

revista Eptic

v. 28, n. 2, maio-ago., 2026
ISSN: 1518-2487

**Opacidade como poder: imperialismo de plataformas e soberania
informacional no Brasil**

**Opacidad como poder: imperialismo de plataformas y soberanía
informacional en Brasil**

**Opacity as power: platform imperialism and informational
sovereignty in Brazil**

Juliano Borges



Creative Commons



Atribuição



Não comercial



Compartilha igual

<https://br.creativecommons.net/licencas/>

Resumo

O artigo investiga o imperialismo de plataformas no Brasil como dependência de infraestruturas privadas transnacionais, examinando como opacidades deliberadas se articulam com a erosão do escrutínio democrático e da capacidade regulatória estatal. Mobilizando economia política da comunicação, governança de plataformas e crítica da transparência, o estudo bibliográfico-documental ancora-se em índices nacionais e internacionais de transparência, situando a desinformação como externalidade lucrativa do modelo de negócio das plataformas. Conclui que a opacidade é instrumento de poder, a ser contraposto por transparência verificável. A contribuição original é propor critérios operacionais de transparência robusta a partir de lacunas empíricas de acesso à informação.

Palavras-chave: Imperialismo de Plataformas; Soberania informacional; Opacidade; Transparência; Desinformação.

Resumen

El artículo investiga el imperialismo de plataformas en Brasil como dependencia de infraestructuras privadas transnacionales, examinando cómo opacidades deliberadas se articulan con la erosión del escrutinio democrático y la capacidad regulatoria estatal. Movilizando economía política de la comunicación, gobernanza de plataformas y crítica de la transparencia, el estudio bibliográfico-documental se ancla en índices nacionales e internacionales de transparencia, situando la desinformación como externalidad lucrativa del modelo de negocio. Concluye que la opacidad es instrumento de poder, a contraponer con transparencia verificable. La contribución original es proponer criterios operacionales de transparencia robusta a partir de brechas empíricas de acceso a información.

Palabras-clave: Imperialismo de Plataformas; Soberanía Informacional; Opacidad; Transparencia; Desinformación.

Abstract

The article investigates platform imperialism in Brazil as dependence on transnational private infrastructures, examining how deliberate opacities articulate with the erosion of democratic scrutiny and state regulatory capacity. Mobilizing political economy of communication, platform governance and transparency critique, the bibliographical-documentary study draws on national and international transparency indexes, framing disinformation as a profitable externality of platforms' business model. It concludes that opacity is an instrument of power, to be countered by verifiable transparency. The original contribution is to propose operational criteria for robust transparency based on empirical gaps in access to information.

Keywords: Platform Imperialism; Informational Sovereignty; Opacity; Transparency; Disinformation.

O imperialismo de plataformas como regime de informação

A emergência das plataformas digitais como infraestruturas privadas transnacionais reposicionou o problema do poder na economia política da informação, da comunicação e da cultura. Elas não operam apenas como serviços, mas estruturam regimes de visibilidade, circulação e monetização, definindo o que ganha destaque, para quem se torna visível, com que alcance e sob quais incentivos econômicos. Em países periféricos como o Brasil, esse deslocamento assume feições imperiais quando a esfera pública, o mercado publicitário e parcelas crescentes da vida cotidiana passam a depender de regras privadas, métricas proprietárias e fluxos de dados governados fora do território nacional (Valente, 2021).

A compreensão do imperialismo de plataformas exige distinguir a atual configuração do capitalismo digital das formas historicamente precedentes de expansão econômica internacional. Se o imperialismo industrial organizava relações de dependência, sobretudo pela circulação desigual de capitais, mercadorias e tecnologias, a economia digital desloca progressivamente esse eixo para o domínio das infraestruturas que organizam a própria circulação da informação. Dal Yong Jin (2013) propõe compreender as plataformas digitais não apenas como empresas globais de tecnologia, mas como dispositivos de reorganização das assimetrias entre centro e periferia mediante o controle privado das redes, dos dados, dos padrões técnicos e das arquiteturas de comunicação. O elemento distintivo dessa forma contemporânea de imperialismo reside na capacidade de converter infraestruturas digitais em mecanismos permanentes de modulação sócio-cultural e de coordenação econômica e geopolítica. A dependência deixa, assim, de incidir prioritariamente sobre bens materiais para estruturar-se em torno de protocolos, algoritmos, métricas e ambientes tecnológicos cuja governança permanece concentrada em poucas corporações transnacionais, sediadas em países centrais, principalmente os Estados Unidos. Essa leitura dialoga com a tradição da teoria da dependência (Marini, 1973; Santos, 1970), relida aqui no plano informacional e cognitivo.

No Brasil, essa configuração assume contornos particularmente relevantes. A concentração das infraestruturas digitais em poucas corporações transnacionais faz com que Estados, empresas de comunicação, anunciantes, pesquisadores e produtores de conteúdo passem a operar sobre sistemas cuja lógica e os critérios de operação permanecem amplamente inacessíveis ao escrutínio público. Dessa forma, a opacidade deixa de representar simples insuficiência de transparência para constituir um recurso estratégico de reprodução da dependência infraestrutural. Ao limitar o escrutínio dos sistemas responsáveis por organizar publicidade, circulação e visibilidade da informação, ela protege vantagens econômicas, restringe capacidades regulatórias nacionais e amplia a soberania privada exercida pelas plataformas.

