

Planos de conformidade das plataformas digitais para as Eleições 2026

Análise das versões públicas



Planos de conformidade das plataformas digitais para as Eleições 2026

Análise das versões públicas

OUTUBRO | 2026



**COALIZÃO
DIREITOS
NA REDE**

EXPEDIENTE

Este relatório foi desenvolvido pela **Sala de Articulação contra Desinformação** e pela **Coalizão Direitos na Rede**, por meio das organizações Aláfia Lab, Conectas Direitos Humanos, Diracom, Instituto Democracia em Xequê, Instituto de Referência em Internet e Sociedade, IntertnetLab, Redes Cordiais e Sleeping Giants Brasil.

Declaração de uso de IA: Ferramentas de IA foram utilizadas no auxílio de revisão e visualização de dados.

Pesquisa e redação:

Alexandre Arns (Diracom)

Camila Tsuzuki (IntertnetLab)

Carla Vreche (Conectas Direitos Humanos)

Fabiana Valente (Sleeping Giants Brasil)

Liz Nóbrega e Lorena Abbas (Aláfia Lab)

Rafaela Ferreira (Instituto de Referência em Internet e Sociedade)

Tatiana Dourado, Indira Batistas e Vivian Mannheimer (Instituto Democracia em Xequê)

Victor Vicente (Redes Cordiais)

Revisão e edição:

Liz Nóbrega (Aláfia Lab)

Carla Vreche (Conectas Direitos Humanos)

Fabiana Valente (Sleeping Giants Brasil)

Capa e diagramação:

Lena Benz

INTRODUÇÃO

Este documento é resultado de mais um trabalho conjunto da Sala de Articulação contra a Desinformação (SAD) e da Coalizão Direitos na Rede (CDR), e apresenta uma análise não exaustiva dos planos de conformidade eleitoral submetidos por nove plataformas de internet – Meta, Google, X, TikTok, Kwai, Telegram, LinkedIn, OpenAI e Mercado Livre – ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE), instrumentos exigidos pela Resolução TSE nº 23.610/2019 e regulamentados pela Portaria n 463/2026, para as eleições gerais de 2026.

A exigência desses planos é uma novidade regulatória de 2026. Desde 2019, as normas do TSE sobre propaganda eleitoral na internet vêm sendo sucessivamente atualizadas diante da crescente centralidade dos serviços das plataformas digitais no debate público e político e dos desafios que isso impõe à integridade eleitoral. São exemplos as campanhas de desinformação, o uso irregular de inteligência artificial nas propagandas eleitorais e o micro direcionamento abusivo de anúncios políticos, entre outras práticas.

Esse processo alcança um novo estágio nas eleições gerais de 2026 com a introdução do art. 125-B na Resolução TSE nº 23.610/2019, que passou a determinar que os provedores de aplicação de internet elaborem planos de conformidade voltados à prevenção e à mitigação de riscos à integridade eleitoral. E essa medida pode representar um avanço regulatório importante, desde que seja acompanhada de compromissos efetivos por parte das plataformas. Ao exigir a apresentação desses planos, a Justiça Eleitoral introduz um instrumento de transparência e prestação de contas sobre as medidas adotadas pelas empresas no cumprimento das normas eleitorais e na moderação de conteúdo. A resolução do TSE estabelece, assim, o conjunto de regras e obrigações, e cabe às empresas, nos planos de conformidade, esclarecer como elas serão efetivamente cumpridas.

É importante salientar que a introdução do art. 125-B decorreu, em boa parte, de sugestões apresentadas ao TSE em audiências públicas e em contribuições técnicas escritas pela sociedade civil e academia ao longo do processo de regulamentação. Nesse contexto, antes da publicação da Portaria TSE nº 463/2026 que veio a regulamentar o art. 125-B, a SAD, a Coalizão Direitos na Rede e o Centro de Direito, Internet e Sociedade

(CEDIS-IDP) enviaram ao Tribunal, em maio de 2026, uma nota técnica com sugestões à regulamentação dos planos de conformidade¹. O documento defendia, entre outros pontos, que fossem tornadas públicas as seções dos planos essenciais à transparência e à prestação de contas e que as declarações das empresas de plataformas deixassem de ser meramente unilaterais, passando a ser acompanhadas por indicadores objetivos e verificáveis sobre moderação, recomendação de conteúdo, remoção de contas, dimensionamento de equipes e tempo de resposta, entre outros temas, com divulgação periódica, estruturada e auditável ao longo do processo eleitoral.

A versão final da Portaria nº 463/2026 incorporou parte dessas contribuições, mas de forma menos ambiciosa do que a proposta original, adotando um conjunto menos abrangente de indicadores. Por exemplo, a Portaria prevê periodicidade menos frequente de prestação de contas – com relatório consolidado apenas após o encerramento das eleições, e comunicação ao TSE, durante o processo eleitoral, restrita a riscos extraordinários – e não inclui um mecanismo de acesso de especialistas credenciados a informações sensíveis, o que teria permitido que academia e sociedade civil atuassem como instâncias complementares de fiscalização ao lado da Justiça Eleitoral. Ainda assim, o texto estabeleceu o conteúdo mínimo que cada plano de conformidade deve apresentar, organizado em torno de obrigações específicas sobre cumprimento de ordens judiciais, moderação proativa por risco, enfrentamento de comportamento inautêntico coordenado e governança de sistemas de inteligência artificial, além de princípios gerais de transparência e verificabilidade que devem orientar a divulgação pública dessas informações.

Assim, tendo acompanhado o processo de construção regulatória desde o início de sua discussão, a Sala de Articulação contra Desinformação e a Coalizão Direitos na Rede buscam, com o presente documento, avaliar em que medida os planos publicados pelas plataformas efetivamente atendem ao que foi exigido.

Destaca-se que esta análise não corresponde a um exame aprofundado do mérito das medidas apresentadas – isto é, não se avalia aqui se os mecanismos descritos por cada empresa são, em si, suficientes, adequados e/ou eficazes para enfrentar os riscos que pretendem mitigar. O que se propõe é uma análise de informação: verificar, obrigação por

¹ Disponível em:

<https://salacontradesinformacao.org/2026/05/12/regulamentacao-do-plano-de-conformidade-apontamentos-sad-cdr-e-cedis-idp/>

obrigação, se o conteúdo exigido pela Portaria está, de fato, presente nos planos publicados e, quando presente, qual o grau de concretude desse conteúdo.

