiva para o tema eleitoral: um vídeo pode continuar disponível no perfil, mas deixar de concorrer por espaço nas sugestões. Ele não foi apagado; perdeu distribuição. A Meta distingue expressamente remoção de redução de alcance em sua documentação. (1, 5, 10)

Há também um ciclo que se retroalimenta. A plataforma mostra certos conteúdos; o usuário reage ao que recebeu; essas reações viram novos dados; os novos dados influenciam as próximas recomendações. Chaney, Stewart e Engelhardt

mostraram, em simulações, como esse tipo de realimentação pode tornar preferências observadas mais homogêneas ao longo do tempo. Isso não significa que todo usuário fique preso numa bolha inevitável. Significa algo mais simples e mais importante para a regulação: o sistema não é apenas um espelho do comportamento. Ele participa da produção dos sinais que depois usa para decidir o que mostrar. (12)

Essa engrenagem explica por que frases como “o algoritmo mostrou porque as pessoas quiseram” são incompletas. O interesse do público importa muito, mas ele passa por um desenho feito pela própria plataforma: quais sinais observar, quais objetivos perseguir, como equilibrá-los, quais conteúdos podem concorrer por recomendação e quando uma regra de integridade deve reduzir sua posição. Mudar qualquer uma dessas escolhas pode alterar a circulação em grande escala sem apagar uma única postagem.

A retirada de uma publicação também pode começar fora das recomendações: numa denúncia, numa detecção automática ou numa ordem judicial. A análise pode passar por uma equipe, por um programa ou pelos dois. A aplicação dessas regras é chamada de moderação. Por isso, abrir a caixa-preta envolve mais que entender como a rede escolhe um vídeo: envolve saber como ela decide retirar esse vídeo e o que acontece quando alguém contesta a decisão. (13)

A caixa-preta também está na resposta ao usuário

Quem usa a rede vê o resultado, mas acompanha pouco do caminho. Não sabe necessariamente qual regra estava ativa, se um programa classificou sua postagem como irregular ou se alguém reviu essa classificação. É esse desnível que a expressão “caixa-preta” ajuda a descrever. Jenna Burrell identifica três fontes da dificuldade: informações mantidas em segredo, conhecimento técnico que o público não possui e a complexidade do próprio sistema. (14)

Frank Pasquale descreveu uma desigualdade parecida em *The Black Box Society*: organizações acumulam informações sobre as pessoas enquanto estas sabem muito menos sobre os critérios pelos quais são avaliadas. Tarleton Gillespie, em *Custodians of the Internet*, mostra que a moderação faz parte da organização das plataformas. Os dois trabalhos ajudam a compreender por que não basta abrir uma discussão sobre cálculos: também é preciso examinar as escolhas da empresa, suas equipes e os caminhos disponíveis para quem discorda de uma decisão. (4, 15)

Um manual pode explicar a lógica geral e ainda deixar uma reclamação concreta sem resposta. Saber que curtidas e tempo assistido entram no cálculo não revela por que um vídeo perdeu distribuição ontem. Da mesma forma, dizer que uma conta “violou as diretrizes” não identifica a publicação, a regra aplicada nem o

comportamento considerado irregular. Há uma diferença entre informar que houve uma decisão e explicar essa decisão. (13, 14)

Para quem perdeu o acesso à conta, essa diferença é prática. Como demonstrar que uma regra foi cumprida sem saber qual regra está em discussão? Como explicar o contexto de uma frase se a rede nem sequer informa qual trecho considerou problemático? O usuário pode acabar preenchendo formulários e repetindo verificações de identidade sem conseguir responder ao motivo da suspensão. Confirmar quem ele é não esclarece o que teria feito de errado.

Um botão de recurso só ajuda quando leva a um exame da reclamação. Quem contesta precisa poder apresentar contexto, conhecer o andamento e receber uma resposta que enfrente o que alegou. O canal também precisa continuar acessível quando a própria conta está bloqueada. Os Princípios de Santa Clara, recomendações elaboradas por organizações de direitos humanos e especialistas, tratam desses cuidados, da revisão humana por pessoa não envolvida na decisão inicial e da atenção ao idioma e ao contexto da publicação. (13)

A denúncia de terceiros traz outra dificuldade. Um canal criado para avisar sobre abusos também pode ser alvo de tentativas de silenciar alguém. Muitas reclamações contra a mesma postagem podem apontar um problema real ou fazer parte de uma campanha abusiva; o volume, sozinho, não esclarece qual das duas situações ocorreu. Investigar exige acompanhar o que foi denunciado, o que a rede verificou e por que decidiu agir. Uma pessoa não deveria precisar descobrir quem tentou prejudicá-la para receber uma explicação sobre a restrição aplicada à sua conta.