É esse cenário que coloca a pergunta principal deste trabalho. Se o controle da infraestrutura informacional é condição de possibilidade para o exercício da cidadania e da soberania, como se articulam, no caso brasileiro, as opacidades deliberadas das plataformas (nos algoritmos, na publicidade e na moderação) com a erosão da capacidade estatal e social de auditar, regular e responsabilizar? Além disso, que desenho de transparência poderia reverter essa assimetria sem cair na armadilha de uma transparência performativa, orientada apenas para reduzir danos à reputação e para mitigar a pressão regulatória sofrida pelas plataformas?

Responder a essas perguntas exige reconhecer que o imperialismo de plataformas não é um acidente de percurso, mas uma decorrência lógica do modelo de negócio que transforma a desinformação em externalidade lucrativa e a opacidade em vantagem competitiva (Couldry; Turow, 2014; Zuboff, 2021). Para compor esse diagnóstico, o artigo integra três tradições analíticas — a economia política da comunicação, a governança de plataformas e a crítica da transparência — ancorando a análise em evidências concretas, como os Índices de Transparência de Dados e de Publicidade do NETLAB UFRJ (2024a, 2024b) e o Corporate

Accountability Index da Ranking Digital Rights (2025). O que se pretende é uma análise de mediações pelas quais a opacidade se traduz em poder político e econômico estrangeiro no país. Para isso, as plataformas digitais são tratadas como formas organizacionais de intermediação e extração massiva de dados, com tendência à concentração por efeitos de rede, e como regimes de regulação privada em que termos de serviço, moderação e desenho algorítmico funcionam como normas objetivas do ambiente informacional (Rochet; Tirole, 2003; Srnicek, 2019; Gillespie, 2018). A crítica da transparência, por sua vez, explica por que promessas de abertura convivem com opacidade estrutural e por que a divulgação voluntária de informações raramente produz responsabilização sem verificação e sanções (Fox, 2007; Fung; Graham; Weil, 2007; Gorwa; Ash, 2020).

A contribuição deste artigo consiste em interpretar o imperialismo de plataformas a partir da categoria de transparência verificável, articulando a tradição latino-americana da Economia Política da Comunicação aos estudos contemporâneos sobre governança de plataformas. A investigação possui natureza qualitativa e caráter analítico-interpretativo. Metodologicamente, trata-se de uma pesquisa bibliográfica e documental, desenvolvida a partir das investigações e relatórios científicos sobre transparência em plataformas produzidos no âmbito do Projeto Baobá¹. A seleção da literatura priorizou obras de referência nos campos da economia política da comunicação, da governança de plataformas e da crítica da transparência, com ênfase em estudos sobre dependência estrutural, soberania informacional e regulação em contextos periféricos. A análise documental recaiu sobre relatórios voluntários de transparência, índices de transparência elaborados por centros de pesquisa nacionais entre 2023 e 2025, legislações como o Marco Civil da Internet, a Lei Geral de Proteção de Dados e a Lei de Acesso à Informação (Brasil, 2014; 2018; 2011), além de estudos de caso sobre moderação de conteúdo e publicidade política no Brasil. A estratégia analítica consistiu em operacionalizar as categorias de imperialismo de plataformas (Jin, 2013; Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020; Srnicek, 2019; Couldry; Mejias, 2019), opacidade (Pasquale, 2015; Burrell, 2016; Gillespie, 2018) e transparência robusta (Ananny; Crawford, 2018; Kemper; Kolkman, 2019; Michener; Bersch, 2013) para examinar três planos interligados — o econômico, o informacional e o político-institucional.

O percurso argumentativo do artigo se desdobra em quatro movimentos. Primeiro, caracteriza-se o imperialismo de plataformas como um regime de dependência que combina controle infraestrutural, extração de dados e assimetria de conhecimento, com ênfase no caso brasileiro. Em seguida, discute-se a opacidade não como mera complexidade técnica, mas como estratégia política deliberada do atual regime de informação. Terceiro, confronta-se a transparência performativa, aquela que se anuncia em relatórios voluntários, mas não produz escrutínio efetivo, com uma proposta de transparência robusta baseada em critérios operacionais, orientada para padrões abertos e acesso para pesquisa. Por fim, defende-se que a soberania informacional exige regulação que transcenda o voluntarismo e estabeleça obrigações verificáveis, com mecanismos de sanção e auditoria independente².

¹ Coordenado pelo Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict) no período de 2024 a 2025, o Projeto Baobá consistiu em uma plataforma multidisciplinar de escuta social digital criada para analisar o ambiente de desinformação *online* e monitorar dinâmicas informacionais de interesse público.

² Este artigo foi produzido com o auxílio de ferramenta de processamento de linguagem natural (DeepSeek), utilizada para fins de revisão gramatical e de tradução, reescrita de trechos para adequação de limites de tamanho, organização e padronização de referências bibliográficas.

Modelos de negócio, concentração e desinformação como externalidade lucrativa

O núcleo do poder de plataformas digitais de conteúdo (Facebook, Instagram, TikTok e X) se sustenta em uma arquitetura econômica que combina publicidade automatizada, grandes bases de dados e monetização de conteúdos produzidos por usuários. A publicidade automatizada opera por leilões e segmentação baseada em perfis inferidos, convertendo rastros comportamentais em previsões comercializáveis. A economia da atenção transforma permanência e interação em unidade de valor, reorganizando a distribuição de conteúdo para maximizar métricas de engajamento (Couldry; Turow, 2014; Srnicek, 2019). Esse arranjo cria incentivos permanentes à ampliação de escala e à concentração de audiências e serviços, pois os efeitos de rede elevam o retorno da base instalada e produzem aprisionamento social e econômico. Em mercados de múltiplos lados, a plataforma subsidia um grupo de usuários para atrair outro e consolidar posição dominante; a concentração reduz a competição e impõe padrões privados que fortalecem o poder de barganha das corporações frente a Estados nacionais (Katz; Shapiro, 1994; Rochet; Tirole, 2003).

