

<labiia_lab>

Relatório técnico

BIG TECHS E A ELEIÇÃO DE 2026

O que as notícias permitem concluir sobre alegações de favorecimento e desfavorecimento político por plataformas digitais na disputa entre Luiz Inácio Lula da Silva e Flávio Bolsonaro

2026

856 notícias · 291 veículos · 16 casos

O que é denúncia, o que é evidência — e o que ainda não se pode afirmar?

Sobre o laboratório

O <labiia_lab> é o Laboratório Interdisciplinar de Inteligência Artificial para Métodos, Democracia e Sociedade. Somos um grupo em rede com mais de quarenta pesquisadoras e pesquisadores de áreas como Ciência Política, Comunicação, Administração, Educação, Direito e Tecnologia da Informação, distribuídos por várias regiões do Brasil e no exterior. O laboratório trabalha por conhecimento aberto, ético e a serviço do interesse público.

Este relatório nasceu de uma pergunta levantada pela equipe e foi conduzido pela frente de pesquisa do laboratório sobre inteligência artificial, política e sociedade.

Este relatório não recebeu financiamento específico. Os autores declaram não ter vínculo com partidos, campanhas ou empresas citadas no texto.

Coordenação



Rafael Cardoso Sampaio

Coordenador do <labiia_lab>. Pesquisador em democracia digital e comunicação política, com foco em IA generativa, governança digital e trabalho em Ciência Política.

Equipe deste relatório



Ana Carolina Santana

Pesquisadora em comunicação digital, cultura de redes e tecnologia, com foco em conteúdo, mídia e justiça algorítmica.



Stephanie Jorge

Cofundadora da Torabit e profissional em ciência de dados e IA, com atuação em mídias sociais, comunicação digital e análise de dados.

Sumário

1 RESUMO EXECUTIVO	5
1.1 As quatro conclusões centrais	5
2 CONTEXTO	7
2.1 Calendário e candidaturas	7
2.2 Marco normativo	7
2.3 Instâncias acionadas	7
3 MÉTODO	8
3.1 Descoberta	8
3.2 Seleção do núcleo e arquivamento	8
3.3 Codificação	8
3.4 Escala de sustentação	9
3.5 Casos analisados	10
3.6 Regra de contagem	10
4 PANORAMA DA COBERTURA	11
4.1 Plataformas citadas	11
4.2 Cobertura e casos	11
4.3 Mecanismos e direção alegados	12
4.4 Quem denuncia	13
5 OS CASOS, UM A UM	15
5.1 Meta: alcance, métricas, perfis e conta de anúncios (C1, C2) — Nível 3	15
5.2 IA generativa: Meta AI e Grok (C3, C4) — Nível 4	16
5.3 Google: falas atribuídas a Lula pelo Gemini (C5) — Nível 1	17
5.4 X: bloqueio de publicações e hashtags (C6) — Nível 2	17
5.5 Redes coordenadas e <i>collabs</i> (C7, C8) — Nível 2	17
5.6 Posts pagos no X por perfis estrangeiros (C9) — Nível 2	18
5.7 Imprensa e remoções: Pragmatismo Político, Revista Fórum e “Revelando Brasil” (C10, C11) — Níveis 3 e 2	18
5.8 Denúncias da sociedade civil e testemunho (C13, C14) — Níveis 2 e 1	19
5.9 Anúncios pagos em dólar sem rótulo político (C15) — Nível 3	19
5.10 Canais de WhatsApp: a disputa judicial (C12) — Contexto	20
5.11 Métricas de engajamento e gastos comparados (C16) — Contexto	20
6 ANÁLISE COMPARATIVA	22
6.1 Avaliação por caso	22
6.2 Respostas das empresas	24
6.3 Efeito assimétrico e inferência de intenção	24
7 O QUE SE PODE OU NÃO CONCLUIR	25

8 LIMITAÇÕES	27
9 CONCLUSÕES E PONTOS DE MONITORAMENTO	29
10 APÊNDICES	31
11 FICHA TÉCNICA	37

1 RESUMO EXECUTIVO

O que foi investigado, o que foi encontrado e o que permanece sem resposta.

Nos primeiros 60 dias de campanha, a disputa presidencial de 2026 produziu um volume expressivo de denúncias de interferência de plataformas digitais, quase todas na mesma direção. A alegação predominante é a de que a campanha de Lula teria sido prejudicada por restrições de alcance, de anúncios e de métricas na Meta. A investigação encontrou incidentes concretos reconhecidos pela própria Meta perante o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e tratamento desigual entre os nomes dos dois candidatos em testes jornalísticos de ferramentas de inteligência artificial (IA) generativa.

Os dados públicos de engajamento e de gastos não apontam uma direção única, e as denúncias de redes coordenadas de apoio atingem os dois lados. O quadro sustentado pelas evidências é o de uma eleição em que as plataformas erraram, restringiram conteúdos e foram acionadas na Justiça, e em que os incidentes de plataforma com direção identificável se concentram contra a campanha de Lula. É um indício que justifica apuração, mas não demonstra por si interferência deliberada.

856

notícias únicas de 291 veículos, a partir de 2.828 itens coletados

101

matérias no núcleo arquivado, distribuídas em 16 casos

74/101

matérias do núcleo com a Meta como plataforma no título

2

testes jornalísticos de IA generativa (Meta AI e Grok), repercutidos em 12 matérias

1.1 As quatro conclusões centrais

1. A Meta concentra a cobertura e é a única empresa com reconhecimentos formais. Ela é a plataforma citada no título de 74 das 101 matérias do núcleo. Das 101, 61 relatam prejuízo alegado à campanha de Lula ou favorecimento a Flávio Bolsonaro por ações de plataformas, majoritariamente da Meta. Em manifestação ao TSE, em 12 e 13 de outubro, a Meta reconheceu como indevida a desativação da conta de anúncios da campanha de Lula, revertida no mesmo dia. Também informou uma falha global na contagem de visualizações de Reels (07/10), que afetou criadores em mais de 100 países, e a remoção de sete perfis irregulares após intimação judicial. A empresa nega viés e pediu o arquivamento da representação.
2. Testes jornalísticos observaram tratamento desigual em duas ferramentas de IA. No Grok (xAI), “LULA 13” falhou, enquanto “FLÁVIO 22” e os controles com Jair

Bolsonaro, Donald Trump e Javier Milei foram aceitos, mas o resultado vem de um único teste. Na Meta AI, “Lula 13” foi recusado e “Flávio 22” aceito, mas “Flávio Bolsonaro 22” também foi recusado. Isso é compatível com um filtro de nomes de políticos conhecidos. Causa e intenção seguem indeterminadas.

3. As denúncias mais graves são as menos verificáveis. A acusação de que o Gemini (Google) atribuiu falas falsas a Lula chegou ao TSE sem vídeo, link, prints ou identificação das declarações, lacuna registrada pelo próprio tribunal. A alegação de que a equipe do consultor argentino Fernando Cerimedo teria atuado junto à Meta para reduzir o alcance de Lula repousa em testemunho não corroborado. Nenhuma das duas foi desmentida, e nenhuma foi verificada.
4. Há concentração direcional nos incidentes de plataforma. Dos oito incidentes de conduta de plataforma com sustentação de nível 3 ou 4, seis têm direção identificável, e todos os seis operaram em desfavor da campanha de Lula ou de conteúdo crítico a Flávio Bolsonaro. Dois deles têm ressalvas importantes. A amostra resulta de quem denuncia e do que é investigado, não de sorteio. A hipótese de interferência deliberada não foi demonstrada nem pode ser descartada.

2 CONTEXTO

O calendário, os atores e as regras que enquadram as denúncias.

2.1 Calendário e candidaturas

A propaganda eleitoral começou em 16 de agosto de 2026. O primeiro turno ocorreu em 4 de outubro, e o segundo turno, marcado para 25 de outubro, opõe o presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT), candidato à reeleição pela coligação Brasil Pronto pra Mais, com Geraldo Alckmin como vice, ao senador Flávio Bolsonaro (PL), que tem como vice o deputado federal Alfredo Gaspar (PL). O recorte deste relatório termina em 14 de outubro, onze dias antes do segundo turno.

2.2 Marco normativo

As regras de propaganda eleitoral na internet estão na Resolução TSE nº 23.610/2019, alterada para as eleições de 2026 pela Resolução nº 23.755, de 2 de março de 2026. Entre as inovações, o art. 28, § 1º-C, dirige-se aos provedores de sistemas de IA, como assistentes conversacionais e geradores de imagem, áudio ou vídeo. Esses sistemas não podem ranquear, recomendar ou priorizar candidaturas, nem favorecer ou desfavorecer alguém política e eleitoralmente, de forma direta ou indireta, inclusive por meio de respostas automatizadas.

2.3 Instâncias acionadas

As denúncias foram levadas sobretudo ao TSE, presidido em 2026 pelo ministro Kassio Nunes Marques, e à Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD). Questões ligadas a interferência estrangeira também chegaram ao Supremo Tribunal Federal (STF). Em 10 de outubro, ao dar 48 horas para a Meta se manifestar sobre a representação da coligação de Lula, o ministro Marco Aurélio Bellizze determinou também a preservação dos registros de moderação, anúncios e distribuição de conteúdo relacionados ao caso (Congresso em Foco, 10/10). Essa ordem é relevante para qualquer verificação futura.

3 MÉTODO

Como as notícias foram encontradas, selecionadas e classificadas, e o que essa arquitetura não permite afirmar.

3.1 Descoberta

A investigação partiu de duas reportagens de referência (Agência Brasil, 11/10; g1, 14/10) e executou 79 consultas automatizadas ao Google News RSS: 44 temáticas iniciais e 35 de desdobramento, incluindo buscas em inglês para captar a cobertura internacional. As consultas combinaram empresas e produtos (Meta, Instagram, Facebook, WhatsApp, Meta AI; Google, YouTube, Gemini; X, Grok; TikTok; Telegram; Kwai; OpenAI/ChatGPT), candidatos (Lula, Flávio Bolsonaro, 13, 22), termos de mecanismo (alcance, engajamento, *shadow ban*, moderação seletiva, discriminação algorítmica, impulsionamento, viés de IA) e denunciante e instâncias acionadas (PT, coligação, TSE, ANPD). As consultas literais e as datas de execução que localizaram matérias publicadas entre 16 de agosto e 14 de outubro de 2026. A varredura foi feita por um agente de inteligência artificial baseado no modelo DeepSeek 4.1 Flash, rodando no OpenCode.

