



PLANO DE TRABALHO

1) Apresentação

Este plano de trabalho apresenta o detalhamento do projeto, executado na modalidade de convênio, a ser celebrado entre a Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ e a Fundação Universitária José Bonifácio.

2) Objeto do Convênio Específico

Projeto intitulado “**Observatório da Indústria da Desinformação e seu impacto nas relações de consumo no Brasil**”. O objeto do projeto é a conceituação, mapeamento e coleta de evidências científicas sobre as campanhas que envolvem as chamadas “operações de influência”, que utilizam técnicas de desinformação, diferentes formas de engano, fraude e manipulação online dos consumidores brasileiros.

3) Objetivo

Com o intuito de prover insumos que possam embasar políticas públicas de proteção dos consumidores, este projeto pretende analisar a indústria da desinformação notoriamente obscura que vem se desenvolvendo na Internet, a partir da identificação de sua infra-estrutura, economia política, estratégias de desinformação e conduta antiética nas plataformas digitais, além de seu papel na manipulação de relações de consumo que resultam em prejuízos financeiros e endividamento dos cidadãos.

4) Período de Execução

01/10/2023 até 28/09/2024.

5) Valor Global do Projeto

R\$ 1.999.998,97 (por extenso um milhão, novecentos e noventa e nova mil, novecentos e noventa e oito reais e noventa e sete centavos).

6) Justificativa para a Celebração do Instrumento

A UFRJ justifica a importância do projeto a partir de três observações. A primeira é a de que as práticas de vigilância online e micro-segmentação de audiências para ganhos comerciais estão cada vez mais enraizadas nas lógicas de uso das plataformas digitais, sendo adaptadas e utilizadas para “operações de influência” nas esferas política e de segurança financeira. A comunicação digital inaugurou uma nova forma de publicidade. Ao combinar mineração de dados sobre bilhões de usuários com inteligência artificial, tornou-se possível direcionar anúncios personalizados de acordo com o perfil específico de cada consumidor. As predições sobre o comportamento dos usuários formuladas a partir de modelagem de dados pessoais se tornaram o principal serviço vendido pelas big techs (ZUBOFF, 2019). Dessa forma, o modelo de negócios das plataformas digitais é essencialmente baseado em publicidade. São empresas que lucram vendendo aos anunciantes seus serviços de personalização e direcionamento de mensagens a públicos hipersegmentados

(DOBBER et al., 2023). A infraestrutura de publicidade fornecida pelas plataformas digitais, como Meta e Google, tornou a publicidade mais segmentada e escalável, criando oportunidades e tornando-a acessível para pequenas empresas e nichos. No entanto, beneficiando-se de um ambiente digital desregulamentado e com pouca transparência para anunciantes e usuários, uma indústria de influência com fins lucrativos está se desenvolvendo em todo o mundo, promovendo o lobby das grandes empresas de tecnologia contra a regulamentação. Atualmente, o faturamento com anúncios publicitários é a principal fonte de financiamento de plataformas como a Meta e o Google (STATISTA 2023a; STATISTA, 2023b). Sem a devida transparência, não é possível identificar o percentual do faturamento que advém de anúncios criminosos e irregulares. A IAB (Interactive Advertising Bureau) Brasil declarou que a publicidade digital brasileira movimentou R\$ 32,4 bilhões de reais em 2022, dos quais 33% foram negociados diretamente com as plataformas, reunindo toda a sorte de anunciantes - desde o pequeno empreendedor legítimo até o fraudador (KANTAR IBOPE MEDIA; IAB, 2023). A título de comparação, segundo o Cenp, a publicidade em todos os outros meios de comunicação foi de R\$ 13,6 bilhões em 2022 (CENP, 2023).

Em segundo lugar, as estratégias de influência e manipulação dos usuários da internet têm utilizado frequentemente informações falsas e enganosas para coleta de dados dos usuários, que ajudam a reforçar estratégias maliciosas dessa indústria. Ao contrário da publicidade veiculada nos meios tradicionais, que é passível de escrutínio público por ser exibida igualmente a toda a audiência, a publicidade programática das plataformas digitais é distribuída por algoritmos que operam de maneira opaca, ou seja, não há transparência sobre o conteúdo dos anúncios tampouco sobre seus critérios de distribuição.