Os Princípios de Santa Clara também recomendam verificar a autenticidade dos pedidos de remoção e protegê-los contra ataques coordenados. Isso ajuda a formular uma cobrança concreta: quais controles impedem que uma reclamação fraudulenta seja tratada como prova? Se alguém apresenta uma suposta ordem judicial, por exemplo, verificar sua autenticidade é parte do problema. Esse exame pode preservar a identidade de denunciante legítimos e os detalhes de segurança, sem tornar a origem e o tratamento dos pedidos inacessíveis à fiscalização. (13)

A volta da postagem não encerra essas perguntas. Se a rede reconhece um erro, ainda importa saber o que foi corrigido e se a medida atingiu apenas o conteúdo ou toda a conta. Um vídeo pode voltar ao perfil sem que isso, por si só, esclareça sua situação nas recomendações. Uma audiência menor depois da volta pode ter várias causas, inclusive o tempo em que ele ficou fora de circulação. É o histórico das medidas que permite investigar uma restrição ainda ativa, não apenas a comparação entre dois números de visualizações.

Durante uma eleição, essa falta de resposta consome um tempo que o autor não recupera. Antes de procurar a Justiça, ele tenta descobrir o que aconteceu; depois, precisa reunir os poucos elementos a que tem acesso. Enquanto isso, o assunto pode perder espaço e a conversa seguir sem aquela contribuição. Se a solução depende de mobilizar uma grande audiência ou pagar para discutir judicialmente uma suspensão, pessoas com menos recursos enfrentam uma barreira adicional. A utilidade do recurso está em funcionar também para quem não consegue transformar sua reclamação em notícia.

O que as regras brasileiras já permitem cobrar

A Justiça Eleitoral trata de parte desse problema ao adaptar as regras da campanha ao funcionamento das redes. O Tribunal Superior Eleitoral (TSE) reúne, na Resolução nº 23.610/2019, deveres sobre recomendação, transparência e impacto eleitoral. Em 2026, a Resolução nº 23.755 acrescentou planos de conformidade: documentos em que as empresas devem apresentar medidas, prazos e formas de acompanhar o cumprimento de suas obrigações. A Portaria nº 463 detalhou essas exigências. (5, 6, 16)

O ponto mais importante para este debate está no art. 23 da Portaria nº 463. A plataforma precisa informar os principais sinais usados para ordenar, recomendar, reduzir a distribuição ou limitar a circulação de conteúdo político-eleitoral e explicar como compara o alcance desse conteúdo. A portaria também prevê auditoria técnica e adota uma ideia central: não basta a empresa afirmar que cumpriu a regra; o cumprimento precisa ser verificável. (6)

Os planos também devem descrever canais de denúncia e contestação, tempos estimados de resposta e estrutura para cumprir ordens judiciais. O art. 22 exige critérios para escolher medidas de moderação e salvaguardas contra intervenções indevidas em conteúdo lícito. Assim, a fiscalização pode examinar tanto a rapidez do atendimento quanto os cuidados para não restringir quem cumpriu as regras. (6)

Há um dever voltado diretamente a quem perde uma publicação. Nas remoções de conteúdo ilícito previstas no art. 28, § 4º-B, da Resolução nº 23.610, a plataforma deve comunicar os motivos e permitir recurso. O § 4º-C também permite ao responsável pedir judicialmente o restabelecimento, demonstrando a ausência de ilicitude. A regra eleitoral não cuida apenas de retirar: nessa hipótese, também dá ao autor um caminho para questionar a retirada. (5)

Essas normas oferecem caminhos, mas não transformam a Justiça Eleitoral em responsável por toda disputa sobre redes sociais. A depender do problema, também incidem o Marco Civil, a LGPD, a defesa do consumidor, decisões do Supremo Tribunal Federal (STF) e as regras de proteção de crianças e adolescentes. A existência de vários instrumentos não garante que o usuário encontre uma

resposta útil entre eles. É necessário identificar qual dever foi descumprido, quem pode cobrá-lo e quais informações permitem verificar o caso. (7, 17, 18, 19, 20)

A Agência Nacional de Proteção de Dados (ANPD), por exemplo, entra quando a decisão envolve dados pessoais. O art. 20 da LGPD permite pedir revisão e informações sobre decisões tomadas unicamente por tratamento automatizado que afetem interesses do titular. Se a empresa negar informações sob alegação de segredo comercial, a própria lei admite auditoria para verificar aspectos discriminatórios. Opinião política, por sua vez, é dado sensível. Isso oferece uma porta importante, mas não transforma toda queda de alcance em caso automático de LGPD. (7)