SUMÁRIO EXECUTIVO

- Os eixos temáticos abordados pelo art. 125-B da Resolução 23.610/2019 são os seguintes: IA, deepfakes e conteúdo sintético / Desinformação, integridade eleitoral e dever de cuidado das plataformas / Publicidade e impulsionamento político-eleitoral / Cumprimento de decisões da Justiça Eleitoral / Mensageria e disparos em massa / Dados pessoais e publicidade eleitoral e / Dados, registros eletrônicos e produção de prova.
- Estruturas antigas bem descritas, mas novas obrigações pouco respondidas – os planos mostram que as plataformas, no geral, têm estruturas de integridade consolidadas e sabem descrevê-las: equipes jurídicas, canais de denúncia, políticas de conteúdo. No entanto, as obrigações criadas pela Portaria, especificamente para o período eleitoral, ficaram em grande parte sem resposta, foram respondidas com respostas genéricas ou estão em modo restrito.
- A informação está presente, mas raramente é verificável – a maioria dos deveres aplicáveis aparece de alguma forma nos planos, mas poucas respostas trazem prazos, fluxos, critérios ou indicadores que permitam a um leitor externo saber como a medida funciona e se está sendo cumprida. O padrão mais comum é remeter a políticas globais de uso, válidas em qualquer país e em qualquer época, sem dizer o que muda para as eleições brasileiras de 2026.
- O nível de detalhamento dos Planos não é uniforme – X, Meta e Kwai apresentaram os planos mais detalhados, com números, canais nomeados, prazos e matrizes de risco. OpenAI, TikTok e LinkedIn responderam à maior parte dos deveres, mas com menos detalhe ou com parte relevante na camada restrita. O Telegram estruturou um plano enxuto em diálogo com a Portaria, e Google e Mercado Livre foram os que menos dialogaram com a norma.
- A camada restrita foi usada de formas muito diferentes – a Portaria permite reservar ao TSE informações técnicas sensíveis, e vários planos o fizeram. Em alguns casos, como Kwai e Meta, a parte pública continua detalhada; em outros, como TikTok e OpenAI, itens centrais –

matriz de riscos, testes de resistência, fluxos de decisão – estão integralmente tarjados. Sem critérios sobre o que pode ser restrito, a verificação pública fica dependente da escolha de cada empresa.

- Nem todas as obrigações se aplicam a todos os serviços – mensageria, chatbots de IA, buscadores, redes sociais e marketplaces têm riscos e funcionalidades distintos, e boa parte das inaplicabilidades declaradas é coerente com isso, mas nem todas documentam diligências pedidas pela Portaria.

METODOLOGIA

Este documento analisa os planos de conformidade entregues ao Tribunal Superior Eleitoral até a data prevista pela Portaria nº 463/2026 – dia 16 de agosto – e que foram disponibilizados de forma pública pela Corte na página do Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação da Justiça Eleitoral². Notadamente, são os seguintes: Meta, Google, X, TikTok, Kwai, Telegram, LinkedIn, OpenAI e Mercado Livre. Vale salientar que, nos casos em que a empresa oferta mais de um serviço, um mesmo plano contém informações de mais de uma plataforma/serviço. O exame de cada serviço foi feito de forma separada — o Google, por exemplo, foi avaliado a partir de cada serviço: mecanismo de busca, YouTube e Gemini —, mas a análise englobou a empresa de forma geral.

A análise foi organizada a partir das obrigações específicas previstas nos artigos 12 a 23 da Portaria, 49 ao todo, que compõem as seguintes seções:

Seção I	Cumprimento de Ordens e Determinações Judiciais;
Seção II	Moderação Proativa por Risco
Seção III	Governança de Sistemas de Inteligência Artificial
Seção IV	Gestão do Período de Vedação Eleitoral

² Disponível em:
<https://www.justicaeeleitoral.jus.br/desinformacao/#planos-conformidade>

Seção V	Canais de Interação com Usuários, Candidatos e Partidos
Seção VI	Transparência e Integridade da Publicidade Política Paga
Seção VII	Avaliação de Impacto, Apuração de Falhas e Mitigação de Riscos
Seção VIII	Proteção de Dados Pessoais
Seção IX	Políticas de Uso e Prevenção de Abuso por Terceiros
Seção X	Medidas Inespecíficas de Iniciativa Própria

Cada uma dessas obrigações foi confrontada com o conteúdo de cada plano, com três perguntas norteadoras: (i) a informação exigida está presente no plano?, podendo a resposta ser classificada como “sim”, “parcialmente”, “não” ou “não se aplica”; (ii) a informação é pública ou sigilosa?, podendo a resposta ser “público”, “misto”, “restrito”, “não se aplica” ou “não há” (iii) qual o nível da informação?, podendo a resposta ser “substancial”, “razoável”, “genérico”, “não se aplica” ou “não há”. É importante registrar que nem todas as obrigações se aplicam igualmente a todas as plataformas, dada a diversidade de funcionalidades, arquiteturas e modelos de negócio entre elas – algumas obrigações (como as relativas à governança de sistemas de inteligência artificial generativa) simplesmente não incidem sobre plataformas que não oferecem esse tipo de funcionalidade.

No quadro abaixo, apresentamos o glossário das categorias adotadas nesta análise, com as respectivas definições e critérios utilizados para sua classificação. Seu objetivo é explicitar os parâmetros que orientaram o enquadramento das medidas descritas nos planos de conformidade e conferir maior transparência e consistência à análise.

EIXO DE ANÁLISE	CLASSIFICAÇÃO	CRITÉRIO
PRESENÇA DA INFORMAÇÃO	Sim	O plano menciona integralmente o tema ou as obrigações exigidas pelo dispositivo da Portaria.
	Parcialmente	O dispositivo da Portaria reúne duas ou mais obrigações distintas e o plano menciona apenas parte delas.
	Não	O plano não faz nenhuma menção identificável ao tema ou às obrigações exigidas pelo dispositivo.
	Não se aplica	A empresa declara expressamente que o dispositivo não se aplica à sua atuação, às suas atividades ou às circunstâncias abrangidas pelo