No Brasil, o mercado de publicidade digital movimentou R\$ 37,9 bilhões em 2024 (IAB Brasil, 2025). Nesse cenário, Google e Meta formam um duopólio que, segundo estimativas do setor, absorve entre 70% e 96% dos investimentos em mídia digital no país (MOX, 2024; Goodpixel, 2025). Essa concentração drena receitas de veículos locais de comunicação que produzem conteúdo próprio, enquanto as plataformas capturam o valor gerado por terceiros (FENAJ, 2021).

A captura do mercado de atenção produz subordinação econômica sobre produtores culturais e informacionais. Ao controlar canais de alcance e regras de monetização, a plataforma digital impõe um governo corporativo sobre o que é produzido e como é produzido. Quem depende de audiência se adapta aos formatos que maximizam interação, mesmo quando isso reduz complexidade e recompensa o sensacionalismo. Essa dinâmica se conecta ao modo como a recomendação algorítmica substitui mediações públicas por critérios proprietários e opacos, confundindo métricas de engajamento com qualidade de informação (Gillespie, 2014; Pasquale, 2015).

A promessa de gratuidade funciona como subsídio cruzado. Usuários pagam a publicidade com seus dados e com exposição, enquanto a plataforma acumula capacidade de previsão de comportamentos e influência política e cultural (Zuboff, 2021). Esse mecanismo amplia assimetrias porque a extração de dados ocorre de forma contínua e em larga escala, e os benefícios econômicos se concentram fora do território nacional, mesmo quando os custos sociais recaem sobre o país (Srnicek, 2019). Essa economia política da mediação se articula a uma racionalidade neoliberal de privatização de bens públicos e de transformação de direitos em serviços. Ao ocupar funções de infraestrutura e ao impor regras privadas, as plataformas digitais normalizam a ideia de que a esfera pública é um mercado regulado por contratos de adesão, e não por deliberação democrática (Harvey, 2014).

O efeito é particularmente severo sobre o jornalismo e a produção cultural, pois a crise desses setores não decorre apenas de mudanças tecnológicas, mas do fato de que a intermediação se desloca para agentes que extraem valor do tráfego e devolvem pouco em termos de responsabilidade pública (Couldry; Turow, 2014). Há ainda uma dimensão de padronização cultural e informacional. Quando interfaces e métricas se tornam parâmetro universal de visibilidade, práticas de produção cultural se ajustam ao que é recompensado pelo sistema, reduzindo a diversidade formal e ampliando incentivos a conteúdos de alta reação emocional (Van Dijck, 2017; Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020).

É nesse contexto que a desinformação deve ser compreendida como fenômeno estrutural, e não como desvio contingente. Em plataformas orientadas pelo engajamento, a visibilidade é modulada por sistemas que premiam a retenção, e esta se converte em receita publicitária.

Conteúdos sensacionalistas ou desinformativos tendem a apresentar desempenho superior, na medida em que mobilizam emoções intensas e identidades coletivas. O problema não reside apenas na ausência de regras claras, mas na compatibilidade estrutural entre os incentivos econômicos e a circulação de conteúdo nocivo, compatibilidade que torna a moderação tardia e seletiva (Gillespie, 2018). Esse diagnóstico é suficiente para estabelecer a conexão entre modelo de negócio, opacidade e externalidades negativas.

Imperialismo de plataformas e dependência infraestrutural no Brasil

O imperialismo de plataformas descreve um regime de dependência produzido pela concentração de infraestrutura, dados e capacidade de processamento em corporações transnacionais (Jin, 2013). Países periféricos tornam-se mercados consumidores, fornecedores de dados e espaços de experimentação, enquanto o centro tecnológico retém os mecanismos que tornam esse ambiente digital inteligível e governável (Van Dijck, 2017; Srnicek, 2019; Crawford, 2021). É nesse contexto que o conceito de imperialismo de plataformas pode ser articulado ao de colonialismo de dados (Couldry; Mejias, 2019). O primeiro descreve a estrutura das relações de dependência produzidas pelo controle privado das infraestruturas digitais, enquanto o segundo evidencia, no plano descritivo, a lógica de extração contínua de dados que sustenta essa estrutura, sem que este artigo subscreva a tese de que essa extração dispense a categoria do trabalho como fonte de valor.

O imperialismo de plataformas atualiza o velho padrão de trocas desiguais descrito por Theotonio dos Santos (1970) e Ruy Mauro Marini (1973), de transferência de valor da periferia ao centro, deslocando-a, porém, para vias algorítmicas e informacionais, não mais apenas por preços. Trata-se, na formulação de Paulani (2022), da dependência 4.0, na qual a relação centro-periferia se desloca para o plano tecnológico e cognitivo, onde operam o controle de mercadorias-conhecimento, a renda de monopólio e o bloqueio à inovação autônoma, para além das formas clássicas de subordinação.