Foram coletados 2.828 itens. Após filtro temporal, de relevância e deduplicação, restaram 856 notícias únicas de 291 veículos. Dois efeitos da estratégia de descoberta devem ser considerados. Primeiro, partir de reportagens que já enquadravam o tema como denúncia contra a Meta orienta as consultas iniciais nessa direção. Segundo, o Google News limita o número de itens por consulta e os ordena por critério próprio, de modo que veículos fora do seu índice podem estar sub-representados.

3.2 Seleção do núcleo e arquivamento

O núcleo de 101 matérias é uma seleção intencional, não aleatória. Para cada caso identificado, foram incluídas a reportagem original, as repercussões que acrescentavam informação nova e as respostas de empresas e autoridades. As matérias do núcleo foram arquivadas por navegação automatizada (Playwright), com PDF da página, texto integral e URL final resolvida. Noventa e oito foram arquivadas integralmente; três não renderizaram conteúdo e constam apenas pelo título, sinalizadas na base. Como são republicações de eventos que já tinham originais arquivados, nenhum conteúdo único foi perdido, por isso ficaram sinalizadas apenas por título na base.

3.3 Codificação

Cada matéria foi associada a um caso, a uma direção alegada (quem teria sido prejudicado ou beneficiado, segundo a matéria) e a um mecanismo (alcance, anúncios, IA generativa, moderação, redes coordenadas etc.). O grau de sustentação foi atribuído ao caso, e não à matéria, conforme a regra de contagem (seção 3.6). A classificação foi

automatizada feita pelo agente de IA baseado no modelo DeepSeek 4.1 Flash, rodando no OpenCode. A rotina obrigou duas passagens de classificação para aumentar a confiabilidade da classificação.

TRÊS DIMENSÕES MANTIDAS SEPARADAS

Percepção das campanhas: quem diz ter sido prejudicado, e como. **Enquadramento jornalístico:** que lado a reportagem aponta, e com que evidências. **Avaliação das evidências:** o que pode ser sustentado independentemente das duas anteriores. Os quadros comparativos do relatório identificam qual dimensão está sendo descrita.

3.4 Escala de sustentação

A escala mede o que o material público sustenta, nunca a intenção da empresa. Cada caso recebe o nível correspondente à sua evidência mais forte. Quando partes de um mesmo caso têm sustentação diferente, isso é dito no texto.

Nível	Definição	Casos	Matérias
1. Denúncia não verificada	Alegação sem instrução probatória pública; lacunas registradas por autoridades ou ausência de documentação	C5, C14	6
2. Evidência indireta	Registros parciais (prints, levantamentos de campanha ou de organizações), sem verificação independente ou com causalidade não demonstrada	C6, C7, C8, C9, C13	17
3. Incidente documentado	Ocorrência reconhecida pela empresa ou comprovada por documento primário, como notificação de restrição	C1, C2, C10, C11, C15	43
4. Assimetria observada em teste	Comportamento desigual observado em teste comparativo publicado; grau de controle avaliado caso a caso; causa e intenção indeterminadas	C3, C4	12
5. Interferência deliberada documentada	Documento, auditoria ou decisão interna que comprove intenção	Nenhum	0
Contexto (fora da escala)	Material útil ao entendimento que não descreve conduta de plataforma (decisões judiciais, métricas comparadas)	C12, C16 e contexto geral	23
Total		16 casos	101

Matérias contadas segundo o nível do caso a que pertencem. As 11 matérias de contexto geral não pertencem a caso. Os níveis 1 a 5 são ordinais: o nível 4 descreve um tipo de evidência (teste comparativo), não uma probabilidade maior de intenção.

3.5 Casos analisados

Código	Caso	Seção	Matérias no núcleo	Nível
C1	Meta: alcance, métricas e perfis irregulares	5.1	28	3
C2	Meta: conta de anúncios da campanha de Lula	5.1	10	3
C3	Meta AI: geração de imagens de campanha	5.2	11	4
C4	Grok (xAI): geração de imagens de campanha	5.2	1	4
C5	Google: falas atribuídas a Lula pelo Gemini	5.3	5	1
C6	X: bloqueio de publicações e hashtags	5.4	2	2
C7	Rede de <i>collabs</i> pró-Flávio (324 perfis)	5.5	7	2
C8	Rede de perfis pró-Lula (1.525 perfis)	5.5	1	2
C9	Posts pagos no X por perfis estrangeiros	5.6	6	2
C10	Restrições ao Pragmatismo Político e à Revista Fórum	5.7	4 (C10 e C11)	3 e 2
C11	Remoção e restauração do perfil “Revelando Brasil”	5.7	-	3
C12	Canais de WhatsApp: disputa judicial	5.10	6	Contexto
C13	Relatos de censura catalogados pela CTRL+Z	5.8	1	2
C14	Testemunho sobre Fernando Cerimedo	5.8	1	1
C15	Anúncios pagos em dólar sem rótulo político	5.9	1	3
C16	Métricas de engajamento e gastos comparados	5.11	6	Contexto
	Contexto geral (sem caso)		11	Contexto
Total			101	

3.6 Regra de contagem

Dez veículos que reproduzem a mesma denúncia não equivalem a dez casos. Por isso, o relatório sempre distingue cobertura (856 notícias no corpus, 101 no núcleo) de casos (16). As contagens de matérias descrevem a atenção jornalística e a mobilização dos denunciante. As conclusões sobre evidência se apoiam nos casos.

4 PANORAMA DA COBERTURA

Quais empresas aparecem, com que frequência, por quais mecanismos e por iniciativa de quem.

4.1 Plataformas citadas

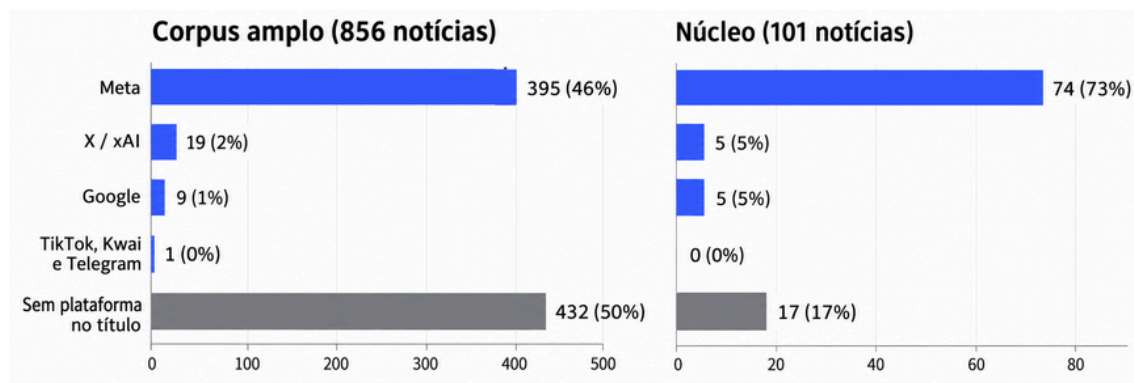


FIGURA 1 Plataforma citada no título da matéria, no corpus amplo (856) e no núcleo arquivado (101). Quando o título cita mais de uma plataforma, prevalece a primeira detectada. “Sem plataforma no título” inclui material judicial e político que não nomeia empresa. **Fonte:** Labiia Lab, base de evidências.

No corpus amplo, 395 de 856 títulos (46%) têm a Meta (Meta, Instagram, Facebook, WhatsApp ou Threads) como plataforma. Google, YouTube e Gemini aparecem em 9 títulos; X e xAI, em 19. TikTok, Kwai e Telegram, somados, aparecem em um único título. No núcleo, a Meta é a plataforma do título em 74 de 101 matérias; o Google e o X/xAI, em 5 cada; as 17 restantes não nomeiam plataforma no título.

Não foi localizado, no período, nenhum caso de viés atribuído ao TikTok, ao Kwai, ao Telegram ou a assistentes da OpenAI. Outros serviços, como o LinkedIn e o Microsoft Copilot, não foram incluídos nas consultas. A ausência pode refletir comportamento diferente das plataformas ou menor esforço de documentação de campanhas e imprensa. É uma limitação de descoberta, não uma absolvição.

4.2 Cobertura e casos

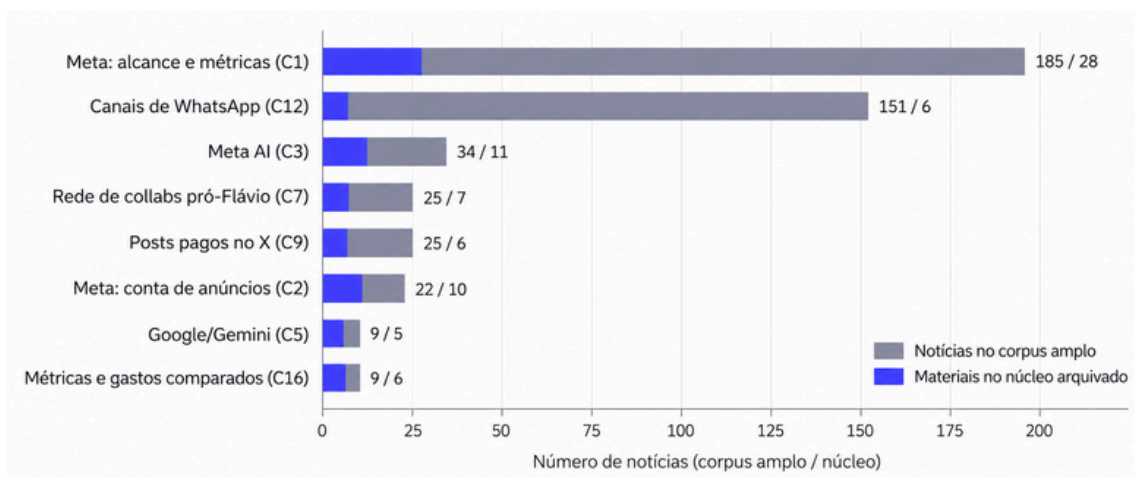


FIGURA 2 Volume de cobertura e matérias do núcleo nos oito casos com maior número de notícias no corpus amplo. Os dados dos demais casos estão na base de evidências. **Fonte:** Labiia Lab, base de evidências.