		plano. A classificação registra a posição declarada pela empresa, sem implicar a validação dessa justificativa pelo avaliador.
GRAU DE PUBLICIDADE	Público	A informação está disponível na versão pública do plano, acessível a qualquer pessoa.
	Misto	A versão pública traz parte da informação e o restante integra conteúdo reservado ao TSE. É o caso, por exemplo, de texto público ao lado de trechos tarjados ou marcados como [RESTRITO].
	Restrito ³	A informação não está disponível na versão pública e há indicação de que integra conteúdo reservado ao TSE. Essa situação pode ser identificada por marcação expressa de restrição no plano; indicação de uma camada, seção ou conteúdo restrito encaminhado ao TSE; ou declaração de que determinados conteúdos técnicos ou operacionais são disponibilizados exclusivamente ao TSE.
	Não se aplica	Usado somente quando o primeiro eixo é “Não se aplica”.
	Não há	Usado quando o primeiro eixo é “Não”: não há informação cuja publicidade possa ser avaliada.
NÍVEL DE DETALHAMENTO DA INFORMAÇÃO	Substancial	A informação apresenta elementos concretos e verificáveis, como mecanismos técnicos ou operacionais, prazos numéricos, fluxos de decisão, critérios objetivos, indicadores mensuráveis ou parcerias e contratos identificados. O conteúdo permite compreender como a medida funciona na prática e oferece elementos para verificar seu cumprimento.
	Razoável	A informação apresenta algum mecanismo, estrutura ou fluxo, mas falta pelo menos um elemento central de concretude, como prazo, critério objetivo, indicador ou identificação de parceiro, impedindo a verificação externa completa. É o nível intermediário: mais do que uma afirmação vaga, menos do que uma descrição operacional completa.
	Genérico	A informação se limita a afirmações amplas,

³ A classificação como “Restrito” não implica verificação do conteúdo efetivamente encaminhado ao TSE. Ela indica que, diante da ausência da informação na versão pública e da indicação expressa, pelo plano, da existência de camada restrita encaminhada ao TSE, a informação foi enquadrada como reservada segundo os critérios estabelecidos.

	abstratas ou padronizadas, sem detalhar como a medida funciona concretamente na plataforma. Inclui casos em que a plataforma apenas reproduz o texto da Portaria ou faz referência a políticas gerais de uso, sem detalhar sua aplicação concreta, especialmente no contexto eleitoral.
Não se aplica	Usado somente quando o primeiro eixo é “Não se aplica”.
Não há	Não há informação a ser avaliada porque a resposta ao primeiro eixo foi “Não” ou porque, no segundo eixo, a classificação foi “Restrito”.

PANORAMA GERAL

O primeiro elemento que se destaca nessa análise é a variedade de formatos adotados pelas empresas. Embora o texto normativo seja relativamente preciso quanto ao conteúdo exigido – a própria estrutura em artigos e incisos praticamente convida a uma resposta organizada dispositivo por dispositivo –, a Portaria não impõe um formato ou modelo padronizado de apresentação, e essa liberdade se refletiu na apresentação de planos que são muito diferentes entre si. O Google entregou um plano de 96 páginas para Pesquisa, Gemini e YouTube; a Meta um documento de 91 páginas para Instagram, Threads, Facebook e WhatsApp; TikTok apresentou 79, OpenAI 75, X 56 e Kwai 41. No outro extremo, o Telegram entregou plano com 3 páginas e o Mercado Livre, 4.

É importante destacar que a análise foi feita com base nas versões públicas dos planos. A Portaria permite que parte das informações seja encaminhada ao TSE em camada de acesso restrito (art. 8,§1º, inciso II), para proteger dados cuja divulgação poderia comprometer a eficácia das medidas. Vários planos usam desse argumento de forma explícita, com trechos tarjados ou marcados como confidenciais e outros mencionam que documentação técnica foi enviada ao Tribunal sem detalhar seus conteúdos.

Assim, os pontos destacados aqui como não atendidos ou atendidos de forma genérica podem ter sido tratados no material enviado diretamente ao TSE, não sendo possível afirmar que essas informações inexistem, apenas que não estão disponíveis para escrutínio público. Essa constatação é, em si, um achado relevante: a parte dos planos que permitiria à sociedade civil

avaliar se as medidas são proporcionais aos riscos é justamente a menos visível.

Algumas empresas entregaram um plano robusto, estruturado a partir da própria numeração da Portaria nº 463/2026, respondendo a cada inciso de forma individualizada e verificável. Outras, apesar do volume de páginas, apresentaram documentos organizados por uma lógica própria, nos quais as obrigações da Portaria aparecem diluídas, quando aparecem, em meio a descrições genéricas de funcionamento das plataformas.

Apesar dessas primeiras impressões, os planos de conformidade não podem ser comparados diretamente entre si como se fossem respostas ao mesmo questionário. A Portaria TSE nº 463/2026 se aplica a provedores de naturezas muito diferentes: redes sociais baseadas em feed e recomendação algorítmica (Facebook, Instagram, Threads, X, TikTok, Kwai, LinkedIn), plataformas de vídeo (YouTube), serviços de mensageria (WhatsApp, Telegram), buscadores (Pesquisa Google), chatbots de inteligência artificial generativa (ChatGPT, Gemini e Grok) e até marketplace (Mercado Livre). Cada um tem arquitetura e riscos próprios. Ou seja, obrigações sobre biblioteca de anúncios não se aplicam para quem não vende impulsionamento político e as salvaguardas contra geração de conteúdo sintético pouco dizem a um serviço que não oferece ferramentas de IA generativa.

Por isso, essa análise deve ser lida como um retrato do grau de detalhamento e transparência de cada plano e não serve como ranking de conformidade jurídica. Um percentual baixo pode indicar omissão, mas também pode refletir um serviço com menos obrigações efetivas. Um percentual alto também não garante qualidade: há planos que respondem a quase todos os indicadores de maneira genérica ou apenas reproduzindo o texto da norma – o que é vedado pelo art. 4º, §1º da Portaria. Para compensar essas diferenças, optamos por não destacar números e não fazer comparações percentuais, e sim realizar uma análise qualitativa dos dados encontrados no exame de cada um dos planos, buscando identificar padrões e lacunas.

SEÇÕES

Ao direcionarmos o olhar para os temas tratados nos planos, percebemos que os temas mais bem respondidos têm algo em comum:

descrevem estruturas que as plataformas já mantinham antes da Portaria. Canais de denúncia (Seção V) e políticas de uso e moderação (Seção IX) foram as seções mais bem documentadas em presença da informação. Quando se observa o nível de detalhamento, porém, a ordem muda: as seções com maior proporção de respostas substanciais são Publicidade política paga (VI), Cumprimento de ordens judiciais (I) e Canais (V), enquanto Políticas de uso (IX) fica abaixo da média – o que mostra que estar presente no plano não equivale a estar detalhado. Entre os indicadores, os mais atendidos de forma substancial foram a estrutura para cumprimento de ordens judiciais – algo que abrange todas as empresas independente do serviço que ofertam –, a arquitetura de moderação e a rotulagem de conteúdo sintético. Propomos aqui uma visão geral de cada uma das dez seções indicadas na Portaria do Tribunal Superior Eleitoral.