O Decreto nº 12.975/2026 acrescentou outro conjunto de deveres ao regulamento do Marco Civil. O art. 16-E exige fundamento específico e meios de contestação nas remoções após notificação de crime ou ato ilícito. Se houver reconsideração após a contestação, também exige comunicar a mudança com sua fundamentação. O art. 16-F determina medidas contra o uso ilícito ou abusivo desses instrumentos de notificação. Portanto, explicar por que o conteúdo voltou e impedir denúncias abusivas já aparecem expressamente no texto brasileiro. (8)

O decreto também ampliou a fiscalização de mecanismos e procedimentos das plataformas pela ANPD e foi questionado no STF na ADI 7.981. A discussão envolve os limites do Executivo ao regulamentar a lei. Não apaga a existência dos deveres escritos, mas impede tratar qualquer cobrança como se todos os órgãos tivessem os mesmos poderes. A regra ganha utilidade quando quem sofreu a restrição consegue cobrar seu cumprimento e conferir a resposta da empresa. (8, 21)

A literatura brasileira já vinha apontando esse dilema. Gabriel Brega, na Revista Direito GV, alertou para o risco de modelos de responsabilidade que empurrem as plataformas a remover conteúdo em excesso e defendeu mais formalização e transparência. Daniel Dias, Luca Belli, Nicolo Zingales, Walter Gaspar e Yasmin Curzi, por outro lado, propuseram um modelo progressivo, com obrigações proporcionais ao porte da plataforma e aos riscos de seus mecanismos. Os caminhos não são idênticos, mas convergem num ponto: regular bem não é simplesmente mandar apagar mais. É criar deveres de processo, transparência e responsabilidade compatíveis com o poder exercido. (22, 23)

Provar o que aconteceu antes que a prova desapareça

Uma investigação precisa começar pelo caminho da decisão. A própria rede identificou o conteúdo? Recebeu uma denúncia? Atendeu a uma ordem judicial? Qual fundamento foi registrado e o que mudou no recurso? Só então faz sentido escolher os documentos e exames necessários. Pedir apenas o código-fonte, isto

é, as instruções escritas do programa, pode deixar de fora uma decisão humana ou uma solicitação que a equipe aceitou sem a verificação devida. (13, 24)

Os registros internos permitem acompanhar esse caminho, quando existem e foram conservados. Podem mostrar o início e o fim de uma restrição, o motivo indicado, as revisões e a versão do sistema em funcionamento. Raji e coautores destacam, no estudo sobre auditoria algorítmica, a importância de documentar o desenvolvimento e o uso dos sistemas. Uma explicação escrita depois da reclamação pode ser conferida com esse histórico, em vez de se tornar a única versão disponível. (24)

Conforme a suspeita, o pedido de prova pode alcançar denúncias recebidas, registros de sua análise, documentos apresentados para pedir a remoção e o resultado das verificações. Saber se houve intervenção humana não exige publicar o nome de cada funcionário; verificar uma denúncia não exige expor seu autor a retaliações. O acesso pode ficar restrito a quem conduz o exame, preservando dados pessoais e informações de segurança. O objeto é reconstruir a decisão, não abrir indiscriminadamente as contas de todos os envolvidos. (6, 7)

O Código de Processo Civil (CPC) permite produção antecipada de prova, apresentação de documentos, perícia e medidas urgentes; na Justiça Eleitoral, seu uso complementa as regras próprias quando for compatível. Se já houver elementos que sustentem o direito e o risco da espera, o art. 300 permite uma decisão provisória sem aguardar uma auditoria completa. É preciso examinar também os riscos e a reversibilidade da medida. A preservação dos registros pode ocorrer em paralelo à discussão sobre restabelecer a postagem ou retirar uma restrição identificada. (25)

O Marco Civil exige a guarda de registros de acesso a aplicações, mas isso não equivale a arquivar todas as decisões de recomendação e moderação. Saber que alguém entrou na rede às 14h não explica por que perdeu a conta às 14h01. Quando a empresa diz que um registro não existe, importa distinguir se ele nunca foi produzido, foi eliminado regularmente ou deixou de ser conservado apesar de uma obrigação. A ordem judicial pode preservar e obter provas disponíveis; não recria automaticamente um histórico que nunca foi registrado. (20, 25)

É por isso que uma regulação de plataformas precisa pensar na prova antes da crise. Quais decisões relevantes devem deixar registro? Por quanto tempo? Em que nível de detalhe? Quem pode acessar? Como proteger segredo empresarial, segurança e dados pessoais? Sem responder a essas perguntas, a sociedade pode ganhar o direito de questionar uma decisão e, ainda assim, descobrir que não existe material suficiente para conferi-la.

