

# “VAI COMPRAR OU TÁ SÓ OLHANDO?”

---

Comercialização de  
funções e comportamento  
inautêntico no Instagram



**Isabela Inês**

Execução da pesquisa, redação e revisão do relatório

**Caio Machado**

Redação, planejamento, revisão e coordenação do relatório

**Rodger Richer**

Redação e revisão do relatório

**Beatrice Bonami**

Coordenação, planejamento, supervisão e gestão do relatório

**Matheus Vieira**

Design e diagramação

**Relatório Final**

Instituto Vero

Junho 2022



# Sumário executivo

O presente relatório tem como objetivo apresentar uma pesquisa realizada pelo Instituto Vero sobre a venda de funções no Instagram, no ano de 2021, no Brasil. A motivação em desenvolver este estudo se dá pelo cenário das mídias sociais disponibilizarem um espaço de informação e entretenimento aparentemente inesgotável, bem como veicular uma alta quantidade de usuários – o que potencialmente formula uma nova arena de debate da opinião pública e democrática.

Esta nova arquitetura digital da esfera pública oferece caminhos e “regras” de comunicação e da criação e disseminação da informação, principalmente para aqueles que buscam capital social, econômico e político a partir do uso dessas plataformas. Por isso, este estudo teve como objetivo entender como funciona a compra e venda de funções em plataformas (em especial o Instagram), a fim de obter um desenho de como este mercado opera no Brasil. Através de métodos como revisão sistemática, netnografia e descrição “bola de neve”, este trabalho expõe como principal achado as dinâmicas monetárias e culturais na compra e venda de funções e se questiona sobre o real motivo pelo qual milhares de perfis recorrem a este mecanismo para obter ganhos financeiros ou de popularidade.

É relevante ressaltar que, por mais que a compra de funções que sustentam comportamento inautêntico surta efeitos nas plataformas oficiais de mídias sociais, como o Instagram, essas vendas e revendas são feitas em plataformas terceiras. É importante lembrar que o Instagram, por exemplo, tem políticas que tentam oferecer um ambiente seguro e inclusivo, proporcionando uma experiência personalizada para seus usuários. Os Termos de Uso explicitam a proibição de interações automatizadas, por métodos não autorizados pela plataforma. Isso acontece, pois o Instagram estabelece em seus termos de uso que as interações devem ser reais e orgânicas. Conseguir curtidas, seguidores, compartilhamentos, visualizações de maneira artificial são uma explícita violação às próprias diretrizes da comunidade virtual.

Apesar dessas diretrizes serem explícitas, é possível perceber que a compra de funções é algo relativamente fácil de ser articulada, e que os vendedores não aparentam se intimidar com os termos de uso da plataforma que, em tese, não permitem este tipo de prática. Há, também, certa opacidade em torno dos algoritmos de distribuição de conteúdo, que usam muitas dessas métricas para definir o alcance das publicações.

De particular preocupação é o acesso desses serviços para fins eleitorais, e por isso mais estudos devem ser feitos tendo como foco essas práticas em anos tão decisivos como este de 2022. Com isso, torna-se recomendável que pesquisas como esta caminhem para a área política, para entender a formação, articulação e mecanismos de operações de influência. A hipótese para os próximos passos é que os atores levantados na prática de compra e venda de funções nesta pesquisa, são os mesmos vendedores que se envolvem em épocas eleitorais. Outro foco de análise seria sobre as implicações



da detecção de manipulações como esta, associadas a celebridades políticas. Assim, este relatório oferece um conjunto de entregáveis que podem orientar a prática de governança de plataformas e atividades futuras para construir uma esfera de redes digitais sociais mais saudável e sustentável.

O projeto se debruçou sobre o mercado dedicado ao Instagram, por entender que é uma plataforma particularmente relevante no cenário nacional e rica em funcionalidades, variando desde mensagens privadas, até conteúdo efêmero (stories), fotos e vídeos de diversos formatos. Essa multiplicidade de funcionalidades abre espaço para a exploração, comercial ou não, da plataforma em diversas frentes. Esse relatório aponta a existência e práticas de um vasto mercado que certamente mira outras redes sociais e plataformas digitais.