Seção I Cumprimento de ordens e determinações judiciais

A seção pede que o plano descreva a estrutura dedicada às ordens da Justiça Eleitoral, o escalonamento de ordens que exijam dados complementares, o atendimento prioritário a candidaturas (com prazo e canal) e os mecanismos de promoção de conteúdo de esclarecimento. O atendimento foi considerado alto, com informações prestadas – totalmente ou parcialmente – em mais de 60% dos casos.

A estrutura para receber e cumprir ordens (art. 12, I) foi indicada por praticamente todos os serviços. A diferença está no detalhe. A Meta dimensiona a equipe (112 advogados e 59 funcionários de apoio, em dois turnos) e descreve suas responsabilidades; o X aponta canais dedicados, fluxos para ordens judiciais e contingência para os dias de votação sem quantificação; LinkedIn informa contar com escritório externo com 15 advogados e 2 assistentes, em dois turnos, além de ter preparado material de orientação para magistrados e servidores. TikTok e OpenAI descrevem equipes e canais sem quantificá-los. Kwai, Google e Telegram se limitam a afirmar que há equipe dedicada ou canal formal, e o Mercado Livre indica genericamente que cumprirá as ordens que possam ser recebidas

Ao analisarmos o procedimento interno de escalonamento, o nível de atendimento cai. Apenas Meta, WhatsApp e Kwai descrevem um procedimento concreto; a Meta, por exemplo, em quatro etapas: verificação dos identificadores, petição ao tribunal indicando o que falta, nova verificação e encaminhamento. O X descreve que a equipe jurídica e os escritórios externos avaliam a ordem e interagem com a autoridade, sem prazos; o LinkedIn e o Telegram reproduzem o texto da norma, e os procedimentos da OpenAI e do TikTok estão marcados como restritos. Google, Gemini, YouTube e Mercado Livre não tratam do tema.

O atendimento prioritário a candidaturas também não é tratado por todas as plataformas. Entre as que apresentam algum tipo de procedimento, o ponto fraco é o prazo, exigido expressamente pela norma: Meta e WhatsApp indicam 24 horas e o Kwai, de 4 a 24 horas; o X cria um e-mail próprio para candidaturas sem dizer em quanto tempo responde; o TikTok aponta o canal sem o prazo; a OpenAI indica o canal e o critério de verificação de partidos e candidatos, mas o prazo está na camada restrita; e o Telegram fala em “canal preferencial” e “prazo estabelecido” sem identificar nenhum

dos dois. O LinkedIn apenas se compromete a observar o tratamento prioritário, e as demais empresas não abordam essa especificidade.

A promoção de conteúdo de esclarecimento após notificação da Justiça Eleitoral (art. 12, IV) foi o ponto mais fraco da seção, com baixo atendimento. A norma pede o fluxo de ativação, os canais e formatos e um indicador que compare o alcance do conteúdo de esclarecimento com o do conteúdo irregular. Nenhum plano apresenta esse indicador. Apenas o Kwai apresenta esse indicador (impressões entregues comparadas ao alcance considerado na ordem) e é também o único a dar prazo (1 dia útil para veicular a campanha). O TikTok considera o dispositivo inaplicável; Meta, OpenAI, LinkedIn e Telegram mencionam o tema apenas de forma genérica; e o Google menciona os painéis informativos da Pesquisa, mas sem vínculo com o cumprimento de ordens.

Seção II Moderação proativa por risco

É a maior seção da análise, com 12 indicadores: seis sobre a detecção e a indisponibilização de conteúdo de risco (art. 13) e seis sobre redes de comportamento inautêntico coordenado (art. 14). O atendimento foi considerado médio, visto que muitas plataformas trouxeram informações, mas boa parte – especialmente as prestadas pelo TikTok – estava em uma camada restrita ao público. Destaca-se que a OpenAI declarou a seção inteira inaplicável⁴, por entender que o ChatGPT não é um ambiente de distribuição pública de conteúdo.

Na moderação de conteúdo, os indicadores sobre critérios de risco, fluxo de decisão e monitoramento contínuo foram atendidos por quase todos os serviços aplicáveis, mas com descrições predominantemente gerais. O X é o mais concreto: segmenta riscos, descreve detecção automatizada com aprendizado de máquina, processamento de linguagem natural, hashes e revisão humana 24 horas em português, e explica como a decisão leva a redução de visibilidade, remoção ou suspensão. Meta, WhatsApp e YouTube descrevem bem o fluxo de decisão — no YouTube, com o sistema de advertências e a possibilidade de contestação, e a Meta e WhatsApp também detalham o monitoramento contínuo. A Meta optou por mostrar como suas políticas globais cobrem cada hipótese de risco, sem critérios próprios para o

⁴ Há outras empresas analisadas com serviços distintos, mas aqui inclui-se essa categoria de inaplicável quando a própria plataforma justifica a ausência das informações por não se aplicar a suas ferramentas. Outras empresas apenas não incluem nenhum tipo de informação nesse e em demais casos, o que transfere a análise toda para o leitor do plano.

contexto eleitoral. No Kwai, os sinais de risco aparecem como uma lista que “pode incluir” denúncias e contexto eleitoral, sem dizer o que caracteriza o risco; no TikTok, o fluxo é descrito de forma genérica e o monitoramento contínuo está tarjado.

Dois indicadores da parte de moderação ficaram significativamente abaixo. A contenção de conteúdo em propagação acelerada enquanto está sob revisão (art. 13, IV): só o X descreve publicamente um mecanismo concreto (conteúdos ainda não revisados saem das recomendações, da busca e das tendências); WhatsApp e Kwai trazem descrições razoáveis, e a Meta trata o tema apenas parcialmente e de forma genérica. O outro indicador foi a metodologia de aferição da qualidade da detecção (art. 13, V), que deve incluir ao menos a taxa de falsos positivos e a recorrência de conteúdo idêntico após a remoção: o Kwai é o único a prever as duas métricas, o X mede falsos positivos por reversão em recurso, e Meta e WhatsApp descrevem metodologias de precisão sem nenhuma das duas. Quanto às parcerias de checagem de fatos (art. 13, VI), as informações apresentadas por Meta e Kwai foram classificadas como “substanciais” — a Meta descreve escopo material, territorial e linguístico, o TikTok menciona parceiros, e o Kwai nomeia a AFP Checamos —, enquanto o X não identifica seus parceiros e o Google só menciona o painel que direciona ao site do TSE de maneira genérica, sem abordar checadores de fatos ou fazer algum tipo de remissão à Portaria.