No Brasil, essa dependência aparece em três planos articulados. No plano econômico, a captura do mercado publicitário desloca receitas e pressiona os sistemas nacionais de mídia e cultura (FENAJ, 2021). No plano informacional, a esfera pública local é mediada por regras privadas estabelecidas no exterior e por incentivos que não convergem com pluralismo e interesse público (Helberger; Pierson; Poell, 2021). No plano político-institucional, o Estado é compelido a responder por danos generalizados produzidos por sistemas opacos, com acesso assimétrico a dados e capacidade limitada de auditoria (Kaye, 2019). O dado se torna insumo estratégico e a capacidade de extrair, integrar e analisar dados se converte em uma forma de poder. Quando essa capacidade se concentra em poucas corporações estrangeiras, a soberania nacional fica comprometida (Van Dijck, 2017).

No contexto brasileiro, esse descompasso convive com marcos legais que afirmam transparência e proteção de dados, mas cuja efetividade encontra obstáculos quando a informação necessária para fiscalização permanece concentrada em agentes privados. A Lei de Acesso à Informação (Brasil, 2011), a Lei Geral de Proteção de Dados (Brasil, 2018) e o Marco Civil da Internet (Brasil, 2014) oferecem fundamentos normativos, porém a assimetria técnica e informacional reduz a capacidade de transformá-los em observação contínua e sanção efetiva. A LGPD, por exemplo, prevê a possibilidade de o titular acessar seus dados pessoais, mas não confere ao poder público acesso estrutural a dados agregados para avaliação de riscos sistêmicos. Essa lacuna, como outras, transforma a regulação em uma atividade reativa, dependente de relatórios voluntários e de cooperação corporativa.

A ausência de observação contínua favorece uma política de eventos. Uma crise se torna gatilho para abertura pontual, seguida por retração e retorno da opacidade. Se informações sobre circulação, alcance e publicidade são controladas por empresas que operam fora do

país, torna-se difícil avaliar impacto de campanhas coordenadas, discriminação algorítmica e danos coletivos (Gorwa; Ash, 2020; Pasquale, 2015). A dimensão imperial se manifesta também na capacidade das plataformas de agir politicamente para preservar seu modelo de negócio, como no episódio da derrubada do PL 2630 (Scofield; Viana, 2025; CGI.br, 2023). A consequência é uma soberania condicionada. O país mantém marcos normativos, mas enfrenta dificuldades para produzir observação contínua e provas robustas sobre o funcionamento do ambiente digital (Gillespie, 2018; Burrell, 2016).

Opacidade como estratégia política e instrumento de poder

A opacidade é um mecanismo estruturante do poder das plataformas digitais. Ela aparece como inacessibilidade seletiva de sistemas e processos, frequentemente descrita como 'caixa preta'. Entretanto, essa opacidade não se resume à complexidade técnica, pois decorre de decisões corporativas de ocultar critérios de recomendação, parâmetros de moderação, cadeias de publicidade e práticas de tratamento de dados, amparadas pelo segredo industrial (Pasquale, 2015; Burrell, 2016; Borges, 2025). A opacidade opera como vantagem competitiva e como instrumento de gestão de responsabilidades. Sem dados verificáveis, a atribuição de causalidade sobre danos coletivos fica enfraquecida e a ação pública se submete ao que a empresa decide revelar. A transparência se torna assimétrica, pois a plataforma dispõe de métricas internas detalhadas, enquanto sociedade e reguladores recebem relatórios agregados, seletivos e com pouca clareza metodológica (Urman; Makhortykh, 2023).

O resultado é uma desigualdade de conhecimento que reforça a periferia como espaço de experimentação, pois mudanças de política, ajustes em recomendação e alterações em publicidade afetam o país de forma intensa, sem documentação suficiente para avaliar impacto. Indicadores internacionais e nacionais reforçam esse diagnóstico. O Corporate Accountability Index da Ranking Digital Rights (2025) aponta desempenho baixo em transparência algorítmica entre as maiores empresas do setor. Por sua vez, os Índices de Transparência do NETLAB (2024a, 2024b) mostram que nenhuma das principais plataformas atende a todos os critérios mínimos de transparência de dados orgânicos e de publicidade no Brasil.

Para ilustrar o diagnóstico, a Tabela 1 sintetiza o desempenho de três plataformas, Meta (Facebook e Instagram), Google (YouTube) e TikTok, com base nos critérios do Índice de Transparência de Dados do NETLAB (2024a) e do Índice de Transparência da Publicidade (2024b).

Critério	Meta	Google (YouTube)	TikTok
Repositório de dados orgânicos	Restrito (MCL)	Parcial (API limitada)	Não
Repositório de publicidade	Sim (Biblioteca de Anúncios)	Sim (Transparência de Anúncios)	Sim (Biblioteca de Anúncios)
Acessibilidade gratuita	Sim	Sim, com limites	Sim, mas instável
Compleitude (campos)	Parcial	Parcial	Parcial
Consistência (séries históricas)	Não	Não	Não
Atualidade	Mensal	Mensal	Irregular
Documentação em português	Não	Não	Não
Repositório pesquisável	Sim, sem API	Sim, com API	Sim, limitado

Fonte: Elaboração própria com base em NETLAB UFRJ (2024a, 2024b).

A tabela evidencia que nenhuma das três plataformas analisadas oferece um conjunto completo de dados que permita auditoria independente, pois a Meta carece de granularidade regional e série histórica, o Google limita o acesso via API e não oferece documentação em português, e o TikTok mantém repositório instável e restrito a dados agregados. Essas lacunas são particularmente graves para o Brasil, pois impedem que o Tribunal Superior Eleitoral, o Ministério Público Federal e pesquisadores acompanhem a evolução da publicidade política e da desinformação em tempo real, sobretudo em períodos eleitorais. A regulação se torna, assim, refém de concessões temporárias, como mostrou o encerramento do CrowdTangle em agosto de 2024, ferramenta que permitia acesso público e gratuito a dados de conteúdo do Facebook e do Instagram. Sua substituta, a Meta Content Library, restringe o acesso a pesquisadores acadêmicos autorizados e organizações sem fins lucrativos e impõe cadastro moroso e limites à exportação de dados, deixando o monitoramento de dados orgânicos fora do alcance não apenas da comunidade de pesquisa, mas da maioria dos cidadãos (Coalition for Independent Technology Research, 2024).