A diferença entre cobertura e núcleo ilustra a regra de contagem. O caso de alcance e métricas da Meta (C1) gerou 185 notícias no corpus, 28 delas no núcleo. A disputa judicial dos canais de WhatsApp (C12), tratada como contexto, gerou 151 notícias, das quais 6 estão no núcleo.

4.3 Mecanismos e direção alegados

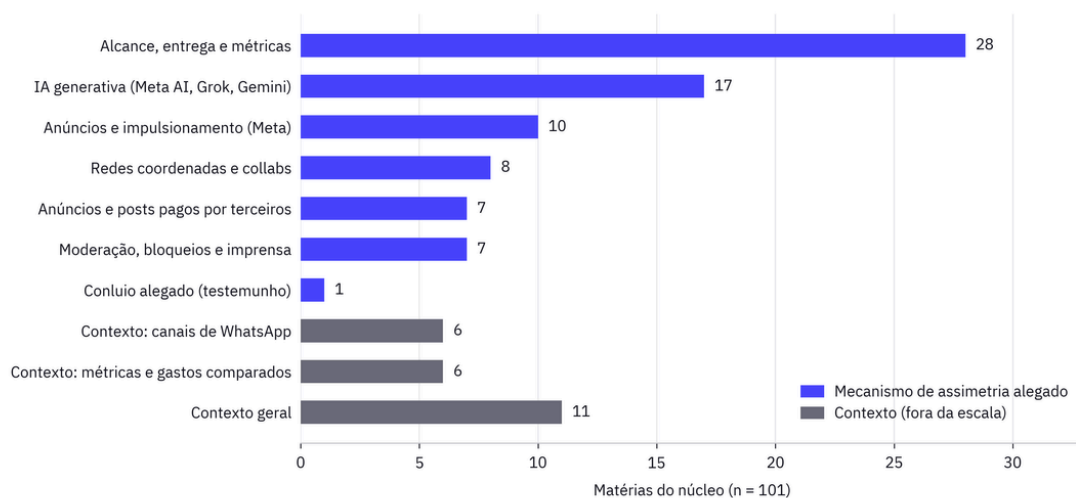


Figura 3 Mecanismo alegado nas matérias do núcleo (n = 101). Em cinza, matérias de contexto, que ficam fora da escala de sustentação. **Fonte:** Labiia Lab, base de evidências.

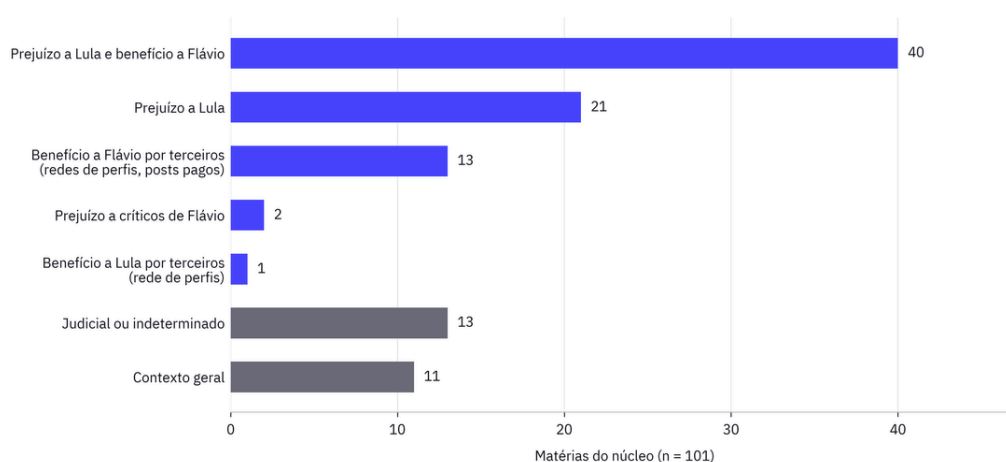


FIGURA 4 Direção da assimetria alegada nas matérias do núcleo (n = 101). A figura descreve o que as matérias relatam, não o que as evidências sustentam. A predominância mede mobilização denunciante, não veracidade. **Fonte:** Labiia Lab, base de evidências.

Das 101 matérias do núcleo, 61 relatam prejuízo alegado a Lula, sozinho ou combinado com benefício a Flávio, por ações de plataformas. Outras 13 relatam benefício alegado a Flávio por condutas de terceiros (redes de perfis e posts pagos), uma relata benefício a Lula por rede de perfis, duas relatam prejuízo a críticos de Flávio, 13 tratam de disputas judiciais ou têm direção indeterminada e 11 são contexto geral.

4.4 Quem denuncia

Denunciante	Casos	Natureza
PT, coligação Brasil Pronto pra Mais e campanha de Lula	C1, C2, C5, C6, C7, C9	Denúncias contra plataformas (Meta, Google, X), contra a rede de <i>collabs</i> pró-Flávio e por interferência estrangeira; acionou TSE, ANPD e STF
Campanha de Flávio Bolsonaro (PL)	C8, C10, C12	Denúncia de rede de perfis pró-Lula; pedidos ao TSE sobre os canais de WhatsApp e para monitorar o Pragmatismo Político; críticas a decisões do TSE
Renan Santos (Missão)	C9	Ação no TSE contra posts pagos de perfis estrangeiros favoráveis a Flávio
Imprensa (testes e investigações)	C3, C4, C9, C15	Testes de IA (g1, Painel Político); investigação de anúncios em dólar (Agência Pública); revelação de posts pagos (Folha, Revista Fórum)
Veículos e projetos afetados	C10, C11	Relatos de restrição pelo Pragmatismo Político e pela Revista Fórum; remoção do perfil “Revelando Brasil”
Sociedade civil e testemunho	C13, C14	Catálogo de relatos da CTRL+Z; depoimento sobre Fernando Cerimedo publicado pela Revista Fórum

Os dois campos devem ser lidos com o mesmo critério. O campo de Lula denuncia viés de plataforma com muito mais frequência. O campo de Flávio denuncia sobretudo redes de apoio ao adversário e decisões judiciais que considera favoráveis a Lula (UOL, 11/10). Frequência de denúncia mede mobilização e estratégia, não veracidade.

5 OS CASOS, UM A UM

Dezesseis casos em onze seções. Cada uma traz o que se alega, o que foi apurado, a resposta da empresa e a avaliação deste relatório.

5.1 Meta: alcance, métricas, perfis e conta de anúncios (C1, C2) — Nível 3

O que se alega. A campanha de Lula sustenta um padrão de restrições que começaria em dezembro de 2025 e se repetiria no segundo turno. Os episódios apontados são a desativação da conta de anúncios em 23 de setembro (uma das fontes indica o dia 24), a interrupção na contagem de visualizações e o impedimento de impulsionar conteúdos no Instagram em 9 e 10 de outubro. A base empírica apresentada é um relatório da Secretaria Nacional de Comunicação do PT (08/10), documento de parte interessada. Segundo ele, a página de Flávio teria engajamento médio absoluto 2,96 vezes maior que a de Lula, apesar de ter 17,2% menos seguidores. Normalizada pelo número de seguidores, a taxa seria de 10,23% contra 2,86%, cerca de 3,6 vezes (Correio Braziliense, 09/10; Exame, 10/10; Poder360, 10/10). Em 10 de outubro, a coligação acionou o TSE e a ANPD. A representação cita ainda uma rede de 255 perfis descritos como geridos por IA, com cerca de 58 milhões de visualizações em um mês, e afirma que 61 de 64 conteúdos sintéticos mapeados pelo projeto VigIA, da Agência Lupa, continuavam no ar.

O que foi apurado. No mesmo dia 10, o ministro Marco Aurélio Bellizze deu 48 horas para a Meta responder, pergunta por pergunta. Pediu informações sobre as medidas de moderação aplicadas desde 16 de agosto aos perfis de Lula e a contas de terceiros citadas, sobre o bloqueio da conta de anúncios, sobre a rede de 255 perfis e sobre a aplicação das regras de recomendação aos dois candidatos. Também determinou a preservação dos registros correspondentes. Nessa fase, o ministro não reconheceu discriminação algorítmica nem suspendeu restrições (Congresso em Foco, 10/10; Valor, 10/10; Metrôpoles, 10/10; Folha, 10/10). A conta de anúncios havia sido restabelecida no mesmo dia do bloqueio, em setembro, após recurso da campanha (Diário do Pará, 26/09).

Resposta da empresa. Em nota pública de 11 de outubro, a Meta afirmou que as alegações são “simplesmente falsas” e que os problemas técnicos apontados não afetaram exclusivamente o Brasil nem contas específicas (SBT News, 11/10). Na manifestação ao TSE, em 12 e 13 de outubro, segundo a imprensa, a empresa:

- reconheceu como indevida a desativação da conta de anúncios, atribuída à suspeita de simulação de programa social num lote de 307 anúncios, e informou que a conta foi restabelecida em pouco mais de uma hora;
- informou um erro global na métrica de visualizações de Reels em 7 de outubro, que afetou criadores em mais de 100 países, e sustentou que a distribuição dos conteúdos de Lula naquele dia ficou acima de sua linha de base;
- informou ter removido, após a intimação judicial, sete perfis entre 35 analisados:

seis por reincidência e um por identidade enganosa.

A empresa negou favorecimento e pediu o arquivamento da representação (O Globo, 13/10; CBN, 13/10; Correio Braziliense, 13/10; PT, 13/10; ISTOÉ Dinheiro, 14/10).

Avaliação. São três fatos de natureza distinta. O bloqueio da conta de anúncios é um incidente reconhecido que atingiu diretamente a campanha de Lula. Foi revertido rapidamente e tem explicação alternativa plausível: uma regra geral contra a simulação de programas sociais tende a recair mais sobre a campanha de um governo no cargo. A falha de métricas de 7 de outubro foi global e, por isso, não tem direção. Também não se demonstrou que ela explique as interrupções relatadas em 9 e 10 de outubro, que são de outras datas. A remoção de perfis só após intimação sugere morosidade na aplicação das regras, mas não demonstra direção intencional. A comparação de engajamento provém de parte interessada e é contrariada por outros levantamentos (seção 5.11). Conclusão: incidentes documentados, direcionalidade não demonstrada, intenção não comprovada.