Na parte de comportamento inautêntico, os maiores níveis de informação foram apresentadas nas medidas graduadas contra redes coordenadas identificadas (art. 14, IV), descritas de forma substancial por Meta, WhatsApp, X e Kwai: remoção de contas e ativos, banimento preventivo, aumento de fricção, modo somente leitura e suspensão. X e Meta também distinguem expressamente coordenação legítima de redes inautênticas, como pede o art. 14, I. Nas medidas preventivas contra a formação de redes (art. 14, V), apenas o WhatsApp apresentou resposta considerada substancial. A norma exige indicar o caráter temporário e reversível das medidas e a possibilidade de contestação, e os planos tenderam a listar limites técnicos de criação de contas sem essas garantias. A notificação ao TSE (art. 14, VI) não teve nenhuma resposta substancial: Meta, X, Kwai e TikTok foram razoáveis — o X, por exemplo, indica e-mail à Presidência do TSE e à Assessoria Especial de Enfrentamento à Desinformação, sem prazo —, e o WhatsApp tratou o tema de forma parcial e genérica. A anonimização de informações sensíveis, também exigida, aparece apenas nos planos do TikTok e do LinkedIn, ainda assim como reprodução do texto da norma.

Em toda a seção, Pesquisa Google e Mercado Livre respondem apenas à parte de moderação de conteúdo, e de forma genérica, sem tratar de comportamento inautêntico; o Gemini só descreve fluxo e monitoramento das respostas geradas; e o Telegram remete os parâmetros técnicos à camada restrita.

Seção III Governança de sistemas de inteligência artificial

A seção trata dos serviços que oferecem IA generativa e pede salvaguardas técnicas contra recomendação de voto e favorecimento de candidaturas, contra conteúdo sexual não consentido e violência política de gênero, mecanismos contra o contorno dessas salvaguardas, rotulagem de conteúdo sintético e testes de resistência antes e durante a eleição. O nível de atendimento foi médio, justamente pela aplicabilidade desses indicadores, considerando que nem todas as empresas ofertam serviço de IA generativa — ainda que não explicitem isso nos planos apresentados. Assim, é a seção, por exemplo, em que a OpenAI teve seu melhor desempenho. O Kwai declarou não ter funcionalidades de IA generativa sujeitas à maior parte do artigo.

A rotulagem de conteúdo sintético (art. 15, IV) foi o indicador melhor respondido a partir das duas pontas — quem cria o conteúdo e quem o distribui: Meta, X, TikTok, OpenAI e YouTube foram substanciais e Gemini, WhatsApp e Kwai, razoáveis. A Meta descreve o rótulo “Informações de IA”, acionado por metadados C2PA, com destaque maior para conteúdo gerado do que para conteúdo editado; o X aplica o rótulo “Feito com IA”, automático e permanente para mídias do Grok; o TikTok combina rotulagem manual, automática e credenciais de procedência; o YouTube especifica o rótulo por formato. Do lado das empresas que geram esses conteúdos: OpenAI e Gemini usam marcas d’água e metadados invisíveis legíveis apenas por máquinas para auxiliar na identificação de conteúdos sintéticos.

As salvaguardas propriamente ditas formam o ponto mais fraco. Os indicadores sobre impedir que a IA opine ou recomende voto (art. 15, I) e sobre conteúdo sexual não consentido e violência política de gênero (art. 15, II) tiveram nível baixo de informação. A exceção é a OpenAI, cuja resposta ao art. 15, I foi considerada substancial: descreve princípios de neutralidade, recusas, classificadores em tempo real, revisão humana e uma avaliação de viés político com resultados numéricos. No art. 15, II, nenhuma resposta foi substancial. O padrão foi citar políticas de uso em vez de mecanismos técnicos. O X menciona classificadores e sistemas de recusa do Grok sem

explicar como distinguem uma resposta neutra de uma que favorece determinada candidatura; a Meta afirma ter padrões de conteúdo específicos para eleições na Meta AI, mas em trecho restrito e genérico; o WhatsApp não descreve salvaguardas para a Meta AI no aplicativo; o Gemini diz ser projetado para não adotar opiniões, sem mencionar eleições. Ressalta-se que violência política de gênero e *deepnudes* de candidatas quase não aparecem nas informações apontadas.

Os mecanismos contra o contorno das salvaguardas (art. 15, III) foram mais bem descritos, com destaque para a OpenAI, que detalha defesas contra prompt injection, monitoramento em tempo real, detecção de padrões e protocolos voltados às eleições de 2026. Os testes de resistência (art. 15, V) aparecem como *red teaming* em vários planos (Meta, X, OpenAI, Google, LinkedIn), mas nenhum informa a periodicidade nem a realização em momento anterior e durante o período eleitoral, como exige a norma. A OpenAI é a que mais se aproxima, indicando testes a cada novo modelo e ao longo de todo o ciclo de vida, mas a periodicidade segue o lançamento dos modelos, não o calendário eleitoral. No TikTok, o tema está inteiramente tarjado.

Seção IV Gestão do período de vedação eleitoral

Essa foi a seção com pior desempenho nos planos de conformidade analisados, com registro de baixo nível de atendimento e nenhuma resposta considerada substancial. Ela tem apenas dois indicadores, ambos operacionais: o mecanismo técnico que aciona automaticamente as restrições do período de vedação, com as interfaces abrangidas e os controles contra exceções causadas por diferenças de localização, relógio do sistema ou interface; e o plano de contingência para a falha desse mecanismo, com critérios de acionamento, responsáveis, tempo máximo para suspensão manual e procedimentos de correção. A vedação, nesses dispositivos, trata de bloqueio de republicação e impulsionamento de conteúdo de inteligência artificial, a suspensão de chatbots e avatares não identificados como tal e o desligamento automático de “anúncios pagos”. Ou seja, é importante destacar que se refere de forma mais específica a empresas de redes sociais onde há circulação de conteúdos e às plataformas que permitem anúncio político.

Nenhum plano descreve o mecanismo técnico com o detalhamento pedido. A Meta é a que mais se aproxima: informa que desativa todos os anúncios sobre temas sociais, eleições e política no Brasil durante o período de silêncio, monitora tentativas de contorno com detecção automatizada e revisão humana e tem uma abordagem específica para a Meta AI nesse período — mas não apresenta plano de contingência. O X informa que as restrições à criação de imagens de pessoas candidatas pelo Grok serão ativadas no início da vedação e desativadas ao fim, sem dizer como e nem prever contingência funcional. O Kwai indica um plano de contingência e promete acionar equipes para revisão em até 2 horas, já o TikTok afirma não permitir publicidade política e entender que a vedação a conteúdos sintéticos é obrigação que se destina a usuários, mas que aplica suas políticas e processos de moderação a tais casos. YouTube e LinkedIn mencionam “restrições regionais” ou o desligamento automático de anúncios sem descrever a arquitetura; WhatsApp, Telegram, Google, Gemini e Mercado Livre não tratam do tema, e a OpenAI o considera inaplicável por não veicular publicidade política.