## Principais resultados

- Há uma enorme variedade de serviços ofertados por esses vendedores. A pesquisa registrou 15 serviços, sendo eles: seguidores brasileiros; seguidores internacionais; seguidores mistos; curtidas brasileiras; curtidas internacionais; visualizações em vídeo; comentários; visualização em IGTV; curtidas brasileiras no IGTV; visualização em Reels; curtidas em Reels; visualizações em transmissão ao vivo; visualização em stories por brasileiros; impressões/Saves/Visitas no Perfil; visualizações em vídeos, impressões e visitas.
- Há dois tipos de seguidores, os reais e os falsos. Os reais são considerados provenientes de perfis autênticos e orgânicos. Já os falsos são classificados em três subseções: alta, média e baixa qualidade.
- Os perfis de empresas menores possuem padrões de comportamento similares, utilizando-se de fotos mais “caseiras”, simulando pessoas comuns. São fotos que mostram o dia-a-dia, os gostos e podem trazer elementos da cultura pop, como filmes, desenhos animados, animes, entre outros. Já os perfis de empresas grandes possuem padrões diferentes. Elas, com recorrência, possuem fotos profissionais, provavelmente replicadas de bancos de imagem ou copiadas de perfis de influenciadores ou celebridades.
- Nos perfis comercializados, tanto nos de melhor e de pior qualidade, foi possível encontrar algumas características em comum, como o caso das descrições semelhantes, que trazem sempre o nome, idade, signo, local onde mora e trabalho; e a disparidade de perfis de mulheres em comparação com a de homens, com uma preponderância muito maior de perfis femininos.
- É comum que nos perfis de venda ou nas postagens haja o número de um WhatsApp, onde será feita a comunicação individual e, posteriormente, a negociação para venda. Ao todo, 72% dos vendedores utilizam, exclusivamente, o WhatsApp como o meio de comunicação oficial para a venda, apontando uma tática interessante de redirecionamento a espaços criptografados e externos para negociação.
- Os vendedores possuem conhecimento e estratégias para reduzir o risco dos perfis compradores de seguidores serem detectados pelo Instagram. Entre as táticas, há critérios de volume e regularidade para passar despercebido pelo algoritmo de detecção. Segundo alguns vendedores, o importante é aparentar que os seguidores estão chegando de forma natural e orgânica. Um deles, inclusive, afirmou que já conseguiu colocar até 10 mil seguidores sem ser detectado.
- O mercado apresenta serviços de pré e pós-venda, assegurando qualidade e dando mais confiabilidade ao consumidor. Entre as práticas detectadas, há pacotes de testes, com 100 seguidores, para o comprador conseguir entender melhor o seu serviço. Além disso, alguns oferecem planos de reposição caso os seguidores sejam excluídos.



- Inclusive, percebemos um amadurecimento do mercado para a esfera de serviços. Alguns vendedores optam por técnicas como uma garantia e um plano vitalício, o que seria uma forma de transformar a venda de um produto em um serviço, assegurando maior retorno e confiabilidade para os consumidores. Enquanto isso, outros perfis vendem cursos para que terceiros se tornem vendedores de perfis, o que demonstra o surgimento de serviços conexos à comercialização de seguidores e curtidas.



# Índice

<b>Introdução</b> .....	<b>8</b>
<b>1. Revisão bibliográfica</b> .....	<b>9</b>
<b>2. Metodologia</b> .....	<b>16</b>
<b>3. Dados coletados</b> .....	<b>18</b>
3.1 Táticas de venda.....	20
3.1.1 Pagamento e processamento de pedidos.....	21
3.2 Produtos e serviços ofertados.....	22
3.2.1 Compra de seguidores.....	23
3.2.2 Serviços de relacionamento.....	27
3.3 Características das operações.....	29
3.4 A Tática da revenda .....	31
<b>4. Conclusão</b> .....	<b>36</b>
<b>5. Limitações e desafios</b> .....	<b>37</b>
<b>6. Próximos passos</b> .....	<b>39</b>
<b>Nota técnica</b> .....	<b>40</b>
<b>Bibliografia</b> .....	<b>40</b>
<b>Anexo a – detalhamento de perfis de vendedores</b> .....	<b>43</b>



# Introdução

A proposta desta pesquisa é compreender como ocorreu a venda de funções no Instagram no ano de 2021 no Brasil. Para tanto, foram coletados materiais bibliográficos e realizada uma pesquisa qualitativa que analisou o perfil dos vendedores, a venda de funções e as principais características desse tipo de comercialização.