Receber os dados também não encerra o trabalho. Comparar duas postagens apenas pelo número de visualizações é pouco: tema, horário, formato e reação do público mudam o resultado. A auditoria precisa escolher casos comparáveis e ter independência na seleção do material. Também pode examinar o atendimento: quanto tempo durou cada etapa, o que foi analisado no recurso e se a explicação final corresponde aos registros. Uma reclamação encerrada não é necessariamente uma falha corrigida. (24)

Os estudos experimentais ajudam a mostrar por que essa cautela importa. Em 2023, pesquisa publicada na Science alterou a ordem das publicações de participantes no Facebook e no Instagram durante a eleição norte-americana de 2020. Houve mudança nos conteúdos vistos e no uso das redes, mas não apareceram efeitos estatisticamente significativos em algumas medidas políticas examinadas. Em 2026, um experimento na Nature com usuários do X encontrou mudanças em certas opiniões quando a recomendação personalizada foi ativada. Exposição, opinião e voto são etapas diferentes. Uma plataforma pode descumprir uma regra de distribuição mesmo quando ninguém consegue calcular quantos votos mudaram por causa disso. (26, 27)

Publicidade paga deixa rastros; o alcance orgânico, nem sempre

A publicidade eleitoral mostra como a fiscalização fica mais simples quando a lei exige rastros. A campanha pode contratar impulsionamento dentro das hipóteses permitidas, e esse gasto entra na prestação de contas. A plataforma, por sua vez, deve manter um repositório com informações sobre o anúncio, quem pagou, valores, período, alcance e critérios de segmentação. Isso permite comparar o que a campanha declarou com o que a rede efetivamente entregou. (5, 28, 29)

Nas publicações que circulam sem pagamento, a chamada distribuição orgânica, a trilha é mais fraca. Não há nota fiscal que explique por que uma postagem ganhou milhões de recomendações nem recibo que mostre por que outra deixou de aparecer. É justamente aí que a prestação de contas algorítmica faz falta: não para obrigar todas as ideias a terem o mesmo alcance, mas para permitir que uma decisão relevante de distribuição deixe uma explicação e uma prova compatíveis com o poder exercido.

A diferença é importante também em suspeitas de interferência externa. Na publicidade, é possível seguir contratante, pagamento, segmentação e beneficiário. Na distribuição orgânica, a investigação precisa alcançar outra camada: regras internas, alterações do sistema, contas coordenadas, impulsos artificiais de engajamento e eventuais decisões de recomendação. Uma pista geográfica ou a nacionalidade da empresa, sozinhas, não resolvem essa investigação; o que resolve é a cadeia de evidências.

Como outros países cobram explicações

Na União Europeia, o Regulamento dos Serviços Digitais, conhecido como DSA, detalha a resposta que uma restrição exige. O art. 17 alcança remoção, redução de visibilidade e suspensão por suposta ilegalidade ou violação das regras do serviço. Exige razões específicas, informação sobre automação e caminhos de contestação. Para as plataformas abrangidas, o art. 20 prevê recurso gratuito e decisão sob supervisão de pessoal qualificado, não apenas automatizada. (30)

O art. 23 cuida do outro lado: após advertência, prevê suspender por período razoável o processamento de denúncias ou reclamações de quem frequentemente apresenta pedidos manifestamente infundados. A avaliação deve ser individualizada. A denúncia continua sendo um instrumento de proteção, mas seu uso abusivo também entra na fiscalização. (30)

O regime também combina transparência da recomendação com avaliação de riscos e auditorias dos maiores serviços. Pesquisadores habilitados podem acessar dados em condições protegidas. Assim, a análise não precisa começar sempre do zero, por iniciativa de alguém que acaba de perder uma postagem ou uma conta. (30, 31, 32, 33)

Essa lógica já saiu do papel. Em 2024, a Comissão Europeia abriu investigação sobre Facebook e Instagram e incluiu entre os pontos examinados a política da Meta de reduzir conteúdo político nas recomendações e o encerramento do CrowdTangle, ferramenta usada para observar publicações públicas. Na eleição presidencial da Romênia, a Comissão determinou a preservação de dados do TikTok e depois abriu procedimento que alcançou recomendações, publicidade política e possíveis operações coordenadas. Em 2025, o X foi multado por falhas de transparência, inclusive no repositório de anúncios e no acesso de pesquisadores. São exemplos diferentes, mas todos tratam a fiscalização como algo maior do que perguntar se uma postagem foi ou não apagada. (34, 35, 36)