Parte dessa ausência se explica pelo fato de muitos serviços não venderem anúncios políticos. Ainda assim, a vedação não se limita à publicidade paga, a seção também indica a publicação e republicação de conteúdos sintéticos. O artigo que apresenta a necessidade desses indicadores também faz remissão ao artigo 9º-B (§§ 3º-A e 4º) da Resolução 23.610/2019, no qual se coloca a vedação à “publicação e a republicação, ainda que gratuitas, bem como o impulsionamento pago de novos conteúdos sintéticos produzidos ou alterados por inteligência artificial ou por tecnologias equivalentes que utilizem imagem, voz ou manifestação de candidata ou candidato ou de pessoa pública, mesmo que rotulados e em conformidade com as demais exigências deste artigo, no período compreendido entre as 72 (setenta e duas) horas que antecedem e as 24 (vinte e quatro) horas que sucedem o término do pleito”.

Seção V Canais de interação com usuários, candidatos e partidos

Com um único indicador — informações completas sobre cada canal, seu fluxo de triagem e os tempos estimados de resposta ao denunciante —, foi a seção com um alto nível de atendimento. Todos os serviços indicam a existência de canais, ainda que de forma parcial. O que distingue as respostas é a presença e detalhamento sobre fluxo e prazo.

Meta, incluindo WhatsApp, e Kwai foram substanciais. Meta descreve canal para o TSE, formulário para usuários e não usuários e canal para candidaturas e partidos, com confirmação automática e revisão em até 24 horas; o Kwai também informa canais, destinatários, fluxo de tramitação e tempos estimados. X, OpenAI, TikTok, YouTube e LinkedIn ficaram no nível razoável: o X diferencia denúncias comuns, encaminhadas à moderação, de comunicações eleitorais sensíveis, triadas pela estrutura jurídica local, mas não informa prazos; a OpenAI distingue os diferentes públicos, mas restringe os tempos de resposta à camada privada do plano; TikTok e YouTube listam os canais sem fluxo nem prazo; LinkedIn descreve fila por potencial de dano, confirmação e acompanhamento do status da denúncia, mas também sem prazo. Mercado Livre, Telegram, Pesquisa Google e Gemini (com fluxos diferentes do YouTube, por isso a distinção) apenas mencionam a existência de canais.

O tempo de resposta à pessoa denunciante, elemento central do dispositivo, aparece de forma pública em apenas três planos, o que limita a possibilidade de verificar, durante a campanha, se os compromissos estão sendo cumpridos.

Seção VI Transparência e integridade da publicidade política paga

A seção reúne as regras sobre publicidade eleitoral paga: declaração de uso de IA na contratação, biblioteca de anúncios com acesso por API, identificação de anunciante preservada no compartilhamento, critérios de triagem da priorização paga em buscas, verificação da identidade do contratante, diligências para impedir impulsionamento irregular e canal para requisições do TSE. É a seção mais afetada pela diferença entre os diferentes serviços: várias plataformas não vendem anúncios políticos, e muitas obrigações foram declaradas inaplicáveis por elas — além de outros serviços que não apontaram de forma explícita com remissão à Portaria, mas que possuíam as informações sobre o tema diluídas ao longo do plano.

Os resultados são contrastantes, sendo uma das seções que tem um dos maiores volumes de respostas substanciais da análise. Apenas duas empresas se cadastraram para o recebimento de anúncios político-eleitorais: Meta e Kwai. A Meta descreve em seu plano a biblioteca de anúncios e sua API, como a declaração de uso de IA fica associada ao registro do anúncio e o aviso de “pago por”, que identifica contratante e permanece visível quando o anúncio é compartilhado. O Kwai endereça substancialmente cada um dos

indicadores da portaria: descreve a biblioteca de anúncios, a identificação do anunciante, os critérios de aprovação e verificação de identidade.

Entre as empresas que não ofertam esse serviço, o X detalha as medidas para impedir que esse anúncios sejam veiculados: modelos de aprendizado de máquina, listas de termos e nomes de pessoas candidatas, retenção para revisão humana e bloqueio automático, no X Ads, das candidaturas cadastradas nos dados abertos do TSE. O TikTok também detalha todos os mecanismos para monitorar a eventual burla dessa vedação, além dos mecanismos que previnem a venda de produtos de natureza política ou eleitoral no TikTok Shop, ressaltando que parte desse conteúdo está também em modo restrito. X, OpenAI e TikTok também foram substanciais ao descrever o canal para requisições do TSE sobre anúncios.

No outro grupo estão os serviços que afirmam não vender anúncios políticos, mas que não demonstram as diligências correspondentes de forma limitada. O artigo 19 da Portaria é explícito ao dizer que, se a Justiça Eleitoral constatar impulsionamento eleitoral, o provedor fica sujeito às obrigações da Resolução mesmo que declare não oferecer a funcionalidade, a menos que demonstre, de forma documentada, as medidas prévias adotadas para impedir a contratação. O Google, por exemplo, apresenta apenas a informação de que não dispõe da possibilidade de anúncios políticos, mas a documentação limita-se a um print mostrando que "ao aplicar o filtro temporal a partir de 1º de maio de 2024 até a presente data, é possível verificar a ausência de anúncios veiculados no período", e descreve a denúncia de anúncios e as penalidades a anunciantes, mas não descreve mecanismos de detecção proativa para impedir a contratação de impulsionamento. O Telegram e o Mercado Livre não apresentam diligências.

Seção VII Avaliação de impacto, apuração de falhas e mitigação de riscos

A seção pede a metodologia e a periodicidade da avaliação de impacto sobre a integridade eleitoral, os resultados em uma matriz de riscos (probabilidade, gravidade, alcance e prioridade de cada risco, com as medidas de mitigação), a metodologia de aferição dos resultados (indicadores, linha de base, metas e critérios de cálculo) e uma análise da capacidade de intervenção sobre conteúdo grave em propagação acelerada nos fins de semana de votação. O atendimento foi considerado médio, com

diferenças entre as plataformas e o grau de publicidade das informações — alguns planos apresentam a seção praticamente restrita.