A opacidade também é econômica. A publicidade automatizada opera por leilões em tempo real e múltiplos intermediários, tornando difícil rastrear o financiamento de conteúdos e a cadeia de valor. Essa falta de rastreabilidade permite que marcas financiem, direta ou indiretamente, ambientes de desinformação e discurso de ódio, pois o sistema otimiza a eficiência comercial e não a integridade informacional (Couldry; Turow, 2014; Urman; Makhortykh, 2023). A literatura crítica da transparência ajuda a compreender por que a opacidade pode ser politicamente funcional. A transparência, embora celebrada como virtude, pode se converter em promessa vazia quando não há instituições capazes de transformar informação em controle (Alloa, 2018; Levy; Johns, 2016). Ao escolher indicadores, recortes e formatos, a corporação simula transparência definindo o que será considerado evidência ao mesmo tempo em que cria barreiras para comparação e interpretação (Michener; Bersch, 2013).

Transparência de plataforma, performatividade e escrutínio público

Transparência é um conceito usualmente invocado como condição de boa governança. Porém, não é sinônimo de controle democrático, pois pode falhar ao não produzir consequências institucionais. Pode, ainda, ser usada como instrumento de gestão de crise ou estratégia reputacional. Por isso, convém distinguir a transparência robusta, orientada por utilidade e escrutínio públicos, da transparência performativa, orientada por reputação e mitigação de pressão regulatória (Alloa, 2018; Fox, 2007).

Os dados da Tabela 1 ilustram essa performatividade, pois a escolha do que revelar e em qual formato produz um regime de visibilidade controlada, no qual a empresa constrói uma narrativa de responsabilidade que pode ser politicamente útil à sua imagem, mas não oferece condições efetivas para auditoria democrática. Em países periféricos, essa performatividade se agrava, pois os parâmetros de transparência são definidos fora do país e frequentemente não consideram necessidades locais de linguagem, periodicidade ou períodos críticos como eleições, o que não é mero descuido, mas estratégia que preserva a assimetria de conhecimento e dificulta a produção local de evidências (Gorwa; Ash, 2020).

Contudo, instrumentos de mensuração desenvolvidos no Brasil permitem converter essa disputa política em parâmetros objetivos e verificáveis, ao avaliar a existência, a acessibilidade, a completude, a consistência e a atualidade de dados de publicações públicas e de publicidade (NETLAB UFRJ, 2024a; 2024b). Do ponto de vista soberano, a transparência precisa incluir requisitos mínimos de observação pública. Para dados orgânicos, isso envolve interfaces gratuitas com documentação em português. Para a publicidade *online*, repositórios pesquisáveis com campos sobre anunciante, criativo, gasto, impressões, alcance e

segmentação, além da preservação de metadados quando anúncios são moderados (NETLAB UFRJ, 2024a; 2024b; Unesco, 2023). A transparência robusta também exige informação sobre processos e não apenas sobre resultados, ou seja, registro público de mudanças de política, critérios de aplicação de normas, procedimentos de recurso e taxas de reversão, além da indicação de participação humana e automática em decisões (Gillespie, 2018; Urman; Makhortykh, 2023).

Se a opacidade sustenta o poder estratégico das plataformas, a regulação precisa transformar a transparência em dever verificável e sancionável. O problema soberano não é apenas definir princípios, mas criar condições materiais para auditoria externa e produção de evidências no país. Isso implica abandonar a dependência de relatórios voluntários e estabelecer padrões mínimos de divulgação, com periodicidade, séries históricas e granularidade nacional (Fung; Graham; Weil, 2007; Fox, 2007). Além de dados, a transparência robusta exige garantias processuais, isto é, decisões de moderação e de restrição de alcance precisam ser acompanhadas de explicações, possibilidades de recurso e indicadores de erros e reversões (Princípios de Santa Clara, 2021).

A experiência internacional sugere que obrigações de transparência ganham eficácia quando combinadas a supervisão, sanções e acesso para pesquisa independente. Sem acesso regulamentado a dados de interesse público, a fiscalização fica dependente de concessões privadas e de ferramentas que podem ser restringidas ou descontinuadas. Para países periféricos, o acesso contínuo é condição de soberania (Tworek; Wanless, 2022; Unesco, 2023). Um ponto decisivo é garantir acesso significativo e interoperável a dados para pesquisa de interesse público, com regras estáveis, documentação clara, formatos legíveis por máquina e canais que permitam auditoria independente sem violar a privacidade (Belli et al., 2022).

Uma estratégia regulatória coerente com a soberania informacional deve reconhecer as plataformas como infraestruturas estratégicas, combinando proteção de dados e governança de conteúdo, especialmente no que se refere ao microdirecionamento e à inferência (Doneda, 2020; Zuboff, 2021). Também exige considerar como as regras privadas se tornam equivalentes práticos de regulação, por isso demandando mecanismos públicos capazes de auditar impactos e impor obrigações proporcionais ao poder exercido (Gorwa, 2019; Kaye, 2019).