Significa dizer que não é possível identificar quais anúncios estão sendo exibidos para cada usuário (JAMISON et al. 2020). Devido à falta de regulamentação, a publicidade online cria um ambiente propício a diferentes tipos de cibercrime, colocando em risco a segurança dos consumidores e a credibilidade de anunciantes legítimos. Por exemplo, anúncios que promovem golpe de estado (NETLAB, 2023a), compra de armas (MARTINS; GELAPE; SPAGNUOLO, 2023) e fraudes financeiras (NETLAB, 2023b) circulam facilmente nas plataformas, que seguem lucrando com esse tipo de publicidade tóxica e danosa.

Por último, tem sido dada pouca atenção acadêmica à forma como as campanhas de influência e as suas práticas (incluindo, mas não se limitando à desinformação) têm evoluído como mercado criminoso, porém lucrativo, cada vez mais orientado às lógicas do capitalismo de vigilância. Estudos do NetLab (NETLAB, 2023a, NETLAB, 2023b, NETLAB, 2023c) confirmam um aspecto perverso das redes sociais: a proliferação de anúncios predatórios que vitimizam milhões de usuários, especialmente os mais vulneráveis. Por um lado, os anunciantes selecionam os perfis de pessoas comumente suscetíveis a determinadas narrativas para vender promessas falsas ou exageradas. Por outro, as plataformas online permitem esse tipo de segmentação da publicidade por meio de vigilância digital e coleta de dados sensíveis dos usuários, o que resulta num modelo de perpetuação dessas fragilidades, da estratificação social e de injustiças (O'NEIL, 2020). Há uma necessidade de criação de indicadores para mensurar a qualidade dos dados provenientes de plataformas digitais, com foco na transparência e na prestação de contas em relação a anúncios políticos, eleitorais ou sensíveis para o desenvolvimento de políticas públicas. Vale ressaltar que a transparência e o acesso a dados devem respeitar critérios técnicos mínimos para permitir diagnósticos robustos. Indicadores são fundamentais para mapear e avaliar as ferramentas de transparência oferecidas atualmente pelas plataformas, fornecendo evidências sobre dados incompletos, inconsistentes e de baixa qualidade que impedem a análise sistemática, o diagnóstico de riscos e a responsabilização de possíveis danos. Garantir a qualidade dos dados coletados e analisados é uma forma de assegurar a confiabilidade e a reprodutibilidade de estudos, além de possibilitar suas generalizações (SRIVASTAVA; MISHRA, 2021).

Também é fundamental entender quais tipos de dados podem ser acessados, uma vez que plataformas são acusadas de limitar o acesso àqueles que podem resultar em escândalos políticos e crises de imagem (BEN-DAVID, 2020), forjando um teatro da transparência, que esconde as limitações propositais de sua arquitetura. Em linhas gerais, a qualidade de dados é uma medida que indica quanto dos dados, em posse de uma organização ou indivíduo, de fato estão adequados para o propósito almejado e ao mesmo tempo estão de acordo com dimensões definidas, reconhecidas e empregadas internacionalmente (IBM, [s.d.]). Srivastava&Mishra (2021) definem que os dados de mídias sociais de alta qualidade são aqueles críveis e acurados, apontando que fatores como a dificuldade em se desenvolver um algoritmo robusto para a coleta de dados volumosos e muito variados das plataformas de redes sociais representam um obstáculo à

extração de dados de qualidade.

Com base neste diagnóstico, a UFRJ entende que os estudos que propõe neste projeto poderão fornecer uma compreensão detalhada do funcionamento de tais operações de influência que causam danos ao cidadão consumidor. Além dos indicadores, o projeto deverá focar em mais dois estudos: um primeiro sobre anúncios falsos, seus mecanismos e potenciais danos a fornecedores e consumidores; e um segundo sobre o ecossistema de desinformação que culmina em operações financeiras com prejuízo de consumidores, empresas e instituições. A compreensão de tais fenômenos é fundamental para a elaboração de políticas públicas que, ao coibirem práticas enganosas, fraudulentas e predatórias adotadas no ambiente das plataformas, busquem proteger o enorme contingente de consumidores que utilizam mídias digitais, reduzindo possíveis prejuízos e danos – tanto financeiros e psicológicos como de privacidade e liberdade.