Três planos se destacam na transparência da metodologia. O X apresenta metodologia em três fases (identificação dos riscos; risco inerente, força de controle e risco residual; inventário de controles e indicadores) e uma matriz com 12 vetores de risco, incorporando o alcance potencial ao cálculo de severidade. A Meta descreve avaliações em três níveis e cinco áreas críticas para 2026 — discurso hostil, desinformação, ameaças adversárias, riscos cívicos e discurso violento —, além de duas tendências transversais: a adaptação de atores maliciosos e o efeito cumulativo de regimes regulatórios simultâneos; os resultados, porém, não chegam a compor uma matriz detalhada. Ainda no plano da Meta, o WhatsApp traz indicadores de resultado com linha de base (contas banidas, mensagens muito encaminhadas, denúncias, tempo de resposta e mensagens em massa bloqueadas).

Já o Kwai pontua nove riscos sistêmicos — desinformação e deslegitimação do processo eleitoral; conteúdo político gerado por IA; manipulação coordenada, contas inautênticas e falsificação de identidade; violência e discurso de ódio; violência política de gênero; anúncios irregulares; fraude e práticas enganosas relacionadas a eleições; conformidade com o período de silêncio eleitoral e resposta rápida; uso indevido de propriedade intelectual com impacto eleitoral — e os analisa a partir de probabilidade e gravidade, indicando a prioridade deles dentro da empresa. X e Kwai são, assim, os únicos com matriz de riscos considerada substancial.

Nos demais, a informação é genérica ou está tarjada. O LinkedIn apresenta matriz com probabilidade e gravidade, mas sem critérios que permitam entender a classificação nem a prioridade de cada risco. Na OpenAI, os campos de metodologia, frequência, equipe e a própria matriz estão integralmente suprimidos. No TikTok, a matriz existe, mas está tarjada como restrita. O YouTube descreve avaliações de segurança, mas não uma avaliação de impacto eleitoral; o Telegram apenas confirma que realiza revisões periódicas em anos eleitorais, mas não apresenta avaliação de impacto, limitando-se a prever o relatório consolidado ao fim do período.

A seção trata do uso de dados pessoais para propaganda eleitoral: informação ao titular sobre perfilamento e microdirecionamento e atendimento aos direitos da LGPD, garantias de finalidade, necessidade, adequação e não discriminação, segurança e notificação de incidentes à ANPD e a titulares, e consentimento para dados sensíveis.

A leitura desta seção depende de um argumento recorrente: a maioria das plataformas afirma não realizar nem perfilamento nem microdirecionamento para propaganda eleitoral e, a partir disso, trata as obrigações como esvaziadas. Em três planos — X, OpenAI e TikTok — esse argumento aparece como declaração expressa de inaplicabilidade do artigo, registrada como “não se aplica”. O X, por exemplo, declara que não oferece aos anunciantes ferramentas de perfilamento eleitoral e que o Grok não cria perfis de usuários; a OpenAI sustenta que usa dados para prestação e personalização dos serviços, mas não para fins eleitorais; e o TikTok entende que o artigo não se aplica por não tratar dados para propaganda paga.

Entre os planos que trataram do tema, Meta e Kwai foram substanciais. A Meta, que tem publicidade política, descreve mecanismos de transparência ao titular e garantias de limitação de finalidade, indicando a política de privacidade e os canais com o encarregado. Já o Kwai, que também veicula publicidade política, apresenta sua política de privacidade atualizada e os mecanismos de informação ao titular. O Telegram descreve o @LGPDbot e o fluxo de atendimento a direitos dos titulares.

Nos demais, as respostas ficam em descrições gerais de privacidade. O TikTok entende que o artigo não se aplica por não tratar dados para propaganda paga e cita medidas técnicas, contratuais e organizacionais de forma genérica; Google, ao tratar do YouTube, e LinkedIn mencionam controles de privacidade e segurança sem procedimentos específicos. A notificação de incidentes à ANPD e aos titulares raramente é descrita em detalhe e o consentimento para dados sensíveis foi o indicador menos atendido, em parte porque, sem publicidade política, as plataformas consideram não haver o que consentir.

Seção IX Políticas de uso e prevenção de abuso por terceiros

A seção pede os instrumentos normativos do serviço e sua compatibilidade com a legislação eleitoral, a arquitetura de moderação com os critérios para escolher cada medida, os procedimentos e estruturas de

governança, as alterações feitas nos termos de uso para cumprir a Resolução e os mecanismos contra disparo em massa por ferramentas externas. É uma seção bem documentada nos planos analisados e entendemos que esse resultado vem dos três primeiros indicadores, que tratam de estruturas já existentes. Ainda assim, a proporção de respostas substanciais fica abaixo da média: os planos listam termos e políticas, mas raramente mostram como são aplicados no contexto eleitoral.

A arquitetura de moderação, por exemplo, foi um dos indicadores mais atendidos, com Meta, X, OpenAI e TikTok apresentando informações consideradas substanciais. A Meta descreve sua estrutura de “remover, reduzir e informar” e as salvaguardas contra intervenção indevida em conteúdo lícito; o WhatsApp de forma específica lista bloqueio, banimento, limitação de encaminhamento, rotulagem e bloqueio geográfico; o TikTok relaciona cada inciso do art. 9º-E da Resolução à política correspondente e detalha as sanções; o LinkedIn apresenta um fluxograma em três camadas, com equipes de Trust e de Civic Integrity. O limite, mais uma vez, é que na maioria das vezes se trata de políticas globais: a compatibilidade com a legislação eleitoral brasileira é mais afirmada do que demonstrada, como no YouTube e Telegram, especialmente. Apenas o X teve resposta substancial nesse ponto, ao indicar política de violações eleitorais no Brasil.

Conectado a isso, a Portaria pede detalhamento sobre as alterações nos termos de uso feitas para cumprir a Resolução, com exigência da redação modificada, a data de vigência e a forma de divulgação. Porém, os planos, em geral, listam políticas e datas de atualização sem dizer o que mudou. A OpenAI lista datas sem identificar as alterações; o TikTok mostra os trechos das políticas que atendem à Resolução sem dizer se foram alterados; a Meta explica que não há fluxo separado para mudanças de origem eleitoral. O Google não indica mudanças específicas para Resolução, limitando-se a tratar as diretrizes de forma geral, sem remissão às normas eleitorais. Quanto ao disparo em massa por ferramentas externas, o WhatsApp — serviço mais exposto a essa prática — foi o único com resposta substancial.

Seção X Medidas Inespecíficas de Iniciativa Própria

A última seção reúne obrigações menos específicas: a metodologia para planejar ações corretivas e preventivas e aprimorar os sistemas de recomendação, com critérios próprios para aferir sua suficiência; a opção de

remover por iniciativa própria perfis falsos e automatizados (ou, se a plataforma não o fizer, a justificativa); e a transparência dos sistemas de recomendação.