O relatório está dividido em quatro partes. A primeira apresenta uma análise resumida da bibliografia que discorre sobre o tema da venda de funções, principalmente, no Instagram. A segunda parte descreve a metodologia implementada na pesquisa. Na terceira, são apresentados os dados coletados mediante entrevistas com os vendedores. Nessa parte também há uma explanação sobre como ocorreu a compra das funções e as respostas dos entrevistados sobre algumas perguntas, tais como: a procedência dos seguidores, algumas questões particulares de cada vendedor, a administração da empresa de venda de funções e a plataforma utilizada. Por fim, na quarta parte, são apresentadas as hipóteses levantadas e apontadas algumas perspectivas futuras para a pesquisa.



# Revisão bibliográfica

A produção acadêmica sobre comunicação tem demonstrado que as estratégias de desinformação e influência da opinião pública, lançadas por agentes políticos, surgem a partir do mercado de publicidade que opera na internet<sup>1</sup>. Por conta dos incentivos econômicos existentes, a economia da atenção<sup>2</sup> surge como um espaço de disputa de indicadores de visibilidade, que medem a atenção do usuário aos conteúdos das plataformas, incluindo conteúdos publicitários anunciados.

Segundo Sixto-García e Álvarez Vázquez<sup>3</sup>, as mídias sociais se mostram como um espaço de informação e entretenimento aparentemente inesgotável e se tornaram focos para práticas distintas de publicidade. Diante da alta quantidade de usuários, as marcas encontram nesses ambientes uma forma de trazer impacto publicitário através da parceria com os influenciadores digitais - remunerando essas figuras financeiramente através dos produtos promovidos ou com o valor do contrato de acordo com a contrapartida que aquele irá dar.

Só na Espanha, 68% dos usuários de mídias sociais, por exemplo, seguem influenciadores, e profissionais de marketing já chegaram a investir quase 50 mil euros em figuras de influência. Ou seja, é um mercado lucrativo em que pessoas visam conseguir alcançar.

Nas palavras de Ribeiro & Calazans<sup>4</sup>:

A empresarização que invadiu os diversos âmbitos do mundo vivente e a vida contemporânea cada vez mais se assemelha à disputa diária do mercado de trabalho, visto que o indivíduo é levado a ser o melhor onde quer que esteja e em qualquer atividade que realize, de forma que cada ser humano deseja torna-se uma empresa em ascensão. As pessoas que querem afirmar-se como seres distintos e singulares passam a basear suas ações na cultura do heroísmo, sendo caracterizadas como aventureiras pela unicidade, independência e coragem, estando constantemente à procura de novas metas, conquistas e descobertas, não hesitando em correr riscos e sempre fugindo do mundo dos iguais, na busca da diferenciação e autonomia pessoal.

Dessa forma, parece que o modelo de negócio das plataformas digitais que dependem de publicidade, sobretudo as mídias sociais que oferecem serviços não pagos aos usuários, é centrado no alcance e visibilidade dos anúncios.

---

1. BENKLER, Y. *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. 2006. New Haven and London: Yale University Press.

BRADSHAW, Samantha. HOWARD, Philip N. *Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation*. 2018. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda

2. WU. T. *Attention Merchants: the Epic Scramble to Get Inside Our Heads*. 2016. Knopf.

3. SIXTO-GARCÍA, José. ÁLVAREZ-VÁZQUEZ, Amalia. *Influencers en Instagram y Publicidad engañosa: la necesidad de regular y autorregular*. *Estudios sobre el mensaje periodístico*. 2020. P. 1611-1622.

4. RIBEIRO, L. CALANZAS, F. *Heróis da boa forma: cotidiano e espetáculo da vida fitness a dois no Instagram*. In *Anais do 18 Congresso de ciências da comunicação na Região Centro-Oeste - Goiânia* (p. 1-15). 2016. Goiânia, GO: Intercom.



A fórmula da influência digital se resume à uma numerosa comunidade de seguidores e a capacidade de interferir nas decisões de terceiros relativas principalmente aos seus gostos, interesses e desejos<sup>5</sup>. As mídias sociais trouxeram o fenômeno da influência ao seu ponto mais alto, servindo como trampolim profissional para muitos jovens. Até porque, as marcas perceberam que, do ponto de vista comercial, recomendações feitas por uma fonte confiável (influenciador) é um fator decisivo na hora que as pessoas vão escolher quais produtos ou serviços irão comprar. As características comerciais, porém, são apenas algumas das várias faces da influência e popularização digital, tendo este fenômeno outras implicações no estudo e compreensão na área da esfera pública da opinião no espaço de debate que se cria nas grandes redes sociais.