7) Caracterização dos interesses recíprocos

A regulamentação das plataformas online tem enfrentado forte oposição das empresas de tecnologia, que estão usando todos os recursos possíveis para impedir sua aprovação. O que está em jogo são os bilhões arrecadados com a publicidade digital que hoje tem poucas regras, restrições ou obrigações de transparência, deixando anunciantes e consumidores vulneráveis aos interesses econômicos dessas empresas. Espera-se, ao final do projeto, obter um mapeamento do ecossistema digital cuja infraestrutura é utilizada nas operações de influência que causam danos aos consumidores brasileiros. Tal conhecimento será materializado através de: 1) indicadores para sistematizar e mensurar a transparência e a qualidade do acesso aos dados das plataformas digitais, no que diz respeito aos dados gerados pelos usuários e dados relativos a anúncios online; 2) um protocolo de denúncias de informações falsas e fraudes nas plataformas online para o MJ implementar em seus canais virtuais; 3) relatórios baseados em evidências com os principais resultados dos estudos propostos; 4) seminário para a apresentação e discussão dos resultados da pesquisa; 5) banco de dados utilizado nos estudos, com a identificação de atores problemáticos; 6) entrega de um documento final sintetizando os resultados dos estudos; e 7) publicação de livro com os principais achados e discussão dos impactos do projeto.

Interesse do Fundo de Direitos Difusos: obter informações cientificamente validadas que possam subsidiar futuras regulamentações e ações estratégicas benéficas ao conjunto dos consumidores brasileiros.

Interesse da UFRJ: receber apoio financeiro de fundamental importância para viabilizar a agenda de pesquisa de ponta do laboratório Netlab, capaz de ampliar as fronteiras do conhecimento na área e de fornecer informações relevantes para ações práticas de combate a operações de influência predatórias, colocando o Brasil na vanguarda das iniciativas de proteção do consumidor diante das plataformas digitais.

8) Relação entre a proposta e os objetivos e diretrizes do programa

A presente proposta se enquadra no eixo temático II - Proteção e defesa do consumidor. Dentro deste eixo, destacamos a aderência do projeto à linha temática e) proteção do consumidor no comércio eletrônico, uma vez que os estudos propostos têm a finalidade de ampliar a proteção ao consumidor que utiliza plataformas digitais e que é, portanto, um alvo potencial das operações de influência que serão nosso objeto de investigação.

9) Público alvo

Favorecido diretamente: O conjunto de consumidores brasileiros

Favorecido indiretamente: Empresas e anunciantes

10) Problema a ser resolvido

Pouco se sabe a respeito dos usos enganosos ou predatórios das novas formas de direcionamento de

anúncios para consumidores nas plataformas digitais, que passaram a usar os rastros digitais de seus usuários para fornecer às empresas uma entrega de anúncios fortemente customizada e, portanto, mais eficiente. Anúncios micro-segmentados são alimentados por dados pessoais e comportamentais bastante detalhados que são coletados continuamente sempre que o cidadão usa a Internet - seja lendo notícias, clicando em uma postagem ou comprando algo online. Esses dados revelam o que compramos, pesquisamos, curtimos, lemos, assistimos e compartilhamos. Portanto, é necessário demonstrar empiricamente de que forma a chamada indústria da influência deliberadamente gera lucro, poder político e influência a partir da coleta e análise desses dados e da segmentação de usuários.