O Canadá seguiu por um caminho mais estreito, mas útil: sua lei eleitoral mantém por anos informações de anúncios eleitorais e de quem os autorizou. Isso não abre a caixa-preta das recomendações sem pagamento, mas preserva a memória da publicidade e permite que uma investigação posterior encontre o que já deixou de circular. (37)

O referendo do Brexit, em 2016, mostrou outra face do mesmo problema. Ali, a opacidade estava sobretudo na publicidade política baseada em dados e no microdirecionamento. A autoridade britânica de proteção de dados abriu uma investigação gigantesca depois das denúncias de processamento “invisível” de dados pessoais e de anúncios políticos direcionados durante o referendo. O caso revelou um ecossistema em que plataformas, empresas de análise, corretores de

dados e campanhas conseguiam segmentar mensagens de maneira difícil de observar de fora. (38)

A história real foi mais complexa do que a versão popular que resume tudo a Cambridge Analytica. A investigação britânica não encontrou prova de uma relação de trabalho entre Cambridge Analytica e Leave.EU além das conversas iniciais. Ao mesmo tempo, o ICO registrou que a AggregateIQ criou milhares de anúncios para campanhas do Brexit e que o Vote Leave utilizou intensamente o Facebook para publicidade direcionada. O episódio importa justamente por isso: mostra como a influência política digital pode ocorrer por uma infraestrutura de dados, segmentação e entrega de anúncios que o eleitor comum não vê e que só se tornou mais clara depois de investigações formais. (38, 39)

Esse poder de personalização não é apenas teórico. Experimentos publicados em 2024 na PNAS Nexus encontraram vantagem persuasiva para anúncios políticos personalizados à personalidade dos participantes em relação a mensagens não personalizadas em determinados contextos. Isso não transforma qualquer anúncio segmentado numa máquina irresistível de convencimento. Mostra, porém, por que saber quem foi alvo, com quais dados e por qual critério não é curiosidade acadêmica; é parte da transparência democrática. (40)

Regulação de verdade é prestação de contas

As normas brasileiras já permitem cobrar mais do que uma resposta automática de atendimento. Há deveres de explicar certas remoções, fundamentar reconsiderações e combater notificações abusivas, além dos planos eleitorais. Seria impreciso dizer que tudo depende de uma lei futura. Mas também seria insuficiente tomar a existência dessas previsões como prova de que a resposta chega ao usuário, permite contestação e pode ser conferida. A prestação de contas começa a funcionar quando a obrigação escrita deixa um resultado verificável. (5, 6, 8)

A proposta de uma regulação permanente é reunir essas garantias e dar a elas condições de aplicação contínua. Quando a rede impõe uma restrição por suposta infração, a pessoa precisa conhecer a publicação ou a conduta em discussão, a regra aplicada, a duração e os efeitos da medida. Ao recorrer, precisa receber uma resposta ao que alegou. Se a decisão for revista, precisa saber o que foi corrigido. Isso é diferente de exigir uma justificativa individual para cada oscilação cotidiana de audiência: a investigação de recomendações também depende de critérios gerais, dados e testes do sistema. (13, 30, 41, 42)

A prestação de contas precisa alcançar o caminho até a decisão. Se houve denúncia ou pedido de autoridade, interessa saber como foi recebido e verificado; se houve automação, quais critérios atuaram; se houve erro, como ele foi

identificado e corrigido. Registros com prazo de conservação definido e acesso protegido permitem testar essas respostas. Sem eles, uma explicação detalhada pode continuar impossível de conferir. Guardar provas relevantes não se confunde com conservar indefinidamente todos os dados de todos os usuários. (24, 41, 42)

Também importa observar o conjunto: quantas restrições foram aplicadas, quantas mudaram após recurso, quantas foram corrigidas pela própria empresa e quanto tempo levou o atendimento. Esses dados ajudam a distinguir um erro isolado de um problema que se repete. As diretrizes do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) propõem transparência e acesso à pesquisa para acompanhar as plataformas; os Princípios de Santa Clara incluem dados sobre reversões, automação e possíveis abusos das denúncias. A fiscalização, assim, não fica limitada às reclamações de quem conseguiu chamar atenção. (13, 41, 42)