Influenciadores digitais são aqui definidos como pessoas que se destacam nas redes sociais e que possuem uma capacidade mobilizatória de um grande número de seguidores, conseguindo influenciar suas opiniões e comportamentos através da exposição de seus estilos de vida, experiências, opiniões e gostos<sup>6</sup>. Eles são figuras de alta relevância para a comunicação em massa nas redes sociais, pois eles são os grandes canais de comunicação com o público amplo. Diferentemente da comunicação unidirecional da comunicação da rádio e televisão, os influenciadores são atores mais diversos e menos centralizados nos espaços de debate digital, e por isso garantem enorme capilaridade de comunicação, assim como a capacidade de interagir e se adequar aos públicos mais direcionados. A auto-comunicação de massa<sup>7</sup>, caracterizada como a comunicação bidirecional e de amplo alcance, é o fenômeno chave no ambiente informacional das redes sociais.

A esfera pública, entendida como uma rede para comunicar informação e pontos de vista, há um processo de interação que forma consensos gerais de opinião pública<sup>8</sup>, é o espaço em que a sociedade estabelece seu convívio social, cultural e político. Nesse sentido, a esfera pública democrática não é toda e qualquer comunicação em praça pública, mas exige cinco características principais<sup>9</sup>, das quais se enumera aqui as principais.

Primeiro, o potencial de absorver a expressão de todos os membros da esfera pública (isso não significa a voz de todos indivíduos, mas o potencial de que opiniões ascendam a atinjam visibilidade na medida que são respaldados pelos importantes filtros de relevância de credibilidade). A segunda e a terceira característica dizem respeito justamente a terem mecanismos de filtragem sobre a relevância das manifestações da esfera pública para a esfera política e, nesse sentido, cria um sistema de credibilidade de fatos e fontes que possa orientar a sociedade e colaborar na construção de consensos sobre fatos e o estado

5. MARTÍNEZ-SANZ, Raquel. FERNÁNDEZ, Cristina Gonzalez. Comunicación de Marca en Instagram, ¿Una Cuestión de Género? El Rol del Influencer de Moda. *Masculinidades y Cambio Social*, v. 7, n. 3, p. 230-254, 2018.

6. SILVA, Cristiane Rubim Manzina da. TESSAROLO, Felipe Maciel. Influenciadores Digitais e as Redes Sociais Enquanto Plataformas de Mídia. In *Anais do 19º Congresso de Brasileiro de Ciências da Comunicação*. 2016. São Paulo, SP: Intercom.

7. CASTELLS, Manuel. *Communication Power*. Oxford University Press, 2nd Edition, 2011.

8. HABERMAS, Jürgen. *Between facts and norms: Contributions to a discourse theory of law and democracy*. John Wiley & Sons, 2015.

9. BENKLER, Y. *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. 2006. New Haven and London: Yale University Press.



das coisas. Nessa última, instituições de expertise como universidades, organizações não governamentais, jornalismo, entre outros, fazem o papel de validação, compilação e organização de fatos. Em seguida, a quarta característica enfatiza a necessidade de haver meios para sintetizar entendimentos sobre a “opinião pública”, que possam ser identificados em correspondência com grupos sociais, e escalados em um processo de deliberação e mobilização social. Por fim, a quinta característica defende que é necessário que a esfera pública tenha independência do Estado. Por certo, o Estado pode e deve se comunicar com o público através da esfera pública, mas ele não deve ter superioridade estrutural ou controle sobre o meio de comunicação a ponto de interferir na livre circulação de ideias.

Das características acima, percebemos quão fundamentais são as figuras dos influenciadores para o funcionamento da esfera pública digital. Eles desempenham o papel de filtragem, reprodução e alcance, e absorção do conteúdo nas periferias da rede.

Com a ascensão das mídias sociais na última década, essas se tornaram parte importante da esfera pública, oferecendo, através das suas características particulares (*affordances*), formas diferentes de sociabilidade e participação na sociedade civil - mesmo sendo, em grande parte, propriedades de companhias privadas.