Essa indústria online, que muitas vezes envolve interações coordenadas entre alguns agentes do setor privado, do Estado e políticos, busca produzir e disseminar propaganda e outras utilizar diferentes estratégias de persuasão para influenciar a condução ou a mudança de comportamento do consumidor. O ecossistema da indústria da influência inclui empresas que oferecem e compram espaço de anúncios e mídia programática nos sites até aquelas que servem para conectar compradores e vendedores, abrangendo data brokers e empresas de análise de dados que coletam, agregam, empacotam, vendem e auditam todo tipo de dados relevantes sobre os consumidores. A pesquisa sobre a economia política do ecossistema online da desinformação ainda é incipiente, com poucas evidências sobre as estruturas de recompensa, metas financeiras e centros de poder que fornecem e financiam operações de influência, que são anti-éticas e incluem diversas atividades ilegais. Nesse sentido, vislumbramos a necessidade de fortalecer a infraestrutura de coleta e análise de evidências sobre anúncios falsos, recomendações maliciosas e práticas de monetização fraudulentas para produzir uma base empírica e conceitual robusta sobre tais operações de influência no Brasil, com o objetivo de embasar a criação de instrumentos que coibam as más práticas.

É fundamental acabar com os incentivos financeiros aos golpes e todo tipo de manipulação online. Entretanto, para impedir que um ecossistema digital nocivo evolua, precisamos coletar evidências consistentes sobre como determinados atores monetizam e lucram com a desinformação. Portanto, o acesso a dados é indispensável para o desenvolvimento de tecnologias e metodologias de análise para pesquisas avançadas. Propomo-nos a avaliar a acessibilidade, a transparência e a qualidade dos dados retornados pelas principais plataformas de redes sociais para fins de pesquisa. Criaremos dois indicadores: primeiro, apresentaremos uma análise baseada na coleta de dados gerados por usuários (user-generated content); em seguida, nos dedicaremos a anúncios veiculados nas plataformas. Com esse estudo, esperamos contribuir para discussões sociotécnicas sobre o papel desempenhado pelas plataformas na pesquisa acadêmica, apontando as lacunas relevantes em seus mecanismos de extração de dados e as contradições em discursos fabricados que exaltam suas supostas medidas de transparência.

11) Resultados esperados

Os resultados esperados irão descrever um cenário desafiador no que diz respeito à transparência e ao acesso aos dados, visto que nenhuma empresa fornece informações que propiciem um monitoramento verdadeiramente transparente e que permita mensurar impactos, entender populações, segmentar regiões, entre outras análises. Portanto, o projeto pretende obter como resultado a produção de dois indicadores: um sobre dados produzidos pelos usuários e outro sobre publicidade programática nas redes sociais. Pretende-se também discutir a proteção de dados, privacidade e direitos do consumidor diante desses indicadores.

Acredita-se que os resultados apresentados preencherão uma lacuna existente no conjunto de pesquisa acadêmicas empíricas sobre os usos das plataformas digitais para a articulação de operações enganosas que possam causar danos aos consumidores no Brasil. As ações efetivas de combate a tais operações de influência necessitam de evidências científicas para embasar políticas públicas de mitigação que possam beneficiar o conjunto da sociedade brasileira - incluindo consumidores, cidadãos, empresas e instituições democráticas.

Os estudos produzidos no âmbito desse projeto têm como benefício final fomentar o debate público e político sobre a regulamentação das plataformas. Os resultados também podem ser úteis para suscitar debates sobre o papel do Estado nas abordagens regulatórias que podem ser implementadas, discernir os problemas que a regulamentação deve resolver e indicar soluções que podem ser integradas ao arcabouço jurídico brasileiro. As evidências e indicadores produzidos por esse projeto podem ser um passo importante para

construir novas formas de reorganizar a relação entre o Estado, as empresas e os cidadãos com o objetivo de servir ao interesse público.

12) Quadro de Referência Geral

ITEM DE DESPESA - DESCRIÇÃO BENS/SERVIÇOS	Valor (R\$)
Auxílio Pesquisa	R\$ 1.130.400,00
Auxílio estudante—(bolsa de iniciação/mestrado/ doutorado)	R\$ 523.600,00
Material de consumo expediente (resma de papel A4, etiquetas, envelopes, pastas com elásticos)	R\$ 351,34
Despesas Operacionais e Administrativas (DOA)	R\$ 200.000,00
Diárias – Civil	R\$ 10.500,00
Passagem	R\$ 18.000,00
Serviço de Pessoa Jurídica	R\$ 23.784,97
Equipamentos e Material Permanente	R\$ 87.362,66
Valor Total	R\$ 1.999.998,97

13) Equipe Executora

Participantes na execução do Projeto.