Essas diretrizes do CGI.br falam em transparência da recomendação, acesso a dados para pesquisa, auditorias sobre vieses e riscos, escolha de sistemas de recomendação menos dependentes de perfilamento e regulação proporcional ao porte e à influência das plataformas. Ainda são diretrizes, não uma lei geral. Mas apontam para o centro do problema: quanto maior o poder de organizar a visibilidade pública, maior deve ser a obrigação de explicar, registrar e permitir fiscalização. (41, 42)

Isso não significa entregar ao Estado o controle do que aparece na tela nem criar uma cota de audiência para correntes políticas. Uma regulação mal desenhada pode produzir censura por excesso, incentivar remoções defensivas e concentrar ainda mais poder em quem fiscaliza. É por isso que transparência, direito de contestação, proteção de dados, auditoria independente e devido processo precisam caminhar juntos. A resposta à opacidade privada não pode ser uma opacidade estatal equivalente. (22, 43)

O tempo continua sendo decisivo. Uma restrição pode produzir efeitos imediatamente; descobrir sua causa e contestá-la demora. Quando a resposta chega, a postagem talvez volte a abrir, mas a conversa pública já pode ter seguido outro rumo. Por isso, devolver o conteúdo e encerrar o chamado não são sinônimos de resolver o problema. É preciso explicar a decisão, conferir a correção e evitar que o mesmo erro se repita. A questão eleitoral não está em garantir popularidade a uma opinião, mas em permitir que as condições de sua circulação sejam conhecidas e contestadas enquanto isso ainda faz diferença.

Referências

1. CLEGG, Nick. How AI influences what you see on Facebook and Instagram. Meta, 29 jun. 2023. Disponível em: <https://about.fb.com/news/2023/06/how-ai-ranks-content-on-facebook-and-instagram/>. Acesso em: 24 set. 2026.

2. YOUTUBE. Como funcionam as recomendações do YouTube. Ajuda do YouTube, [s. d.]. Disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/16089387?hl=pt-BR>. Acesso em: 24 set. 2026.
3. TIKTOK. How TikTok recommends videos #ForYou. TikTok Newsroom, 18 jun. 2020. Disponível em: <https://newsroom.tiktok.com/en-us/how-tiktok-recommends-videos-for-you>. Acesso em: 24 set. 2026.
4. GILLESPIE, Tarleton. Custodians of the internet: platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media. New Haven: Yale University Press, 2018. Disponível em: <https://yalebooks.yale.edu/book/9780300261431/custodians-of-the-internet/>. Acesso em: 24 set. 2026.
5. BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Resolução nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019. Texto consolidado. Especialmente arts. 9º-D, 27-A, 28, §§ 4º-B e 4º-C, e 125-B. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019>. Acesso em: 24 set. 2026.
6. BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Portaria nº 463, de 27 de julho de 2026. Disciplina a apresentação, a análise e o acompanhamento dos planos de conformidade nas Eleições Gerais de 2026. Especialmente arts. 4º, 5º, 10, 12, 17, 22, 23 e 28. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/prt/2026/portaria-no-463-de-27-de-julho-de-2026>. Acesso em: 24 set. 2026.
7. BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709compilado.htm. Acesso em: 24 set. 2026.
8. BRASIL. Decreto nº 12.975, de 20 de maio de 2026. Altera o Decreto nº 8.771/2016. Especialmente os arts. 16-A, 16-D a 16-F e 16-M da regulamentação alterada. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2026/decreto/d12975.htm. Acesso em: 24 set. 2026.
9. NARAYANAN, Arvind. Understanding social media recommendation algorithms. New York: Knight First Amendment Institute at Columbia University, 9 mar. 2023. Disponível em: <https://knightcolumbia.org/content/understanding-social-media-recommendation-algorithms>. Acesso em: 24 set. 2026.
10. META. Scaling the Instagram Explore recommendations system. Engineering at Meta, 9 ago. 2023. Disponível em: <https://engineering.fb.com/2023/08/09/ml->

applications/scaling-instagram-explore-recommendations-system/. Acesso em: 24 set. 2026.

11. GOODROW, Cristos. On YouTube's recommendation system. YouTube Official Blog, 15 set. 2021. Disponível em: <https://blog.youtube/inside-youtube/on-youtubes-recommendation-system/>. Acesso em: 24 set. 2026.