CrITÉRIOS operacionais para uma transparência verificável no Brasil

Com base no diagnóstico empírico e nos índices de transparência apresentados, nas diretrizes da UNESCO (2023) e nos Princípios de Santa Clara (2021), e na literatura de crítica da transparência, propõe-se um conjunto de critérios mínimos que deveriam ser exigidos por lei das plataformas que operam no Brasil.

1. Padrões abertos e interoperabilidade. As plataformas devem disponibilizar APIs públicas com documentação em português, formatos legíveis por máquina (JSON, CSV) e limites de requisição compatíveis com a pesquisa acadêmica e a fiscalização, sem custos para órgãos públicos e pesquisadores credenciados.
2. Periodicidade e séries históricas. Os dados devem ser atualizados mensalmente e preservar séries históricas de no mínimo cinco anos, para permitir a análise longitudinal de tendências e o impacto de mudanças algorítmicas.
3. Granularidade regional. Os dados devem ser desagregados por estado e município, e quando possível por região metropolitana, para atender às necessidades de monitoramento eleitoral, sanitário e de segurança pública.
4. Preservação de anúncios removidos. Os repositórios de publicidade devem manter

metadados de anúncios moderados ou removidos, com identificação do anunciante, período de veiculação, público-alvo e valor gasto, para que a moderação não apague evidências de desinformação financiada.

5. Transparência processual. As plataformas devem publicar registros de mudanças de política de moderação, taxas de reversão de decisões, indicadores de participação humana e automatizada, e procedimentos de recurso com prazos e critérios claros.

6. Sanções proporcionais. O descumprimento dessas obrigações deve ser passível de multa diária, nos moldes do que já prevê a LGPD (artigo 52, incisos II e III), mas sem o teto de R\$ 50 milhões por infração, hoje insuficiente para desestimular a reincidência de corporações cujo faturamento no Brasil se mede em bilhões de reais.

7. Acesso para pesquisa independente. Deve ser garantido o acesso de pesquisadores credenciados por instituições públicas a dados agregados e anonimizados, com cláusulas de confidencialidade e proteção de privacidade, mas sem necessidade de negociação caso a caso.

Esses critérios não são meramente técnicos; eles respondem diretamente às lacunas identificadas pela pesquisa. A ausência de séries históricas impede a análise de tendências; a falta de granularidade regional inviabiliza monitoramentos detalhados; a inexistência de documentação em português e de repositórios estáveis bloqueia a participação de pesquisadores e órgãos de controle brasileiros. A transparência robusta, portanto, não pode ser definida fora do país nem pode ser deixada à discricionariedade corporativa.

Na dimensão informacional, o foco deve recair sobre riscos sistêmicos. Não basta remover conteúdos individualmente, é necessário compreender como a recomendação e a publicidade produzem incentivos para a desinformação e o extremismo. Isso implica avaliação periódica de riscos, auditorias independentes e transparência de parâmetros que afetem a visibilidade, com recorte nacional (Tworek; Wanless, 2022; Unesco, 2023). Em períodos críticos, como eleições e emergências sanitárias, o dever de transparência deve ser reforçado com relatórios extraordinários (CGI.br, 2019). A agenda regulatória precisa enfrentar, ainda, o problema da opacidade econômica. Sem rastreabilidade mínima da publicidade, o financiamento de campanhas de influência pode permanecer invisível. Por isso, os repositórios de publicidade precisam ser padronizados, permitir pesquisa por critérios claros e preservar histórico, inclusive de anúncios removidos (NETLAB UFRJ, 2024b; Unesco, 2023).

Considerações finais

O imperialismo de plataformas no Brasil se materializa como dependência de infraestruturas privadas transnacionais que governam visibilidades, publicidade e dados. Essa dependência nasce de modelos de negócio baseados em extração de dados e maximização do engajamento, que convertem desinformação em receitas financeiras e fazem da opacidade um instrumento de poder. O país exporta dados e atenção e absorve custos sociais e políticos gerados por um ambiente informacional governado por regras privadas e protegido por sigilo industrial.

O diagnóstico aqui apresentado confirma que a opacidade não é um subproduto da complexidade técnica, mas uma estratégia deliberada de reprodução da dependência periférica. As evidências extraídas dos Índices de Transparência do NETLAB (2024a, 2024b) e do Corporate Accountability Index da Ranking Digital Rights (2025) indicam que nenhuma das principais plataformas que operam no Brasil oferece condições mínimas de verificabilidade. Essa carência estrutural de dados inviabiliza a auditoria independente e mantém o Estado em posição reativa (Urman; Makhortykh, 2023; Borges; Lopes, 2025).

A transparência, quando reduzida à divulgação voluntária, opera como encenação de abertura, não como condição de fiscalização, performatividade que, como visto, se agrava em países

periféricos, onde os próprios parâmetros de transparência são definidos fora do território nacional. Enfrentar o imperialismo de plataformas exige reverter a privatização do fluxo informacional e retirar do privado o controle exclusivo sobre métricas, evidências e critérios de circulação. Isso implica recolocar o interesse público no centro da governança de plataformas, reduzir assimetrias de informação e transformar a transparência em obrigação verificável, com padrões abertos, acesso regulamentado a dados, auditorias externas independentes e sanções efetivas. A contribuição original deste artigo reside em articular a crítica da transparência performativa à análise da dependência periférica, propondo critérios operacionais concretos. Esses critérios, ancorados em evidências empíricas, podem orientar a regulação brasileira de forma objetiva, superando a retórica dos princípios gerais.