A equipe executora do projeto será composta por: 02 integrantes da ECO/UFRJ, entre professores, técnicos envolvidos com o projeto.

PARTICIPANTE	SIAPE	CPF	REMUNERAÇÃO MENSAL	REMUNERAÇÃO TOTAL
Rose Marie Santini de Oliveira (Coordenação geral)	188 [REDACTED]	[REDACTED]	R\$ 9.900,00	R\$ 118.800,00
Alda Rosana Duarte de Almeida (Substituto eventual)	186 [REDACTED]	[REDACTED]	R\$ 6.100,00	R\$ 73.200,00

Previsão de bolsistas no projeto conforme a Resolução CONSUNI nº 55, de 26 de maio de 2022, de acordo com o Art. 6o, ficam estabelecidos os seguintes valores para as bolsas:

Tipo de Bolsa	Valor da Bolsa
Bolsa de Ensino – Iniciação Científica/mestrado/doutorado/pós-doutorado	Entre R\$ 400,00 até R\$ 11.000,00
Bolsa de Pesquisa/Extensão – Nível A/B/C	Entre R\$ 4.200,00 até R\$ 9.900,00
Atividade Técnica NS/NM	Entre R\$ 400,00 até R\$ 2.500,00

14) Cronograma Físico/Financeiro (Metas e Etapas a Serem Atingidas)

META 1	Criação de indicadores e protocolo de denúncias para o Ministério da Justiça implementar em seus canais virtuais	Etapas	Duração	
Etapa	Especificação	R\$	Início	Término
1.1	Criação de indicadores de transparência e qualidade do acesso a dados oferecido pelas plataformas digitais	R\$ 287.714,00	01/10/2023	31/01/2024
1.2	Protocolo de denúncias para o MJ implementar em seus canais virtuais	R\$ 137.000,00	01/01/2024	31/01/2024
Total da Meta		R\$ 424.714,00		

META 2	Desenvolver pesquisas sobre anúncios falsos e o ecossistema de desinformação que culmina em operações financeiras, a partir de evidências baseadas em dados e métodos científicos;	Etapas	Duração	
Etapa	Especificação	R\$	Início	Término
2.1	Estudo n# 1: anúncios falsos, seus mecanismos e potenciais danos a fornecedores e consumidores	R\$ 825.000,00	01/11/2023	30/05/2024
2.2	Estudo n# 2: ecossistema de desinformação que culmina em operação financeira	R\$ 419.000,00	01/03/2024	30/07/2024
2.3	Livro baseado estudos n#1 e n# 2:	R\$ 23.784,97	01/08/2024	28/09/2024
Total da Meta		R\$ 1.267.784,97		

Na meta 2, será destinado um valor R\$ 6.000,00 para pagamento de diárias para servidor a serem executadas diretamente pela UFRJ.

META 3	Criar banco de dados com contas e páginas falsas ou fraudulentas em que os anunciantes levam o consumidor ao engano, roubo de dados, prejuízos financeiros, golpes ou qualquer outro tipo de perda ou dano material ou moral.	Etapas	Duração	
Etapa	Especificação	R\$	Início	Término
3.1	Banco de dados relativos a estudos n#1 e n# 2	R\$ 139.500,00	01/07/2024	28/09/2024
Total da Meta		R\$ 139.500,00		

META 4	Promover seminários para divulgar e discutir os resultados dos dois estudos propostos no projeto com as equipes do Ministério da Justiça e convidados;	Etapas	Duração	
			Início	Término
Etapa	Especificação	R\$		
4.1	Seminário Online sobre indicadores de transparência e qualidade do acesso aos dados das plataformas	R\$ 46.500,00	01/02/2024	28/09/2024
4.2	Seminário sobre o Estudo n# 1: anúncios falsos, seus mecanismos e potenciais danos a fornecedores e consumidores	R\$ 49.500,00	01/02/2024	28/09/2024
4.3	Seminário sobre o Estudo n# 2: ecossistema de desinformação que culmina em operação financeira	R\$ 55.500,00	01/02/2024	28/09/2024
Total da Meta		R\$ 151.500,00		

Na etapa 4, será destinado um valor R\$ 10.500,00 para pagamento de diárias para servidor a serem executadas diretamente pela UFRJ.