5.2 IA generativa: Meta AI e Grok (C3, C4) – Nível 4

O que foi apurado. Em teste publicado em 14 de outubro, o g1 verificou que a Meta AI no WhatsApp recusou criar a arte “Lula 13” e gerou “Flávio 22” na primeira tentativa. Com o sobrenome, “Flávio Bolsonaro 22”, a ferramenta também recusou. No site da Meta AI, recusou as duas artes. Uma brasileira residente na Bélgica relatou ter gerado ambas sem restrição. A própria ferramenta atribuiu a recusa a um bloqueio automático do sistema (g1, 14/10). No mesmo dia, o Painel Político testou o Grok, da xAI. Os comandos “LULA 13” e “LULA PRESIDENTE” falharam com erro em duas tentativas. “FLÁVIO 22” foi gerado na primeira tentativa, e os comandos de controle com Donald Trump, Javier Milei e Jair Bolsonaro também foram aceitos (Painel Político, 14/10).

Resposta das empresas. A Meta não respondeu à reportagem do g1. A xAI não comentou e, até 14 de outubro, não havia sido notificada pelo TSE.

Marco normativo. O art. 28, § 1º-C, da Resolução TSE nº 23.610/2019, incluído pela Resolução nº 23.755/2026, veda que sistemas de IA favoreçam ou desfavoreçam candidaturas, inclusive por respostas automatizadas (seção 2.2).

Avaliação. Os dois testes observaram tratamento desigual, mas com graus de controle diferentes. Na Meta AI, o contraste “Lula 13” × “Flávio 22” não isola a variável partidária. “Lula” identifica inequivocamente uma figura pública, enquanto “Flávio” é um prenome comum. O controle com nome completo (“Flávio Bolsonaro 22”) também foi recusado, o que é compatível com um filtro de nomes de políticos conhecidos. A variação por canal e por país sugere implantação não uniforme. No Grok, o controle é mais informativo: Jair Bolsonaro, que não ocupa cargo, foi aceito, enquanto Lula foi recusado. Isso afasta uma regra genérica para chefes de Estado ou ex-presidentes. Mas

trata-se de um único teste, com poucas tentativas, publicado em uma única matéria. Os dois casos são o tipo de evidência mais próximo de um teste comparativo disponível no período. Por isso recebem o nível 4, com causa indeterminada (política de conteúdo, filtro automático ou falha técnica) e intenção não comprovada. São também os casos que mais se beneficiariam de réplica sistemática, com protocolo documentado, vários dias, contas e idiomas.

5.3 Google: falas atribuídas a Lula pelo Gemini (C5) – Nível 1

O que se alega. Em 13 de outubro, a coligação de Lula acusou a IA do Google (Gemini e Busca) de atribuir a Lula falas falsas sobre crime organizado e terrorismo, com declarações entre aspas inventadas em respostas a perguntas neutras.

O que foi apurado. Segundo o R7 e o VG Notícias, o presidente do TSE deu 24 horas para o Google se manifestar. Registrou, porém, que a petição foi protocolada sem vídeo, link, prints ou identificação das declarações supostamente inventadas. Também condicionou o reconhecimento do risco de dano à reiteração ou à permanência da conduta (R7, 13/10; VG Notícias, 13/10; CBN, 13/10).

Resposta da empresa. Até 14 de outubro, não havia resposta pública do Google.

Avaliação. Denúncia relevante e grave, mas, no estado atual, sem sustentação documental pública nem verificação independente.

5.4 X: bloqueio de publicações e hashtags (C6) – Nível 2

O que se alega. Em 12 de outubro, a coligação de Lula acionou o TSE contra o X. Segundo a representação, a plataforma impediu novas postagens de perfis oficiais e de apoiadores durante o ato na Avenida Paulista, bloqueou hashtags como #LulaNaPaulista e #ExércitoDoLulaEmCampo e sugeriu #LulaNaCadeia no preenchimento automático. A petição anexou prints e pediu liminar e dados sobre pagamentos estrangeiros (CNN Brasil, 13/10; TV Sim Brasil, 13/10).

Resposta da empresa. Não havia manifestação pública do X até 14 de outubro.

Avaliação. Há registros parciais (prints) apresentados por parte interessada, sem verificação independente e sem explicação da plataforma.

5.5 Redes coordenadas e collabs (C7, C8) – Nível 2

Rede pró-Flávio (C7). O PT levou ao TSE uma rede de 324 perfis que usaria o recurso de colaboração (*collabs*) do Instagram para multiplicar conteúdo favorável a Flávio. Foram 492 publicações em coautoria entre 15 de agosto e 7 de setembro, com 74 perfis ligados a candidaturas e 130,9 milhões de seguidores somados (Brasil 247, 18/09). Em

22 de setembro, o corregedor-geral eleitoral, ministro Ricardo Villas Bôas Cueva, abriu apuração preliminar contra Flávio Bolsonaro, o candidato a vice Alfredo Gaspar e o deputado federal Mário Frias (PL-SP). A suspeita é de abuso de poder econômico e político por meio de uma rede que contornaria as regras de impulsionamento pago e de disparo em massa, sem rotular conteúdo gerado por IA. Alguns dos perfis divulgavam produtos de campanha na Shopee, o que explica o pedido de informações a essa empresa, além do Facebook (g1, 22/09; Valor, 22/09; Estadão, 22/09; Diário de Pernambuco, 22/09).

Rede pró-Lula (C8). Em 9 de outubro, a campanha de Flávio apontou uma rede de 1.525 perfis, com 5.882 conexões de coautoria e 2.856 publicações analisadas (74% em coautoria). Segundo a denúncia, 218 posts traziam informação falsa ou descontextualizada e somavam 11,6 milhões de visualizações (SBT News, 09/10).

Avaliação. São condutas de terceiros, não da plataforma nem de seus algoritmos, com documentação razoável apresentada pelos dois lados. As duas denúncias foram produzidas por partes adversárias, com metodologias diferentes. Por isso, seus números (324 contra 1.525 perfis; 492 publicações contra 5.882 conexões) não são comparáveis entre si. Ambas seguem em análise.

5.6 Posts pagos no X por perfis estrangeiros (C9) – Nível 2

O que se alega. Folha e Revista Fórum revelaram que influenciadores alinhados a Donald Trump, parte deles no exterior, fizeram posts pagos no X promovendo Flávio e o mercado de previsões Polymarket. Em 23 de setembro, Renan Santos, candidato à Presidência pelo partido Missão no primeiro turno, acionou o TSE. Alegou propaganda irregular e possível financiamento estrangeiro, pediu a retirada das publicações e a responsabilização subsidiária do X. O PT também levou o tema ao TSE e ao STF (Metrópoles, 23/09; Valor, 23/09). Elon Musk, dono do X, comentou publicamente o desempenho de Flávio no Polymarket (Poder360, 20/09). O comentário, por si, não constitui evidência de atuação da plataforma.

Avaliação. Conduta de terceiros documentada pela imprensa. A origem do financiamento ainda está sob apuração, e não há indicação de participação da plataforma além da veiculação.

5.7 Imprensa e remoções: Pragmatismo Político, Revista Fórum e “Revelando Brasil” (C10, C11) – Níveis 3 e 2

O que foi apurado. O site Pragmatismo Político teve duas publicações removidas e alcance limitado, com prazo exibido pela própria plataforma até 25 de outubro, dia do segundo turno. As restrições ocorreram em meio a um pedido da campanha de Flávio ao TSE para monitorar a página. O próprio veículo ressalva que não está esclarecido se havia determinação judicial específica por trás delas (Pragmatismo Político, 13/10). A

Revista Fórum relatou a derrubada de um vídeo de comentário sobre Gilberto Kassab e Flávio (Revista Fórum, 13/10). Em setembro, a Meta removeu e, em poucas horas, restaurou o perfil “Revelando Brasil”, projeto que publicara um vídeo do humorista Fábio Porchat sobre o caso Banco Master citando Flávio. A empresa admitiu o erro após revisão interna e pediu desculpas, e o vídeo permaneceu disponível no YouTube (O Globo, 23/09; CartaCapital, 23/09).

Avaliação. O caso do Pragmatismo Político (nível 3) está documentado por notificação da plataforma, mas a origem da medida (decisão da plataforma ou ordem judicial) não foi esclarecida. O relato da Revista Fórum (nível 2) baseia-se no testemunho do próprio veículo. O caso “Revelando Brasil” (nível 3) é um erro reconhecido e revertido. Não há, até aqui, nexos demonstrados com a campanha adversária nem indicação de ordem interna direcionada.

5.8 Denúncias da sociedade civil e testemunho (C13, C14) – Níveis 2 e 1

Relatos da CTRL+Z (C13). A organização CTRL+Z catalogou 1.121 relatos de censura, banimento, restrição ou queda de alcance em perfis de apoio a Lula no período eleitoral. Desses, 36,8% referem-se a supressão de alcance. Entre os casos citados estão o do perfil oficial de Lula e o da advogada e comentarista Gabriela Prioli, cujas visualizações teriam caído de 12,7 milhões para 1 milhão (Revista Fórum, 13/10). São autodeclarações de um grupo que se identifica como prejudicado, sem denominador nem grupo de comparação. É o tipo de evidência mais difícil de validar e mais sujeito a viés, e não permite inferir taxa nem direção. O caso fica no nível 2 pela existência de registros, com essa fragilidade explícita.

Testemunho sobre Fernando Cerimedo (C14). Em 14 de outubro, a Revista Fórum publicou o depoimento de uma ex-companheira do consultor argentino Fernando Cerimedo. Segundo ela, a equipe dele teria atuado junto à Meta para reduzir o alcance das contas de Lula. A declaração não vem acompanhada de documentos e não foi corroborada por outras fontes. É grave e não verificada (nível 1).

5.9 Anúncios pagos em dólar sem rótulo político (C15) – Nível 3

O que foi apurado. A Agência Pública analisou a Biblioteca de Anúncios da Meta e encontrou 1.069 anúncios que mencionavam Lula ou Flávio pagos em dólar, num total de pelo menos US\$ 120,8 mil. Os anúncios não tinham o rótulo obrigatório de conteúdo político e somaram 82 milhões de impressões. Havia peças desinformativas contra os dois candidatos; uma delas, contra Flávio, recebeu US\$ 200 e alcançou 70 mil impressões (Agência Pública, 04/10).