12. CHANEY, Allison J. B.; STEWART, Brandon M.; ENGELHARDT, Barbara E. How algorithmic confounding in recommendation systems increases homogeneity and decreases utility. In: ACM CONFERENCE ON RECOMMENDER SYSTEMS, 12., 2018, Vancouver. Proceedings [...]. New York: ACM, 2018. p. 224–232. DOI: 10.1145/3240323.3240370. Disponível em: <https://bstewart.scholar.princeton.edu/publications/how-algorithmic-confounding-recommendation-systems-increases-homogeneity-and>. Acesso em: 24 set. 2026.

13. SANTA CLARA PRINCIPLES. The Santa Clara Principles on Transparency and Accountability in Content Moderation. 2. versão. [S. l.], 2021. Princípios fundamentais 3 e 5; princípios operacionais 1–3. Disponível em: <https://santaclaraprinciples.org/>. Acesso em: 24 set. 2026.

14. BURRELL, Jenna. How the machine 'thinks': understanding opacity in machine learning algorithms. Big Data & Society, v. 3, n. 1, 2016. DOI: 10.1177/2053951715622512. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/2053951715622512>. Acesso em: 24 set. 2026.

15. PASQUALE, Frank. The black box society: the secret algorithms that control money and information. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2015. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/j.ctt13x0hch>. Acesso em: 24 set. 2026.

16. BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Resolução nº 23.755, de 2 de março de 2026. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2026/resolucao-no-23-755-de-2-de-marco-de-2026>. Acesso em: 24 set. 2026.

17. BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Teses fixadas no julgamento dos Recursos Extraordinários nº 1.037.396 e nº 1.057.258: Temas 987 e 533. Brasília, DF, 26 jun. 2025. Disponível em: https://noticias-stf-wp-prd.s3.sa-east-1.amazonaws.com/wp-content/uploads/wpallimport/uploads/2025/06/26205223/MCI_tesesconsensuadas.pdf. Acesso em: 24 set. 2026.

18. BRASIL. Lei nº 15.211, de 17 de setembro de 2025. Dispõe sobre a proteção de crianças e adolescentes em ambientes digitais. Disponível em:

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2025/lei/l15211.htm.
Acesso em: 24 set. 2026.

19. BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 24 set. 2026.

20. BRASIL. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Marco Civil da Internet. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 24 set. 2026.

21. BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Partido questiona no STF decreto que altera regulamentação do Marco Civil da Internet. Notícias STF, 26 jun. 2026. ADI 7.981. Disponível em: <https://noticias.stf.jus.br/postsnoticias/partido-questiona-no-stf-decreto-que-altera-regulamentacao-do-marco-civil-da-internet/>. Acesso em: 24 set. 2026.

22. BREGA, Gabriel Ribeiro. A regulação de conteúdo nas redes sociais: uma breve análise comparativa entre o NetzDG e a solução brasileira. Revista Direito GV, v. 19, e2305, 2023. DOI: 10.1590/2317-6172202305. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rdgv/a/qwwzmCyw5FmFQmTpRw3HCQh/?lang=pt>. Acesso em: 24 set. 2026.

23. DIAS, Daniel Pires Novais; BELLI, Luca; ZINGALES, Nicolo; GASPAR, Walter; CURZI, Yasmin. Plataformas no Marco Civil da Internet: a necessidade de uma responsabilidade progressiva baseada em riscos. Civilistica.com, v. 12, n. 3, p. 1–24, 2023. Disponível em: <https://civilistica.emnuvens.com.br/redc/article/view/931>. Acesso em: 24 set. 2026.

24. RAJI, Inioluwa Deborah et al. Closing the AI accountability gap: defining an end-to-end framework for internal algorithmic auditing. In: CONFERENCE ON FAIRNESS, ACCOUNTABILITY, AND TRANSPARENCY, 2020. Proceedings [...]. New York: ACM, 2020. p. 33–44. DOI: 10.1145/3351095.3372873. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/2001.00973>. Acesso em: 24 set. 2026.

25. BRASIL. Lei nº 13.105, de 16 de março de 2015. Código de Processo Civil. Especialmente arts. 15, 300, 373, § 1º, 381, 396–404 e 536–537. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13105.htm. Acesso em: 24 set. 2026.

26. GUESS, Andrew M. et al. How do social media feed algorithms affect attitudes and behavior in an election campaign? Science, v. 381, n. 6656, p. 398–404, 2023.

DOI: 10.1126/science.abp9364. Disponível em: <https://www.science.org/doi/10.1126/science.abp9364>. Acesso em: 24 set. 2026.

27. GAUTHIER, Germain; HODLER, Roland; WIDMER, Philine; ZHURAVSKAYA, Ekaterina. The political effects of X's feed algorithm. *Nature*, v. 652, p. 416–423, 2026. DOI: 10.1038/s41586-026-10098-2. Disponível em: <https://www.nature.com/articles/s41586-026-10098-2>. Acesso em: 24 set. 2026.