Diferentemente de Zuboff, que enfatiza a vigilância como matriz do poder das plataformas, e de Srnicek, que concentra sua análise na extração de dados como modelo de negócio, a perspectiva aqui adotada desloca o foco para a assimetria de conhecimento como núcleo da dependência periférica, e para a transparência robusta como contraestratégia regulatória.

Resta, contudo, uma questão política que transcende o âmbito técnico. A disposição do Estado brasileiro em impor essas obrigações e a capacidade das instituições públicas de processar e analisar os dados que vierem a ser disponibilizados. A experiência recente da derrubada do PL 2630 mostrou que as plataformas não hesitam em mobilizar seu poder comunicacional e econômico para bloquear avanços regulatórios (Scofield; Viana, 2025; CGI.br, 2023). Sem vontade política e sem investimento em capacidade analítica em órgãos como o TSE, o MPF, a ANPD e o CGI.br, mesmo a transparência mais robusta pode se converter em nova assimetria. Esse é o próximo desafio da agenda regulatória, e sua superação dependerá não apenas de normas, mas de uma efetiva soberania informacional que reconheça o controle de infraestruturas de dados como condição para a democracia no século XXI.

Referências bibliográficas

ALLOA, Emmanuel. Transparency. A magic concept of modernity. In ALLOA, Emmanuel; THOMÄ, Dieter, org. **Transparency, society and subjectivity**. London, Palgrave Macmillan, 2018.

ANANNY, Mike; CRAWFORD, Kate. Seeing without knowing: limitations of the transparency ideal and its application to algorithmic accountability. **New Media & Society**, v. 20, n. 3, p. 973-989, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1461444816676645>. Acesso em: 22 jul. 2026.

BELLI, Luca et al. Towards meaningful and interoperable transparency for digital platforms. **Internet Governance Forum**, 2022. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/827362755/Towards-Meaningful-and-Interoperable-Transparency-for-Digital-Platforms-FINAL-IGF-LOGO>. Acesso em: 22 fev. 2026.

BOLAÑO, César Ricardo. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec, 2000.

BORGES, Juliano. **Plataformas Digitais, modelos de negócio e impactos sociais**. Brasília: Ibict, 2025. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/391949755>. Acesso em: 22 jul. 2026.

BORGES, Juliano; LOPES, Bianca. **Relatório de Transparência em Plataformas Digitais**. Brasília: Ibict, 2025. Disponível em: <https://repositorio.minerva.ibict.br/baoba/>. Acesso em: 22 jul. 2026.

BRASIL. **Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011.** Lei de Acesso à Informação. Brasília, 2011. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm. Acesso em: 27 jul. 2026.

BRASIL. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014.** Marco Civil da Internet. Brasília, 2014. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 27 jul. 2026.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018.** Lei Geral de Proteção de Dados. Brasília, 2018. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 27 jul. 2026.

BURRELL, Jenna. How the machine thinks. Understanding opacity in machine learning algorithms. **Big Data and Society**, v. 3, n. 1, p. 1-12, 2016.

CGI.BR. **Internet, desinformação e democracia.** São Paulo, 2019. Disponível em: https://cgi.br/media/docs/publicacoes/4/20200327181716/relatorio_internet_desinformacao_e_democracia.pdf. Acesso em: 21 fev. 2026.

CGI.BR. **Sistematização das contribuições à consulta pública sobre a regulação de plataformas digitais.** São Paulo, 2023. Disponível em: https://cgi.br/media/docs/publicacoes/1/20231213081034/sistematizacao_consulta_regulacao_plataformas.pdf. Acesso em: 21 fev. 2026.

COALITION FOR INDEPENDENT TECHNOLOGY RESEARCH. **Blocking our right to know:** surveying the impact of Meta's CrowdTangle shutdown. [S. l.], 2024. Disponível em: <https://independenttechresearch.org/wp-content/uploads/2024/07/CrowdTangle-Survey-Report-Final.pdf>. Acesso em: 30 jul. 2026.

COULDRY, Nick; TUROW, Joseph. Advertising, big data, and the clearance of the public realm. **International Journal of Communication**, v. 8, p. 1710-1726, 2014.

COULDRY, Nick; MEJIAS, Ulises A. Data colonialism: rethinking Big Data's relation to the contemporary subject. **Television & New Media**, v. 20, n. 4, p. 336-349, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1527476418796632>. Acesso em: 22 jul. 2026.

CRAWFORD, Kate. **Atlas of AI.** New Haven, Yale University Press, 2021.

DONEDA, Danilo. **Da privacidade à proteção de dados pessoais.** 2. ed. São Paulo: RT, 2020.

FENAJ. **O impacto das plataformas digitais no jornalismo.** Brasília, 2021. Disponível em: https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2024/07/Rel_Rem_Jornal24_web.pdf. Acesso em: 12 fev. 2026.

FOX, Jonathan. The uncertain relationship between transparency and accountability. **Development in Practice**, v. 17, n. 4-5, p. 663-671, 2007.

FUNG, Archon; GRAHAM, Mary; WEIL, David. **Full disclosure.** Cambridge, Cambridge University Press, 2007.

GILLESPIE, Tarleton. The relevance of algorithms. In GILLESPIE, T.; BOCZKOWSKI, P.; FOOT, K. (org.). **Media technologies.** Cambridge, MIT Press, 2014.

GILLESPIE, Tarleton. **Custodians of the internet.** New Haven, Yale University Press, 2018.