Resposta da empresa. A Meta afirmou ter identificado e removido as peças por violação de suas regras.

Avaliação. Falha de aplicação das regras de transparência confirmada pela empresa, que atingiu os dois lados. Como a reportagem não informa a distribuição dos anúncios por direção, não é possível inferir qual candidatura foi mais afetada.

5.10 Canais de WhatsApp: a disputa judicial (C12) – Contexto

O canal “Exército do Lula”, criado pelo deputado André Janones e com mais de 4 milhões de seguidores, e o canal “Tropa do Flávio” protagonizaram a disputa judicial mais intensa do período. Houve suspensões e liberações em série no TSE, ordem para a Meta monitorar conteúdos e exigência de registro dos canais pelas campanhas (Valor, 13/10; g1, 11 a 13/10; BBC Brasil, 11 e 13/10). A área técnica do TSE não encontrou as notícias falsas que a campanha de Flávio apontara no canal de Janones (g1, 12/10; Valor, 12/10). Como o objeto é a decisão judicial, e não a conduta da plataforma, o caso é tratado como contexto. Nele, a Meta aparece como executora de ordens, e não como agente.

5.11 Métricas de engajamento e gastos comparados (C16) – Contexto

Levantamento	Período	Resultado	Fonte
Nexus	Sabatinas do Jornal Nacional (27 a 29/08)	Lula com 105% mais engajamento e 265% mais impressões no X	O Globo, 31/08
HypeAuditor	24/08 a 23/09	Flávio com 4,7 vezes mais visualizações por vídeo no TikTok e média de 150 mil curtidas no Instagram, contra 50 mil de Lula	Folha, 01/10; Gazeta de Pinheiros, 06/10
DSC Lab	Janela de 48 horas entre 30/09 e 02/10	Flávio com 4,1 milhões de interações, contra 3,8 milhões de Lula; 88% das interações de Flávio vieram de três posts	BossaNews, 04/10
Fanpage Karma (divulgado pela campanha de Lula)	30 dias até 23/09	Lula com 40,3 milhões de interações, contra 31,9 milhões; somadas as redes, 497 milhões de visualizações, contra 424 milhões	Folha, 01/10
Gastos com impulsionamento na Meta	Primeiro mês de campanha	Lula liderou, com R\$ 2,6 milhões	Diário de Pernambuco, 16/09
Gastos com impulsionamento na Meta	Última semana do 1º turno e acumulado	Flávio concentrou R\$ 6,1 milhões na última semana, 83% do seu total (cerca de R\$ 7,3 milhões); Lula somou R\$ 9,3 milhões no período de três meses considerado pela reportagem	VEJA, 05/10

Os levantamentos medem coisas diferentes: plataformas, métricas (visualizações, curtidas, interações, impressões) e períodos distintos. Parte deles foi encomendada ou divulgada por campanhas. Não são, portanto, contraditórios, e sim heterogêneos e não comparáveis entre si. Mesmo entre os que tratam do Instagram, HypeAuditor e Fanpage Karma usam métricas diferentes. Esses dados não descrevem conduta de plataforma e, por isso, ficam fora da escala de sustentação. Servem como contexto e como o argumento mais forte contra inferências direcionais baseadas apenas em métricas públicas.

6 ANÁLISE COMPARATIVA

Avaliação por caso, respostas das empresas e o problema central: efeito assimétrico e intenção.

6.1 Avaliação por caso

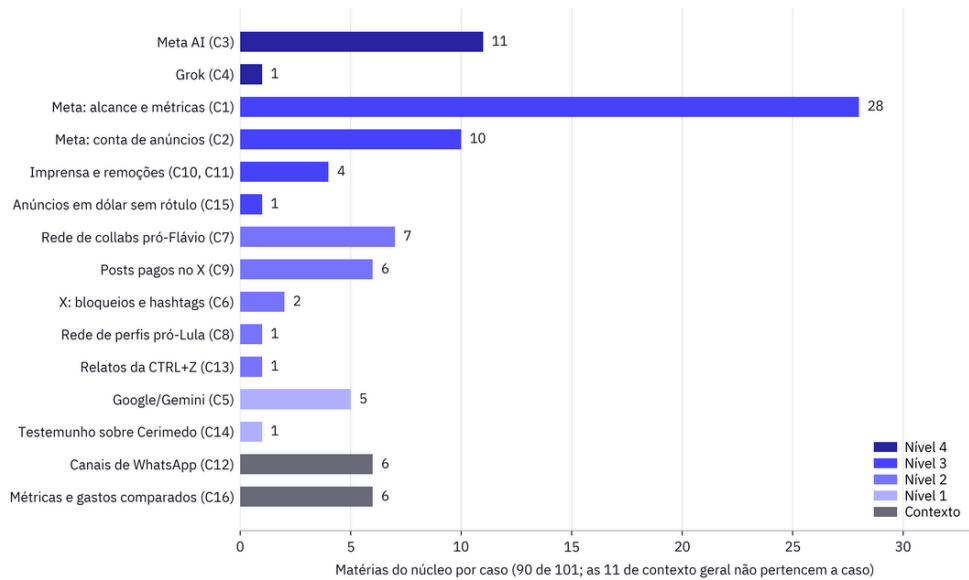


Figura 5 Matérias do núcleo por caso, com a cor indicando o nível de sustentação atribuído ao caso. Os casos C10 e C11 aparecem somados. **Fonte:** Labiia Lab, base de evidências.

Caso	Percepção (quem alega e o quê)	Enquadramento jornalístico	Avaliação das evidências	Nível
C1 Meta: alcance e métricas	Coligação de Lula: restrição deliberada	Incidentes reconhecidos; viés negado pela empresa	Falha global sem direção; remoção tardia de perfis; relação com as interrupções de 9 e 10/10 não demonstrada	3
C2 Meta: conta de anúncios	Coligação de Lula: bloqueio deliberado	Bloqueio reconhecido como indevido e revertido no mesmo dia	Incidente que atingiu a campanha; explicação alternativa plausível	3
C3 Meta AI	Teste do g1 (não é denúncia de campanha)	Assimetria apontada em teste	Tratamento desigual observado; controle incompleto (“Flávio Bolsonaro 22” também recusado)	4
C4 Grok (xAI)	Teste do Painel Político	Padrão replicado com controles	Controle informativo (Jair Bolsonaro aceito); teste único, uma matéria; sem resposta da xAI	4

Caso	Percepção (quem alega e o quê)	Enquadramento jornalístico	Avaliação das evidências	Nível
C5 Google/Gemini	Coligação de Lula: falas falsas atribuídas a Lula	TSE registra lacunas probatórias	Denúncia sem instrução pública	1
C6 X: bloqueios	Coligação de Lula: prejuízo à mobilização	Prints anexados; sem resposta da plataforma	Evidência indireta de parte interessada	2
C7 Rede de <i>collabs</i> pró-Flávio	PT: abuso de poder por rede de coautoria	Apuração preliminar aberta pela Corregedoria-Geral Eleitoral	Documentação razoável; conduta de terceiros	2
C8 Rede pró-Lula	Campanha de Flávio: rede de desinformação	Denúncia reportada; em análise	Documentação de parte interessada; conduta de terceiros	2
C9 Posts pagos no X	Renan Santos e PT: interferência estrangeira	Revelação da imprensa; ações no TSE e no STF	Conduta de terceiros documentada; financiamento sob apuração	2
C10 Pragmatismo e Fórum	Veículos: censura à imprensa	Restrição documentada (Pragmatismo); relato do veículo (Fórum)	Notificação comprova a restrição; origem não esclarecida	3 e 2
C11 “Revelando Brasil”	Projeto afetado: perseguição política	Remoção e restauração com pedido de desculpas	Erro reconhecido e revertido	3
C12 Canais de WhatsApp	Campanhas, nos dois sentidos	Disputa judicial	Objeto é decisão judicial; Meta como executora	Contexto
C13 CTRL+Z	Organização: censura em massa a apoiadores de Lula	Catálogo de relatos	Autodeclarações sem denominador nem comparação	2
C14 Cerimedo	Testemunho: conluio com a Meta	Depoimento publicado sem documentos	Não corroborado	1

Caso	Percepção (quem alega e o quê)	Enquadramento jornalístico	Avaliação das evidências	Nível
C15 Anúncios em dólar	Agência Pública (investigação)	Falha de rotulagem nos dois sentidos	Confirmada e corrigida pela Meta; direção não inferível	3
C16 Métricas e gastos	Campanhas e consultorias	Números divergentes	Métricas heterogêneas; não descrevem conduta de plataforma	Contexto

6.2 Respostas das empresas

Meta. A empresa negou interferência, afirmou que as falhas não afetaram exclusivamente o Brasil nem contas específicas e reafirmou compromisso com a isonomia. No TSE, sustentou que a falha de métricas foi global, que o bloqueio de anúncios decorreu de suspeita de simulação de programa social, e pediu o arquivamento da representação (SBT News, 11/10; O Globo, 13/10; CBN, 13/10). Três controvérsias continuam em aberto:

- se a falha global de 7 de outubro explica as interrupções que a campanha relata em 9 e 10 de outubro;
- se a remoção de sete de 35 perfis só após intimação indica morosidade na aplicação das regras;
- se a diferença de engajamento apontada pelo PT tem explicação orgânica. Os dados disponíveis não permitem responder. O levantamento do DSC Lab mostra que 88% das interações de Flávio numa janela de 48 horas vieram de três posts (BossaNews, 04/10), padrão compatível tanto com viralização orgânica quanto com impulsionamento.

Google. Recebeu prazo de 24 horas do TSE em 13 de outubro. Não havia resposta pública até o fechamento.

X. Não houve manifestação reportada sobre o bloqueio de publicações e hashtags.

xAI. Não comentou o teste do Grok e não havia sido notificada pelo TSE.

Para Google, X e xAI, a ausência de resposta pública é, em si, um achado do período e um limite para a verificação.

6.3 Efeito assimétrico e inferência de intenção

Se os incidentes de plataforma apontam predominantemente numa direção, por que o relatório não sustenta a hipótese de interferência deliberada? A tabela abaixo reúne todos os incidentes de conduta de plataforma com sustentação de nível 3 ou 4, inclusive os que não apontam na direção alegada. Alegações sem documentação, como o

bloqueio de impulsionamento de 9 e 10 de outubro, as hashtags do X e as falas atribuídas ao Gemini, ficam de fora.