28. BRASIL. Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997. Estabelece normas para as eleições. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9504.htm. Acesso em: 24 set. 2026.

29. BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Resolução nº 23.607, de 17 de dezembro de 2019. Dispõe sobre arrecadação, gastos e prestação de contas nas eleições. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-607-de-17-de-dezembro-de-2019>. Acesso em: 24 set. 2026.

30. UNIÃO EUROPEIA. Regulamento (UE) 2022/2065 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 19 de outubro de 2022. Regulamento dos Serviços Digitais. Especialmente arts. 17, 20, 23, 24 e 34–40. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj>. Acesso em: 24 set. 2026.

31. COMISSÃO EUROPEIA. User rights under the Digital Services Act. Shaping Europe's Digital Future. Atualizado em 17 jul. 2026. Disponível em: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/factpages/user-rights-under-digital-services-act>. Acesso em: 24 set. 2026.

32. UNIÃO EUROPEIA. Regulamento Delegado (UE) 2024/436 da Comissão, de 20 de outubro de 2023. Auditorias aos serviços de muito grande dimensão. Disponível em: https://eur-lex.europa.eu/eli/reg_del/2024/436/oj. Acesso em: 24 set. 2026.

33. UNIÃO EUROPEIA. Regulamento Delegado (UE) 2025/2050 da Comissão, de 1 de julho de 2025. Acesso a dados por investigadores habilitados. Disponível em: https://eur-lex.europa.eu/eli/reg_del/2025/2050/oj. Acesso em: 24 set. 2026.

34. COMISSÃO EUROPEIA. Commission opens formal proceedings against Facebook and Instagram under the Digital Services Act. Bruxelas, 30 abr. 2024. Disponível em: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_2373. Acesso em: 24 set. 2026.

35. COMISSÃO EUROPEIA. Commission opens formal proceedings against TikTok on election risks under the Digital Services Act. Bruxelas, 17 dez. 2024. Disponível em: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/commission-opens-formal-proceedings-against-tiktok-election-risks-under-digital-services-act>. Acesso em: 24 set. 2026.

36. COMISSÃO EUROPEIA. Commission fines X €120 million under the Digital Services Act. Shaping Europe's Digital Future, 5 dez. 2025. Disponível em: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/commission-fines-x-eu120-million-under-digital-services-act>. Acesso em: 24 set. 2026.
37. CANADÁ. Canada Elections Act. S.C. 2000, c. 9. Seção 325.1. Disponível em: <https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/E-2.01/section-325.1.html>. Acesso em: 24 set. 2026.
38. INFORMATION COMMISSIONER'S OFFICE. Investigation into the use of data analytics in political campaigns: a report to Parliament. Wilmslow: ICO, 6 nov. 2018. Disponível em: <https://ico.org.uk/media2/migrated/2260271/investigation-into-the-use-of-data-analytics-in-political-campaigns-final-20181105.pdf>. Acesso em: 24 set. 2026.
39. INFORMATION COMMISSIONER'S OFFICE. Investigation into the use of data analytics in political campaigns: investigation update. Wilmslow: ICO, 2018. Seção 4.9. Disponível em: <https://ico.org.uk/media2/migrated/2259371/investigation-into-data-analytics-for-political-purposes-update.pdf>. Acesso em: 24 set. 2026.
40. SIMCHON, Almog; EDWARDS, Matthew; LEWANDOWSKY, Stephan. The persuasive effects of political microtargeting in the age of generative artificial intelligence. PNAS Nexus, v. 3, n. 2, pgae035, 2024. DOI: 10.1093/pnasnexus/pgae035. Disponível em: <https://academic.oup.com/pnasnexus/article/3/2/pgae035/7591134>. Acesso em: 24 set. 2026.
41. COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. CGI.br apresenta 46 diretrizes para embasar a regulação de redes sociais no Brasil. São Paulo: CGI.br, 17 set. 2026. Disponível em: <https://cgi.br/noticia/releases/cgi-br-apresenta-46-diretrizes-para-embasar-a-regulacao-de-redes-sociais-no-brasil/>. Acesso em: 24 set. 2026.
42. COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. Diretrizes para regulação de plataformas de redes sociais. São Paulo: CGI.br, 2026. Disponível em: <https://cgi.br/pagina/diretrizes-plataformas/>. Acesso em: 24 set. 2026.
43. BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 24 set. 2026.