Segundo Souza e Couto<sup>10</sup>, dentro da internet, se cria uma rede de subjetividades e cidadanias, produzindo e compartilhando pedagogias culturais – artefatos midiáticos que orientam os sujeitos, tanto nas esferas da vida quanto das instituições sociais. Ou seja, os espaços da internet funcionam como ambientes produtores de conhecimentos, saberes, formas de pensar e agir. Além disso, aprende-se neles as formas adequadas e desejadas de ser e estar em uma sociedade. Por isso, esses ambientes se tornaram foco para a esfera mercantil, criando uma lógica de compra e venda de mercadoria, do consumo.

Essa arquitetura digital da esfera pública oferece novos caminhos e novas “regras” de comunicação, principalmente para aqueles que buscam capital social, econômico e político a partir do uso dessas plataformas. Assim, o alcance e visibilidade nas plataformas é determinado por certas características chave (*features*) de cada um dos serviços, a depender do que a arquitetura das plataformas prioriza. Essas características podem ser curtidas, visualizações, seguidores, tempo de visualização, entre tantos outros. Além disso, usuários podem buscar certos privilégios nas plataformas que são restritos por processos internos, como a autenticação de usuários, ou para obter funções ligadas ao grande número de seguidores, como a monetização ou o antiga função “arrasta pra cima”<sup>11</sup> do Instagram.

Por isso, atrelado ao surgimento dessas funções, surge um mercado significativo de produtos e serviços que prometem entregar soluções que maximizem essas métricas, facilitando aos atores atingirem seus ganhos em termos de capital social, político e econômico. Na atualidade, essa discussão é permeada pela preocupação com comportamento inautên-

10. SOUZA, Joana Dourado França de. COUTO, Edvaldo Souza. Musas Fitness na Cibercultura: pedagogias de corpos perfeitos no Instagram. *Acta Scientiarum*, v. 42, p. e52788-e52788, 2020.

11. Função de compartilhamento de links em conteúdos temporários do Instagram, que fora extinta no final de 2021, e que era restrita a usuários com um número mínimo de seguidores.



tico para ganhos políticos, mas há outras modalidades que visam outros ganhos, como, por exemplo, receita publicitária a partir de cliques.

Conforme Sanz e Fernández<sup>12</sup>, o Instagram comporta uma diversidade de usuários. Porém, poucos detêm poder de influenciar as decisões para comprar algum produto ou adotar certo estilo de vida. Tais autores identificaram que muitos influenciadores de moda na Espanha pertencem à Agências de Publicidade e que eles fazem propagandas para determinadas marcas. Talvez isso ajude a explicar o motivo de terem maior repercussão no Instagram em comparação aos demais usuários.

Na frente política, detectamos algumas estratégias importantes, a exemplo daquelas elencadas por Phil Howard e Samantha Bradshaw<sup>13</sup> sobre tropas cibernéticas (*cybertroops*) que são organizações que promovem desinformação com objetivos políticos e métodos sistemáticos de produção de conteúdo enganoso. Percebemos, portanto, que a demanda enorme e os potenciais ganhos da comercialização de métricas das plataformas oferecem um incentivo para a existência de um mercado que favorece essas práticas, com suas próprias táticas de mercado, às margens (e mesmo às sombras) das grandes plataformas.

Esse relatório pretende ser uma incursão exploratória no mercado de vendas de métricas do Instagram, sendo “métricas” aqui entendidas como qualquer funcionalidade que a plataforma contabilize, afetando ou não o alcance de publicações, mas que possa oferecer um ganho social, econômico ou político ao usuário. Entre elas temos visualizações, comentários, seguidores e curtidas.

Essa compra de métricas, por sua vez, vem sendo percebida pelas grandes empresas. Por exemplo, a empresa Unilever começou a cortar laços com “influenciadores” que compraram seguidores. Segundo a matéria da Reuters, a prática de comprar seguidores corre o risco de “corroer a confiança e, portanto, prejudicar uma das áreas de publicidade de mais rápido crescimento - o mercado de bilhões de dólares por ano agora conhecido como ‘marketing de influenciadores’”<sup>14</sup>. Segundo uma pesquisa da Rakuten Marketing, profissionais de marketing no Reino Unido estavam dispostos a pagar a influenciadores de celebridades mais de 75 mil libras, o que equivale a mais de 400 mil reais<sup>15</sup>, por uma única postagem no Facebook. Contudo, micro-influenciadores, aqueles com menos de 10 mil seguidores, poderiam ganhar até 1,5 mil libras.