Incidente	Caso	Status probatório	Direção do efeito	Explicação disponível
Bloqueio da conta de anúncios (23/09)	C2	Reconhecido como indevido; revertido no mesmo dia	Desfavorável à campanha de Lula	Suspeita de simulação de programa social (regra geral)
Falha na métrica de visualizações de Reels (07/10)	C1	Reconhecida pela empresa	Sem direção (global, mais de 100 países)	Erro técnico global
Remoção de sete perfis só após intimação (13/10)	C1	Informada pela empresa	Desfavorável à campanha de Lula, por omissão em relação a perfis por ela apontados	Morosidade na aplicação das regras
Restrição ao Pragmatismo Político (13/10)	C10	Documentada por notificação da plataforma	Desfavorável a veículo crítico a Flávio	Origem não esclarecida (plataforma ou ordem judicial)
Remoção do perfil “Revelando Brasil” (22 e 23/09)	C11	Reconhecida; revertida com pedido de desculpas	Desfavorável a conteúdo crítico a Flávio	Erro de revisão
Anúncios em dólar sem rótulo político (04/10)	C15	Confirmada; peças removidas	Os dois lados	Falha de aplicação das regras de transparência
Meta AI: “Lula 13” recusado, “Flávio 22” aceito (14/10)	C3	Observado em teste (g1)	Desfavorável à campanha de Lula, com ressalva: “Flávio Bolsonaro 22” também recusado	Possível filtro de nomes de políticos; causa desconhecida
Grok: “LULA 13” recusado; Flávio e Jair Bolsonaro aceitos (14/10)	C4	Observado em teste único (Painel Político)	Desfavorável à campanha de Lula	Nenhuma apresentada; xAI não comentou

O que a tabela mostra. Dos oito incidentes, seis têm direção identificável, e todos os seis operaram em desfavor da campanha de Lula ou de conteúdo crítico a Flávio. Dois desses seis têm ressalvas importantes: no caso do Pragmatismo Político, a origem da medida é incerta; no da Meta AI, o controle foi incompleto. Os outros dois incidentes não têm direção (falha global de métricas) ou atingiram os dois lados (anúncios em dólar). Dois deles, a conta de anúncios e o perfil “Revelando Brasil”, foram revertidos pela

própria plataforma em poucas horas.

Por que isso não equivale a intenção?

- **Denominador ausente.** Não se sabe quantos erros semelhantes atingiram contas ligadas a Flávio sem gerar denúncia ou cobertura. A amostra resulta de quem denuncia e do que é investigado, não de sorteio. Por isso, a concentração direcional é um indício, não uma estimativa de probabilidade. A campanha de Flávio mostrou disposição de recorrer ao TSE em outros temas, como os canais de WhatsApp e o Pragmatismo Político, o que reduz, mas não elimina, esse viés.
- **Intenção tem objeto.** Interferência deliberada significa decisão organizacional. Nenhum documento, registro interno ou auditoria nesse sentido foi tornado público, em nenhum dos dois sentidos.
- **O achado que mais resiste.** Os testes de IA generativa são o achado menos explicável por assimetria estrutural, sobretudo no Grok, em que Jair Bolsonaro foi aceito e Lula recusado. Ainda assim, um viés de produto demonstrado não equivale a coordenação com campanha, e a evidência disponível vem de testes jornalísticos de pequena escala.

AValiação AGREGADA

Há indícios convergentes de efeito assimétrico em parte dos incidentes de conduta de plataforma, em prejuízo à campanha de Lula ou a conteúdo crítico a Flávio Bolsonaro. A intenção não é apurável com o registro público: não foi demonstrada nem pode ser descartada. Esta avaliação aplica-se ao conjunto de incidentes da tabela acima, não a cada caso isolado, e não constitui um nível adicional da escala.

O que mudaria esta avaliação. Registros internos do bloqueio da conta de anúncios e do impulsionamento de 9 e 10 de outubro, com a cadeia de decisão; os registros cuja preservação foi determinada pelo TSE em 10 de outubro; dados internos do filtro da Meta AI para nomes de candidatos; perícia na ação em curso no TSE; réplica dos testes de IA em escala (amostra grande, vários dias, contas e idiomas); taxas de erro por tipo de conta (candidatos, governo, imprensa), que seriam o teste decisivo do denominador; a distribuição por direção dos anúncios em dólar; documentos sobre o caso Cerimedo; e as respostas de X, xAI e Google. Esses elementos podem tanto aproximar a avaliação do nível 5 quanto afastá-la da hipótese de assimetria.

7 O QUE SE PODE OU NÃO CONCLUIR

Pode-se sustentar

- A Meta reconheceu um incidente que atingiu diretamente a campanha de Lula. Trata-se do bloqueio indevido da conta de anúncios, revertido no mesmo dia. A empresa também informou uma falha global de métricas, sem direção, e a remoção de sete perfis irregulares só após intimação.
- Testes jornalísticos observaram tratamento desigual entre os nomes de Lula e de Flávio na Meta AI e no Grok. No Grok, o controle foi mais informativo. Na Meta AI, o controle foi incompleto.
- Há denúncias documentadas de redes coordenadas e de impulsionamento irregular de terceiros nos dois sentidos. Elas estão em análise no TSE. Houve ainda falha de rotulagem de anúncios pagos em dólar que alcançou os dois lados, confirmada e corrigida pela Meta.
- Entre os incidentes de plataforma com direção identificável, há concentração em prejuízo à campanha de Lula ou a conteúdo crítico a Flávio. É um indício que justifica apuração.
- A cobertura reflete a assimetria de quem denuncia. O campo de Lula denuncia plataformas com frequência muito maior; o de Flávio denuncia sobretudo redes do adversário e decisões do TSE.

Não se pode sustentar

- Interferência deliberada de qualquer empresa em favor de Lula ou de Flávio. Nenhum documento, auditoria, decisão interna ou fonte primária nesse sentido foi localizado nos 60 dias analisados.
- A tese de que o algoritmo da Meta privilegia a direita como política da empresa. A falha de métricas foi global, e os dados públicos de engajamento são heterogêneos e não comparáveis.
- A atribuição de falas falsas a Lula pelo Gemini e o suposto conluio entre Cerimedo e a Meta. Há uma denúncia sem instrução probatória pública, e um testemunho não corroborado.
- Que o volume de notícias meça a intensidade do prejuízo. As 185 notícias sobre um caso continuam sendo um caso.
- Que não houve interferência. A ausência de prova de intenção no registro público não é prova de ausência de intenção. Entre os incidentes de plataforma com direção identificável, todos operaram em desfavor da campanha de Lula, mas a amostra não é aleatória.

A PERGUNTA QUE FICA ABERTA

Por que a conta de anúncios da campanha de Lula foi bloqueada de forma indevida? Por que sete perfis só foram removidos após intimação? Por que a Meta AI e o Grok trataram os nomes dos candidatos de forma diferente? As respostas dependem de dados internos que nenhuma reportagem obteve. Só auditoria independente, atuação regulatória (TSE e ANPD) ou litígio podem produzi-los.

8 LIMITAÇÕES

- **Cobertura de descoberta.** O corpus vem de 79 consultas ao Google News, método eficiente, mas não exaustivo. Fenômenos sem cobertura jornalística, ou publicados em veículos fora do índice do Google News, podem não aparecer.
- **Viés de partida.** A investigação partiu de duas reportagens que já enquadravam o tema como denúncia contra a Meta, o que orienta as consultas iniciais nessa direção.
- **Núcleo intencional.** O núcleo de 101 matérias foi selecionado para cobrir os casos, não sorteado. Suas proporções descrevem o material analisado, não o noticiário.
- **Contagem por título.** A distribuição por plataforma usa a primeira plataforma mencionada no título. Matérias sobre a mesma ocorrência citam a mesma empresa, e matérias genéricas podem citar plataformas de passagem.
- **Acesso parcial.** Parte do material de veículos com paywall (Folha, Estadão, Valor, O Globo, VEJA) foi arquivada com conteúdo reduzido, e três itens renderizaram apenas o título. As triagens do corpus amplo baseiam-se em títulos e metadados.
- **Codificação.** A classificação envolve julgamento. Os procedimentos adotados estão descritos na seção 3.3, e a base permite reanálise registro a registro.
- **Agrupamento por caso.** Casos reúnem subeventos distintos (por exemplo, anúncios, métricas e perfis em C1 e C2). A direção é atribuída por matéria; o nível, por caso.
- **Testes de IA não são auditoria.** Os testes do g1 e do Painel Político têm poucas tentativas e não foram reproduzidos de forma sistemática. O do Grok aparece em uma única matéria.
- **Sem acesso a dados internos.** Nenhuma decisão de moderação, configuração de algoritmo, documento de empresa ou peça processual integral foi obtido. O relatório avalia o que é público.
- **Assimetria de documentação.** O campo de Lula produziu muito mais material de denúncia (relatórios, prints, ações), o que aumenta sua visibilidade no corpus sem constituir prova de maior vitimização.
- **Recorte temporal.** O período termina em 14 de outubro, com o segundo turno marcado para 25 de outubro. Respostas pendentes (Google, X, xAI) e decisões judiciais podem alterar o quadro. Este relatório é um retrato datado.

9 CONCLUSÕES E PONTOS DE MONITORAMENTO

1. A Meta é o epicentro da controvérsia. A eleição de 2026 produziu volume expressivo de cobertura jornalística e de ações judiciais envolvendo plataformas. A Meta é a plataforma do título em 395 das 856 notícias do corpus e em 74 das 101 matérias do núcleo.
2. Os testes de IA generativa são o achado mais próximo de uma evidência comparativa. Também são o que tem menos explicação pública. O tratamento desigual observado na Meta AI e no Grok é potencialmente relevante à luz do art. 28, § 1º-C, da Resolução TSE nº 23.610/2019. A solidez dos testes, porém, é limitada: houve controle incompleto na Meta AI e um único teste no Grok.
3. As alegações mais graves são as menos documentadas. O suposto conluio entre Cerimedo e a Meta e as falas atribuídas ao Gemini carecem de prova pública. O TSE registrou que a segunda foi protocolada sem elementos.
4. Os reconhecimentos da Meta existem, mas têm alcance limitado. O bloqueio indevido de anúncios e a remoção tardia de perfis são fatos documentados. A falha de métricas foi global e não tem direção.
5. Redes coordenadas e impulsionamento irregular de terceiros atingiram os dois campos. Junto com os anúncios em dólar sem rótulo, isso recomenda tratar o fenômeno como problema sistêmico da campanha digital brasileira, e não como viés de uma única empresa.
6. Há indícios convergentes de efeito assimétrico em parte dos incidentes de plataforma, mas a intenção não é apurável com o registro público. A predominância de denúncias de prejuízo a Lula reflete também a mobilização desse campo e não pode ser lida como medida direta da conduta das empresas.