GOODPIXEL. **Relatório Detalhado: Investimento em Mídia Paga no Brasil em 2025.** [S.l.]: Goodpixel, 2025. Disponível em: <https://goodpixel.com.br/relatorio-detalhado-investimento-em-midia-paga-no-brasil-em-2025/>. Acesso em: 30 jul. 2026.

GORWA, Robert. What is platform governance. **Communication and Society**, v. 22, n. 6, p. 854-871, 2019.

GORWA, Robert; ASH, Timothy Garton. Democratic transparency in the platform society. In: PERSILY, N.; TUCKER, J. (org.). **Social media and democracy**. Cambridge, Cambridge University Press, 2020. p. 286-312.

HARVEY, David. **O neoliberalismo**. São Paulo, Loyola, 2014.

HELBERGER, Natali; PIERSON, Jo; POELL, Thomas. Governing online platforms. **Internet Policy Review**, v. 10, n. 1, 2021.

IAB BRASIL. **Digital AdSpend 2025**. São Paulo: IAB Brasil, 2025. Disponível em: <https://iabbrasil.com.br/pesquisa-digital-adspend-2025/>. Acesso em: 30 jul. 2026.

JIN, Dal Yong. The Construction of Platform Imperialism in the Globalization Era. **tripleC**, v. 11, n. 1, p. 145-172, 2013. Disponível em: <https://www.triple-c.at/index.php/tripleC/article/view/458>. Acesso em: 20 jul. 2026.

KATZ, Michael L.; SHAPIRO, Carl. Systems competition and network effects. **Journal of Economic Perspectives**, v. 8, n. 2, p. 93-115, 1994.

KAYE, David. **Speech police**. New York, Columbia Global Reports, 2019.

KEMPER, Jakko; KOLKMAN, Daan. Transparent to whom? **Information, Communication & Society**, v. 22, n. 14, p. 2081-2096, 2019. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/1369118X.2018.1477967?needAccess=true>. Acesso em: 20 jul. 2026.

LEVY, Karen; JOHNS, David. When open data is a Trojan Horse. **Big Data & Society**, v. 3, n. 1, 2016.

MARINI, Ruy Mauro. **Dialética da dependência**. Petrópolis: Vozes, 1973.

MICHENER, Gregory; BERSCH, Katherine. Identifying transparency. **Information Polity**, v. 18, n. 3, p. 233-242, 2013.

MOX. **Publicidade Online: Google Ads vs Facebook Ads em Campanhas PPC - Guia Completo 2024**. [S.l.]: MOX, 2024. Disponível em: <https://mox.one/pt/blog/publicidade-online-google-ads-vs-facebook-ads-em-campanhas-de-ppc>. Acesso em: 30 jul. 2026.

NETLAB UFRJ. **Índice de Transparência de Dados das Plataformas de Redes Sociais**. Rio de Janeiro, 2024a. Disponível em: <https://netlab.eco.ufrj.br/itd>. Acesso em: 5 mar. 2026.

NETLAB UFRJ. **Índice de Transparência da publicidade das plataformas de redes sociais**. Rio de Janeiro, 2024b. Disponível em: <https://netlab.eco.ufrj.br/itp>. Acesso em: 5 mar. 2026.

PASQUALE, Frank. **The black box society**. Cambridge, Harvard University Press, 2015.

PAULANI, Leda Maria. **A dependência revisitada**. **Revista da SEP, São Paulo**, n. 64, 2022. Disponível em: <https://revistasep.org.br/index.php/SEP/article/view/1009>. Acesso em 22 jul. 2026.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. **Fronteiras**, v. 22, n. 1, p. 2-10, 2020.

PRINCÍPIOS DE SANTA CLARA. **Princípios de Santa Clara 2.0**. 2021. Disponível em: <https://santaclaraprinciples.org/pt/>. Acesso em: 11 fev. 2026.

RAMOS, Murilo César; SANTOS, Suzy dos (org.). **Políticas de comunicação**. São Paulo: Paulus, 2007.

RDR. **Corporate Accountability Index 2025**. Washington, 2025. Disponível em: <https://rankingdigitalrights.org/>. Acesso em: 11 fev. 2026.

ROCHET, Jean-Charles; TIROLE, Jean. Platform competition in two-sided markets. **Journal of the European Economic Association**, v. 1, n. 4, p. 990-1029, 2003.

SANTOS, Theotônio dos. **A teoria da dependência**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1970.

SCOFIELD, Laura; VIANA, Natalia. Como as Big Techs mataram o PL das Fake News. **Agência Pública**, 9 set. 2025. Disponível em: <https://apublica.org/2025/09/como-as-big-techs-mataram-o-pl-das-fake-news/>. Acesso em: 4 mar. 2026.

SRNICEK, Nick. **Capitalismo de plataforma**. Buenos Aires: Caja Negra, 2019.

TWOREK, Heidi; WANLESS, Alicia. Time for transparency from digital platforms. **Lawfare**, 2022. Disponível em: <https://www.lawfaremedia.org/article/time-transparency-digital-platforms-what-does-really-mean>. Acesso em: 4 fev. 2026.

UNESCO. **Diretrizes para a governança das plataformas digitais**. Paris, 2023. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000387560>. Acesso em: 4 fev. 2026.

URMAN, Aleksandra; MAKHORTYKH, Mykola. How transparent are transparency reports. **Telecommunications Policy**, v. 47, n. 3, 2023.

VALENTE, Jonas. **Das plataformas online aos monopólios digitais**. São Paulo: Dialética, 2021.

VAN DIJCK, José. Confiamos nos dados? **Matrizes**, v. 11, n. 1, p. 39-59, 2017.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.