O The Guardian<sup>16</sup> também já publicou matérias sobre o tema de compra de funções no

12. SANZ, Raquel Martínez; FERNÁNDEZ, Cristina González. Comunicación de marca en Instagram, ¿una cuestión de género? El rol del influencer de moda. *Masculinidades y cambio social*, v. 7, n. 3, p. 230-254, 2018.

13. BRADSHAW, Samantha. HOWARD, Philip N. *Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation*. 2018. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda

14. REUTERS. Unilever takes stand against digital media's fake followers. 2018. Disponível em: <https://www.reuters.com/article/us-unilever-media-idUSKBN1JD10M>. Acesso em: 28 de Abril de 2022.

15. No período da pesquisa.

16. THE GUARDIAN. Is it safe to buy real Instagram followers? 2021. Disponível em: <https://guardian.ng/technology/buy-real-instagram-followers/>. Acesso em: 22 de Abril de 2022.



Instagram. De acordo com o jornal, é presumível que o primeiro grande obstáculo para os usuários conseguirem se tornar verdadeiros influenciadores digitais está em ter uma quantidade suficiente de seguidores para conseguir compartilhar e promover seu conteúdo. Por isso, as pessoas optam por sites de terceiros que oferecem seguidores pagos e que atraem pessoas reais com contas ativas do Instagram. Contudo, apesar de alguns falarem dos aspectos positivos desse tipo de mercadoria, há um grande problema na própria credibilidade daquele influenciador se, porventura, alguns de seus seguidores descobrirem que ele usa interações não genuínas em seu perfil.

De acordo com Baggs (2019)<sup>17</sup>, estudos apontam que há cerca de 10 milhões de contas falsas no Instagram na Inglaterra e que grande parte dos usuários compraram seguidores, comentários ou curtidas. A compra de seguidores tem efeitos negativos nessa rede social, pois influenciadores que têm seguidores falsos podem ser questionados sobre a autenticidade dos conteúdos que produzem. Diante disso, segundo esse mesmo autor, o Instagram tem se debruçado sobre iniciativas que visam coibir tais ações e construído algoritmos que dificultam a repercussão de conteúdos de influenciadores que compram seguidores falsos.

Do ponto de vista legal, segundo matéria do The Guardian<sup>18</sup>, os Termos de Uso do Instagram não permitem a criação de contas de maneira automática. Isso impossibilita, implicitamente, a venda de contas a fim de obter ganhos pessoais. Ademais, as Diretrizes da Comunidade do Instagram vedam a coleta artificial de compartilhamentos, curtidas ou seguidores<sup>19</sup>.

Através de princípios gerais de propaganda e relações públicas, a desinformação se espalha ao longo das mídias sociais. Segundo Ong e Cabañes<sup>20</sup>, há toda uma estrutura pronta para incentivar a desinformação e a sua produção em massa, utilizando-se da técnica de “attention-hacking” (hackear a atenção, em português) que é uma das principais formas de manipular o público através de influenciadores digitais. Um influencer é contratado para alavancar trending hashtags e criar um “embaralhamento de sinais”, que são “hashtags iscas” parecidas com a primeira, mas sintaticamente diferentes.

O mercado vem crescendo tanto que há uma construção hierárquica dentro das fazendas de cliques<sup>21</sup>, tendo 3 funções principais: “arquitetos-chefe da desinformação em rede” (lideram

17. BBC. Instagram: Why paying for followers and likes is bad news for real fans. 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/newsbeat-48952123>. Acesso em: 28 de abril de 2022.

18. Disponível em: <<https://guardian.ng/technology/buy-real-instagram-followers/>>. Acesso em 28 de abril de 2022.

19. THE GUARDIAN. Is it safe to buy real Instagram followers? 2021. Disponível em: <https://guardian.ng/technology/buy-real-instagram-followers/>. Acesso em: 22 de Abril de 2022.

20. ONG, Jonathan Corpus. CABAÑES, Jason Vincent. When Disinformation Studies Meets Production Studies: Social Identities and Moral Justifications in the Political Trolling Industry. *International Journal of Communication*, 13 (2019), 5771-5790, 2019.