Pontos de monitoramento

- Resposta do Google ao TSE sobre o Gemini (prazo de 24 horas a partir de 13/10) e eventual complementação probatória da coligação.
- Manifestação do X sobre o bloqueio de publicações e hashtags no ato da Avenida Paulista e sobre os dados de pagamentos estrangeiros pedidos na representação.
- Andamento da representação contra a Meta no TSE: decisão sobre o pedido de arquivamento, uso dos registros preservados por ordem de 10/10 e eventual perícia ou auditoria.
- Respostas de Meta e xAI sobre os testes de IA e eventual notificação da xAI pelo TSE.
- Apuração da ANPD, acionada em 10/10, e dos pedidos de investigação de interferência estrangeira no TSE e no STF.
- Apuração preliminar da Corregedoria-Geral Eleitoral sobre a rede de *collabs* (C7) e análise da denúncia sobre a rede de 1.525 perfis (C8).
- Desdobramentos do caso Cerimedo e das investigações sobre posts pagos no exterior.
- Após a eleição: auditorias independentes de moderação e alcance, capazes de transformar comportamento desigual em interferência demonstrada ou de afastá-la.

DECLARAÇÃO EXPRESSA

A investigação documenta incidentes operacionais reconhecidos, tratamento desigual observado em testes de ferramentas de IA, redes de terceiros atuando nos dois sentidos, indícios convergentes de efeito assimétrico em parte dos incidentes de plataforma e denúncias, várias delas ainda sem verificação. Até 14 de outubro de 2026, nenhuma prova pública atravessou a fronteira entre erro sistêmico, viés de produto e interferência intencional.

10 APÊNDICES

Apêndice A. Prompt

O prompt utilizado para a busca profunda foi:

Investigação sobre possível interferência eleitoral das big techs nas eleições brasileiras de 2026

Realize uma **investigação jornalística profunda e sistemática** sobre possíveis práticas de favorecimento ou desfavorecimento político por grandes plataformas digitais nas eleições presidenciais brasileiras de 2026.

O objetivo é identificar, recuperar, verificar, organizar e analisar notícias que apontem possíveis interferências de empresas como Meta, Google, X, TikTok e outras big techs na disputa entre **Lula (PT, 13)** e **Flávio Bolsonaro (PL, 22)**.

1. Escopo e período

Pesquise notícias publicadas entre **16 de agosto e 14 de outubro de 2026**, inclusive.

Priorize o jornalismo brasileiro, incluindo veículos nacionais, regionais, especializados em tecnologia e organizações de jornalismo investigativo. Amplie a pesquisa para veículos internacionais quando apresentarem informações diretamente relacionadas ao Brasil.

Busque, entre outros fenômenos

- Redução ou ampliação assimétrica de alcance, visibilidade, engajamento e distribuição de conteúdos políticos.
- Moderação desigual, remoção de publicações, suspensão de contas ou tratamento diferenciado de candidatos e campanhas.
- Tratamento assimétrico de Lula e Flávio Bolsonaro por sistemas de IA generativa, assistentes e chatbots.
- Possível favorecimento em resultados de busca, recomendações algorítmicas, publicidade política e ferramentas das plataformas.
- Denúncias de interferência política, tratamento preferencial, discriminação algorítmica ou decisões empresariais com possíveis consequências eleitorais.

****Critério central de inclusão****

A notícia precisa apresentar uma alegação concreta, indício verificável ou evidência de tratamento politicamente assimétrico relacionado à atuação de uma plataforma digital.

****Critério de exclusão****

Não incluir notícias que tratem apenas de decisões do TSE determinando a retirada de propaganda, deepfakes ou conteúdos ilícitos produzidos por candidatos. Esses casos só interessam quando houver alegação ou evidência de aplicação assimétrica das regras pela própria plataforma.

Também não incluir notícias genéricas sobre desinformação, IA nas campanhas ou regulação eleitoral sem relação direta com o objeto investigado.

2. Reportagens de referência

Utilize estas reportagens como pontos de partida para identificar o tipo de ocorrência procurado, seus desdobramentos e possíveis notícias relacionadas.

<https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2026-10/meta-alega-problemas-tecnicos-para-menor-alcance-de-lula-nas-redes>

<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2026/10/14/ia-da-meta-no-whatsapp-reluta-em-criar-imagem-de-campanha-de-lula-mas-aceita-pedidos-para-flavio.ghtml>

Esses exemplos **não** devem orientar previamente as conclusões. Investigue com igual rigor denúncias

envolvendo prejuízos a Lula e a Flávio Bolsonaro.

3. Estratégia de busca profunda

Execute buscas sucessivas, combinando nomes de empresas, candidatos, produtos, plataformas e expressões como viés político, censura, favorecimento, interferência eleitoral, alcance reduzido, shadow banning, moderação seletiva, discriminação algorítmica, propaganda eleitoral e viés de IA.

Utilize diferentes combinações, sinônimos e operadores de pesquisa. Não se limite às reportagens mais conhecidas ou aos resultados iniciais dos mecanismos de busca.

Para cada ocorrência encontrada, procure a reportagem original, matérias relacionadas, repercussões, investigações posteriores, respostas das empresas, manifestações das campanhas e eventuais verificações independentes.

Diferencie reportagens originais de reproduções de agências, republicações e notícias que apenas repetem uma denúncia. ****Dez veículos reproduzindo uma mesma investigação não equivalem a dez casos independentes.****

Sempre que possível, contraste as alegações jornalísticas com documentos, testes técnicos, manifestações oficiais ou outras fontes primárias.

Registre também quando uma denúncia foi contestada, desmentida, corrigida ou permaneceu sem verificação.

4. Organização e classificação das evidências

Construa uma base estruturada com todas as notícias relevantes, contendo

- Data, título, veículo, jornalista e URL direta da reportagem.
- Big tech, plataforma ou produto envolvido.
- Descrição objetiva da ocorrência e mecanismo alegado.
- Quem apresentou a denúncia e quais evidências foram utilizadas.
- Qual candidatura teria sido prejudicada ou favorecida.
- Qual candidatura ou grupo político afirma ter sido prejudicado.
- Como a própria reportagem interpreta ou verifica a alegação.
- Resposta da empresa e eventuais desdobramentos.
- Grau de sustentação empírica da alegação.

Classifique cada caso conforme o material disponível, distinguindo ****denúncia não verificada, evidência indireta, assimetria demonstrada e interferência deliberada documentada****. Não classifique a intenção da empresa como demonstrada apenas porque um comportamento desigual foi observado.

Diferencie também três dimensões analíticas

1. ****Percepção das campanhas****. Qual lado afirma estar sendo prejudicado.
2. ****Enquadramento jornalístico****. Qual lado a reportagem aponta como prejudicado ou favorecido e com que evidências.
3. ****Avaliação das evidências****. O que pode efetivamente ser sustentado, independentemente da interpretação das campanhas e dos veículos.

5. Relatório analítico

Produza um ****relatório técnico-jornalístico de 10 a 20 páginas****, com análise substantiva, documentação verificável e apresentação visual profissional.

O relatório deverá responder especialmente

- Quais big techs aparecem nas denúncias e com que frequência.
- Quais tipos de interferência ou assimetria são relatados.
- Quais candidaturas aparecem como prejudicadas ou favorecidas.
- Quais candidaturas denunciam mais frequentemente tratamento desigual.

- Qual direção de favorecimento ou prejuízo é apontada pelas reportagens e por suas evidências.
- Quais casos apresentam maior sustentação documental ou técnica.
- Quais são as explicações das empresas e as principais controvérsias.
- O que o conjunto das notícias permite concluir sobre a possível interferência das big techs nas eleições de 2026.

Inclua resumo executivo, metodologia, principais achados, análise comparativa, discussão dos casos mais relevantes, limitações e conclusões.

Utilize tabelas comparativas, gráficos de distribuição por empresa e candidatura, linha do tempo das ocorrências e outros recursos visuais que efetivamente ajudem a interpretar os dados. Apresente números absolutos e denominadores, evitando percentuais isolados sobre amostras pequenas.

A quantidade de notícias sobre determinado candidato não deve ser interpretada automaticamente como medida da intensidade do prejuízo sofrido. Discuta possíveis vieses de cobertura, diferenças na documentação disponível e limitações da pesquisa. Antes de fechar a avaliação, use um segundo agente de validação dos resultados que não tenha ciência da avaliação do primeiro para aumentar a confiabilidade das classificações, como se fossem dois agentes humanos.

6. Referências visuais

Consulte os relatórios disponíveis em [anonimizado. Computador do pesquisador]

Utilize-os ****exclusivamente como referências de identidade visual, diagramação, hierarquia tipográfica, organização editorial, tabelas e gráficos****.

Preserve a identidade visual do LABIIA, mas desenvolva uma estrutura adequada ao objeto desta investigação.

7. Entregáveis e critérios de conclusão

Entregue o relatório final em PDF e uma base de evidências em CSV ou XLSX, com os registros individualizados, URLs originais e classificações realizadas.

A investigação somente estará concluída quando

- As buscas tiverem coberto diferentes plataformas, empresas, candidatos, veículos e modalidades de possível interferência.
- As notícias relevantes tiverem sido verificadas e as duplicações identificadas.
- Todas as afirmações factuais do relatório puderem ser rastreadas até fontes identificáveis.
- As alegações das campanhas estiverem claramente separadas das constatações jornalísticas e das evidências disponíveis.
- A comparação entre Lula e Flávio Bolsonaro decorrer dos dados recuperados, sem pressupor favorecimento de qualquer lado.
- Os gráficos e tabelas utilizarem exclusivamente dados efetivamente coletados.
- As limitações da cobertura jornalística e da capacidade de verificar o funcionamento interno das plataformas estiverem explicitadas.