Valor Total das Metas	R\$ 1.999.998,97
Valor Total das Metas executados pela Fundação	R\$ 1.983.498,97
Valor Total das Metas executados diretamente pela UFRJ	R\$ 16.500,00

15) Cronograma de Desembolso

PARCELA	VALOR (R\$)	LIBERAÇÃO	MÊS LIBERAÇÃO	ASSOCIADA A META
01	R\$ 1.389.714,00	CONCEDENTE	10/2023	1 e 2
01	R\$ 593.784,97	CONCEDENTE	02/2024	TODAS

Em 2023, serão repassados R\$ 6.000,00 para pagamento de diárias para servidor a serem executadas diretamente pela UFRJ e outros R\$10.500,00, em 2024, para o mesmo fim.

16) Plano de Aplicação Detalhado

ITEM	RUBRICA	NATUREZA DE DESPESA	VALOR TOTAL (R\$)
1	3390.18.01	Auxílio Financeiro a Estudante Bolsa de Ensino no País	523.600,00
2	3390.20.01	Auxílio Financeiro a Pesquisador Auxílio a Pesquisador	1.130.400,00
3	3390.30.16	Material de Consumo Expediente	351,34
4	3390.33.01	Passagens e Despesas de Locomoção Passagens para o País	18.000,00
6	3390.39.63	Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica Serviços Gráficos e Editoriais	23.784,97
7	3390.39.79	Serviços Técnicos - Pessoa Jurídica Serviço de Apoio Administrativo, Técnico e Operacional (DOA)	200.000,00
8	4490.52.12	Equipamentos e Material Permanente Aparelhos e Utensílios Domésticos	1.738,88
9	4490.52.33	Equipamentos e Material Permanente Equipamento para Áudio Víde e Foto	13.176,00
10	4490.52.35	Equipamentos e Material Permanente Equipamento de Processamento de Dados	71.475,11
11	4490.52.42	Equipamentos e Material Permanente Mobiliário em Geral	972,67

VALOR GLOBAL EXECUTADO PELA FUNDAÇÃO	R\$ 1.983.498,97
---------------------------------------------	-------------------------

* O valor de R\$16.500,00 será executado diretamente pela UFRJ para pagamento de diária de servidor, totalizando R\$ 1.999.998,97 de valor global.

17) Descentralização para a Fundação (de acordo com TED e/ou Emenda)

CLASSIFICAÇÃO POR NATUREZA	DESPESA	VALOR TOTAL (R\$)
33.90.18	Custeio	523.600,00
33.90.20	Custeio	1.130.400,00
33.90.30	Custeio	351,34
33.90.33	Custeio	18.000,00
33.90.39	Custeio	223.784,97
44.90.52	Capital	87.362,66

* O valor de R\$16.500,00 será executado diretamente pela UFRJ para pagamento de diária de servidor.

Dados Gerais

Recursos Oriundos	Fundo de Defesa de Direitos Difusos
Número do TED ou Emenda	001/2023
Processo UFRJ	23079.212288/2023-50
Instituição de Vínculo UFRJ	Escola de Comunicação
Coordenação do Projeto	Rose Marie Santini de Oliveira
E-mail	marie.santini@eco.ufrj.br

Rio de Janeiro, na data da assinatura.



Documento assinado eletronicamente por **Rose Marie Santini de Oliveira**, Professor do Magistério Superior, em 19/10/2023, às 15:52, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Cristiano Henrique Ribeiro dos Santos**, Diretor(a), em 19/10/2023, às 17:59, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <http://sei.ufrj.br/autentica>, informando o código verificador **3656186** e o código CRC **EAE878BE**.