A remoção de perfis falsos, por exemplo, foi o ponto mais claro da seção. Meta X, Kwai, TikTok, YouTube, LinkedIn e Telegram afirmam exercer a faculdade; WhatsApp — dentro do plano da Meta — e X foram substanciais ao descrever critérios e procedimentos (automação não autorizada, personas falsas, criação coordenada de contas, restrição de alcance e suspensão), e o LinkedIn descreve seu firewall contra contas falsas. O Telegram descreve a remoção de contas, bots e canais "por indício de falsidade ou automação", com indicador próprio, e o Google faz remissão expressa ao art. 23, II, da Portaria para o YouTube. O Mercado Livre não menciona contas falsas. Como a justificativa só é exigida de quem não remove, esse indicador se aplicou a poucos serviços, e nenhum deles os apresentou.

A metodologia de ações corretivas e preventivas não obteve respostas substanciais: os planos descrevem medidas, mas não como são planejadas nem quando são consideradas suficientes. O X foi o que mais se aproximou, com controles de elegibilidade, testes A/B e implantação gradual nos sistemas de recomendação, ainda que sem um critério sistemático de suficiência. X e Kwai foram substanciais ao descrever os sinais usados para ordenar conteúdo — o X com o código do algoritmo aberto e o filtro que exclui contas de candidatos do "Para Você" —, e a Meta descreve os sinais e as mudanças para o período eleitoral de forma razoável. Nenhum plano apresenta a metodologia para comparar o alcance de conteúdo político-eleitoral com o de conteúdo geral, exigida na parte final do dispositivo. WhatsApp e Telegram explicam que não têm feed algorítmico, o que limita a aplicação da regra. A OpenAI declarou toda a seção inaplicável, enquanto o Google não detalha a metodologia nem a transparência dos sistemas de recomendação.

Indicamos aqui os temas tratados nos planos de conformidade e sua aderência pelas diferentes empresas. A partir dessa análise percebe-se que as plataformas têm estruturas de integridade consolidadas e sabem descrevê-las, mas que a maioria não adaptou essas estruturas às exigências específicas do processo eleitoral brasileiro. O que está substancialmente documentado — equipes jurídicas, canais de denúncia, políticas de conteúdo, rotulagem de IA — existia antes da Portaria. O que a Portaria criou para o período eleitoral — desligamento automático na vedação e plano de contingência, conteúdo de esclarecimento, contenção de viralização, capacidade de resposta nos dias de votação, salvaguardas técnicas de IA,

métricas de qualidade — ficou, em grande parte, sem resposta ou com respostas genéricas. Há também uma evidente separação entre plataformas que trouxeram mais dados e mais transparência e aquelas que apresentaram informações mais genéricas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme comentado no início deste relatório, o exame detalhado de cada um dos planos indicou diferenças significativas entre as medidas das plataformas, exigindo uma análise comparativa que considerou suas especificidades. Mapeamos, ao todo, 49 pontos que deveriam constar nos planos — compreendendo, claro, que nem todos são aplicáveis para todas as plataformas. De modo geral, os planos apresentam informações em mais de 70% desses pontos, ainda que cerca de 40% dessas informações sejam consideradas genéricas e apenas cerca de ¼ substanciais. Esses dados gerais escondem, no entanto, uma grande distância entre plataformas.

É possível identificar alguns perfis de planos a partir de camadas de transparência, conformidade e organização. O primeiro reúne os planos que trouxeram mais dados e mais transparência: X, Meta — incluindo a parte dedicada ao WhatsApp — e Kwai. São documentos que dão números, nomes de canais, prazos, matrizes de risco e fluxos, com informações substanciais em cerca de 40 a 50% dos pontos aplicáveis. Ainda assim, há uma diferença importante entre esses dois planos no quesito organização, e publicidade: o plano do X organiza as informações remetendo constantemente à Portaria e mantém tudo na camada pública; a Meta apresenta informações de forma mais dispersa e reserva parte dos detalhes à camada restrita; e o Kwai, embora organizado e detalhado, indica que boa parte das informações foi enviada apenas ao TSE.

Há um perfil intermediário que inclui TikTok, OpenAI e LinkedIn, que trazem informações relevantes para o entendimento das medidas, mas menos substanciais ou públicas. A OpenAI, apesar de indicar como "não aplicável" a maioria dos pontos pela natureza do serviço ofertado, traz informações organizadas e é substancial justamente no que lhe é mais próprio, a governança de inteligência artificial. No plano do TikTok, por exemplo, boa parte das informações estão na camada restrita de acesso, com

tarjas cobrindo esses dados. Informações genéricas também compõem de forma abundante o plano do LinkedIn.

O Telegram se apresenta como uma plataforma que estruturou um plano em diálogo com a portaria, mas essencialmente enxuto — com apenas três páginas —, o que limita a qualidade das informações apresentadas, que são colocadas de forma genéricas ou indicadas que estão presentes no plano restrito, nenhuma de suas respostas foi considerada substancial. Apesar de se diferenciar bastante dos demais planos, não se enquadra no perfil que representa o menor grau de aderência à Portaria, composto por Google e Mercado Livre.

Essas duas empresas — de um lado um que é um dos maiores grupos econômicos do ambiente digital e do outro uma plataforma de marketplace, que possui especificidades importantes de serviço — são as que menos dialogaram com as exigências da Portaria, também por razões diferentes. No caso do Google, que apresentou um único documento de 96 páginas para Pesquisa, Gemini e YouTube, o texto descreve mais o funcionamento dos produtos e as políticas globais da empresa do que as obrigações previstas na norma e a aderência às eleições, não endereçando os pontos previstos na Portaria. Somados, os três serviços têm apenas duas respostas consideradas substanciais. Já o Mercado Livre apresentou um plano de quatro páginas que remete a seus termos de uso e ao Relatório de Transparência do segundo semestre de 2025 como evidência de sua estrutura, também sem diálogo com as previsões normativas: deixou sem resposta 39 dos 49 pontos, sem declarar expressamente a inaplicabilidade de nenhum deles.

Por fim, ressaltamos a importância de se garantir a publicidade também do relatório consolidado a ser encaminhado, pelos provedores, ao TSE até o dia 19 de dezembro deste ano, nos moldes fixados no art. 28 da portaria. Afinal, ao celebrarmos os avanços normativos impulsionados para o pleito eleitoral de 2026 fica evidente o papel essencial do escrutínio da sociedade civil que, em cooperação com as entidades do poder público e com as empresas de tecnologia do ramo privado, fortalece a democracia brasileira.