****Priorize a profundidade da investigação, a diversidade das fontes e a verificabilidade dos resultados.****

Não invente notícias, dados, testes, declarações ou referências. Caso a evidência seja insuficiente para concluir que houve favorecimento eleitoral deliberado, declare expressamente essa limitação e apresente o que foi efetivamente documentado.

Apêndice B. Cronologia

Data	Ocorrência	Fontes principais
16/08	Início da propaganda eleitoral e do recorte deste relatório	—
27 a 29/08	Sabatinas do Jornal Nacional; levantamento da Nexus aponta maior engajamento de Lula	O Globo
16/09	Levantamento mostra Lula à frente dos gastos com impulsionamento no primeiro mês	Diário de Pernambuco
A partir de 17/09	Começa a disputa judicial sobre os canais de WhatsApp “Exército do Lula” e “Tropa do Flávio”	Valor; g1; BBC Brasil
18/09	PT leva ao TSE a rede de 324 perfis e <i>collabs</i> pró-Flávio	Brasil 247
20 a 22/09	Revelados posts pagos pró-Flávio no X por influenciadores alinhados a Trump; Elon Musk comenta o desempenho de Flávio no Polymarket	Folha; Revista Fórum; Poder360
22/09	Corregedoria-Geral Eleitoral abre apuração preliminar sobre a rede de <i>collabs</i> (Flávio, Gaspar e Frias) e pede informações ao Facebook e à Shopee	g1; Valor; Estadão; Diário de Pernambuco
22 e 23/09	Meta remove e restaura o perfil “Revelando Brasil”	O Globo; CartaCapital
23/09	Renan Santos (Missão) aciona o TSE contra posts pagos de perfis estrangeiros; PT leva o tema ao TSE e ao STF	Metrópoles; Valor
23/09	Meta desativa a conta de anúncios da campanha de Lula; a conta é restabelecida no mesmo dia, após recurso	Diário do Pará
04/10	Primeiro turno; Agência Pública revela 1.069 anúncios pagos em dólar sem rótulo político; DSC Lab divulga levantamento de interações	Agência Pública; BossaNews
05/10	VEJA mostra a concentração dos gastos de Flávio na última semana do primeiro turno	VEJA
07/10	Falha global na métrica de visualizações de Reels, depois reconhecida pela Meta	O Globo
08 e 09/10	Relatório do PT aponta engajamento 2,96 vezes maior de Flávio; campanha de Flávio denuncia rede de 1.525 perfis pró-Lula	Correio Braziliense; SBT News
09 e 10/10	Campanha de Lula relata interrupções de métricas e de impulsionamento no Instagram	Exame; Poder360

Data	Ocorrência	Fontes principais
10/10	Coligação aciona TSE e ANPD contra a Meta; ministro Bellizze dá 48 horas e determina a preservação de registros	Congresso em Foco; Valor; Metrópoles; Folha
11/10	Meta nega interferência em nota pública	SBT News
11 a 13/10	Disputa dos canais de WhatsApp se intensifica; Meta monitora conteúdos por ordem do TSE	Valor; g1; BBC Brasil
12/10	Coligação aciona o TSE contra o X por bloqueio de publicações e hashtags	CNN Brasil; TV Sim Brasil
12 e 13/10	Meta responde ao TSE: reconhece bloqueio indevido de anúncios e falha global de métricas, informa remoção de sete perfis, nega viés e pede arquivamento	O Globo; CBN; Correio Braziliense
13/10	TSE dá 24 horas ao Google sobre falas atribuídas a Lula pelo Gemini; CTRL+Z divulga 1.121 relatos de censura; restrições ao Pragmatismo Político e à Revista Fórum	R7; VG Notícias; Revista Fórum; Pragmatismo Político
14/10	g1 publica teste da Meta AI; Painel Político testa o Grok; Revista Fórum publica testemunho sobre Cerimedo; fim do recorte	g1; Painel Político; Revista Fórum
25/10	Segundo turno (fora do recorte)	—

Apêndice C. Escala e glossário

Nível 1 — Denúncia não verificada. Alegação sem instrução probatória pública; lacunas registradas por autoridades ou ausência de documentação.

Nível 2 — Evidência indireta. Registros parciais (prints, levantamentos de campanha ou de organizações), sem verificação independente ou com causalidade não demonstrada.

Nível 3 — Incidente documentado. Ocorrência reconhecida pela empresa ou comprovada por documento primário, como notificação de restrição exibida pela plataforma.

Nível 4 — Assimetria observada em teste. Comportamento desigual observado em teste comparativo publicado, com causa e intenção indeterminadas. O grau de controle de variáveis é avaliado caso a caso.

Nível 5 — Interferência deliberada documentada. Documento, auditoria ou decisão interna que comprove intenção. Não observado no corpus.

Contexto. Material útil ao entendimento que não descreve conduta de plataforma, como decisões judiciais e métricas comparadas. Fica fora da escala.

Collab. Recurso do Instagram que permite publicar um mesmo conteúdo em coautoria em mais de um perfil, somando as audiências.

Impulsioneamento. Pagamento à plataforma para ampliar a distribuição de um conteúdo. Na propaganda eleitoral, só é permitido a candidatos, partidos e coligações, com identificação.

Linha de base. Desempenho habitual de uma conta, usado como referência para avaliar quedas ou aumentos de alcance.

Shadow ban. Redução de alcance de uma conta ou publicação sem notificação ao usuário.

Apêndice D. Fontes citadas

Os títulos e as URLs de todas as matérias estão na base de evidências. Abaixo, veículos e datas das matérias citadas no texto.

Normas e decisões. Resolução TSE nº 23.610/2019, com as alterações da Resolução TSE nº 23.755, de 2 de março de 2026.

Imprensa. Agência Brasil (11/10); Agência Pública (04/10); BBC Brasil (11/10, 13/10); Brasil 247 (18/09); BossaNews (04/10); CartaCapital (23/09); CBN (13/10); CNN Brasil (13/10); Congresso em Foco (10/10); Correio Braziliense (09/10, 13/10); Diário de Pernambuco (16/09, 22/09); Diário do Pará (26/09); Estadão (22/09); Exame (10/10); Folha de S.Paulo (01/10, 10/10); g1 (22/09, 11/10, 12/10, 13/10, 14/10); Gazeta de Pinheiros (06/10); ISTOÉ Dinheiro (14/10); Metrôpoles (23/09, 10/10); O Globo (31/08, 23/09, 13/10); Painel Político (14/10); Poder360 (20/09, 10/10); Pragmatismo Político (13/10); R7 (13/10); Revista Fórum (13/10, 14/10); SBT News (09/10, 11/10); TV Sim Brasil (13/10); UOL (11/10); Valor Econômico (22/09, 23/09, 10/10, 12/10, 13/10); VEJA (05/10); VG Notícias (13/10).

Partes. Partido dos Trabalhadores, pt.org.br (13/10).

Outras fontes consultadas e não citadas no texto. AFP (13/10); Brasil de Fato (14/10); Estado de Minas (14/10); Euronews (11/10); Gazeta do Povo (20/09, 25/09, 10/10); Hindustan Times (11/10); ICL Notícias (14/10); OECD AI Policy Observatory (09/10); Times Brasil/CNBC (11/10); Varela Net (13/10).

Apêndice E. Uso de inteligência artificial generativa

A base deste levantamento foi realizada pelo agente de IA generativa baseado no modelo DeepSeek 4.1 Flash, rodando no OpenCode. A varredura das notícias e a classificação foram realizadas por tais agentes, seguindo critérios de validação interna entre eles. O primeiro autor abriu aleatoriamente 10 matérias e conferiu a classificação dos agentes e concordou com ela. Após a elaboração inicial do relatório, todos os autores revisaram o texto e buscaram verificar as matérias citadas e se havia suporte para as classificações. Então, os autores assumem responsabilidade por sua publicação.

11 FICHA TÉCNICA

Item	Conteúdo
Publicação	<labiia_lab> – Laboratório Interdisciplinar de Inteligência Artificial para Métodos, Democracia e Sociedade.
Objeto	Alegações, indícios e evidências de tratamento politicamente assimétrico por plataformas digitais (Meta, Google, X/xAI, TikTok e outras) na eleição presidencial brasileira de 2026, na disputa entre Luiz Inácio Lula da Silva (PT, 13) e Flávio Bolsonaro (PL, 22).
Versão	Versão editorial de 14 de outubro de 2026; dados fechados em 14 de outubro de 2026.
Recorte	Notícias publicadas entre 16 de agosto (início da propaganda eleitoral) e 14 de outubro de 2026. O recorte cobre o primeiro turno (4 de outubro) e os dez primeiros dias da campanha de segundo turno, marcado para 25 de outubro. Fatos posteriores a 14 de outubro não foram considerados.
Corpus	2.828 itens coletados no Google News (RSS) por meio de 79 consultas automatizadas, em português e inglês. Após filtro de período, relevância e deduplicação, restaram 856 notícias únicas de 291 veículos. Um núcleo de 101 matérias, distribuídas em 16 casos, foi arquivado para análise detalhada.
Método	Descoberta por consultas com variação léxica; deduplicação e filtro; arquivamento automatizado (Playwright) com URL final, PDF e texto integral; classificação por caso, direção alegada e mecanismo; avaliação do grau de sustentação em escala de cinco níveis, atribuída ao caso. O relatório mantém separadas três dimensões: a percepção das campanhas, o enquadramento jornalístico e a avaliação das evidências. Tanto a raspagem quanto a classificação foram realizadas de forma automatizada por agentes de inteligência artificial generativa baseados no DeepSeek 4.1 Flash.
Licença	Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0). Texto, figuras e base de evidências podem ser reproduzidos com atribuição.
Como citar	<labiia_lab> – Laboratório Interdisciplinar de Inteligência Artificial para Métodos, Democracia e Sociedade. Big techs e a eleição de 2026: o que as notícias permitem concluir sobre alegações de favorecimento e desfavorecimento político por plataformas digitais na disputa entre Luiz Inácio Lula da Silva e Flávio Bolsonaro. Recife: Labiia Lab, out. 2026. Relatório técnico, versão 1.1. Disponível em: https://labiialab.com.br/publicacoes/ Acesso em: 16 out. 2026.