21. A “fazenda de cliques” é uma indústria que tem como objetivo “inflacionar o número de curtidas e outras interações online em páginas, aplicativos e perfis na internet”. As pessoas interessadas em promover alguma ideia ou produto compram certa quantidade de ‘likes’ dessas empresas e assim acabam tendo destaque na rede social, onde as pessoas perceberão que são populares. Às vezes os próprios algoritmos das mídias sociais destacam aqueles conteúdos que são mais famosos, ajudando involuntariamente a promover falsidades (Texeira, 2018).



as propagandas e são experts em relações públicas), “influenciadores digitais anônimos” (aspirantes a trabalhadores digitais de classe média que operam contas anônimas com milhares de seguidores e tem como objetivo criar envolvimento com o público, utilizando referências populares); e os “operadores de contas falsas em comunidade” (trabalhadores de classe média em situação precária com a responsabilidade de compartilhar e amplificar as mensagens das campanhas em comunidades online e grupos que se infiltram).

Um exemplo disso vem ocorrendo na Nigéria, com os “secretários de propaganda”. Ali, há uma ascensão das indústrias de manipulação de informação nas mídias sociais e que vem trazendo um contingente de trabalhadores que almejam algum tipo de carreira após as eleições. Seus meios de manipulação chegam ao ponto de criarem entidades filantrópicas entre outras para ser um “argumento de autoridade” que corrobora suas ideias, como é o caso do People’s Democratic Party que criou a Association of Nigerian Gay Men para validar suas afirmações<sup>22</sup>.

Yau, um dos candidatos à eleição em Kano, afirma que o que o fez perder foi um vídeo que circulou no Facebook e WhatsApp mostrando-o aceitando propina de mais de US\$230.000 e supostamente negociando mais US\$5 milhões. As pessoas responsáveis pela criação das histórias falsas estão, geralmente, em contato direto com os eleitores e afirmam que têm toda a liberdade para criar histórias e narrativas. A acurácia e a veracidade não parecem ser prioridade, desde que o partido fique à frente da oposição<sup>23</sup>.

Ao invés de afirmarem que criam fake news, eles afirmam que são a oposição do “fact-checking” em prol da promoção do candidato que eles apoiam. Já alguns foram claros afirmando que criam desinformação<sup>24</sup>.

Os secretários de propaganda são remunerados por seu trabalho de maneira ad-hoc, entre US\$14 a US\$84 por mês. Contudo, alguns não recebiam qualquer remuneração, apenas o faziam para dar apoio aos seus candidatos, mas isso não quer dizer que eram cegos para potenciais contratos futuros de longo prazo em razão do seu acesso à política. Bashir Ahmad ganhou um trabalho como assistente especial do presidente Muhammadu Buhari, por exemplo, após fazer um excelente trabalho na sua eleição, em 2015. Outros almejam também um pequeno contrato com o governo, recebendo de US \$25000 a US\$500000. Tudo isso depende do sucesso do seu candidato<sup>25</sup>.

Portanto, é possível notar que a indústria é bastante lucrativa e sua atividade tem enorme relevância social e política. Ademais, por dentro dela há também uma concorrência entre seus funcionários, uma vez que a remuneração aumenta para aqueles que conseguem criar as notícias mais críveis e compartilháveis. Em outras palavras, o lucro é diretamente proporcional à

22. HASSAN, Idayat. HITCHEN, Jamie. Nigeria’s ‘propaganda secretaries’. Disponível em: <https://mg.co.za/article/2019-04-18-00-nigerias-propaganda-secretaries/>. Acesso em: 17 de março de 2022.

23. HASSAN, Idayat. HITCHEN, Jamie. Nigeria’s ‘propaganda secretaries’. Disponível em: <https://mg.co.za/article/2019-04-18-00-nigerias-propaganda-secretaries/>. Acesso em: 17 de março de 2022.

24. Idem.

25. Idem.



viralidade dos posts criados e ao empenho dos trabalhadores. Ou seja, criam-se verdadeiros “persuasores profissionais”, vez que usam a publicidade para satisfazer os interesses econômicos e para os quais a tecnologia oferece espaço para estender sua influência<sup>26</sup>.

Outro ponto é o possível distanciamento moral dessas atividades. Em geral, os atores da desinformação não assumem a responsabilidade pelo que fazem, apontando justificativas como aquilo ser um trabalho secundário que não define, portanto, quem eles são; ou que são consultores políticos com uma versão mais emocionante e desafiadora dos fatos. Eles abusam de direitos humanos e fazem práticas antidemocráticas, justificando uma possível atitude antiética pela remuneração e não por motivações políticas e pessoais.

Essa estrutura de desinformação, segundo Lee Edwards<sup>27</sup>, também é um impulso para as indústrias de Relações Públicas (RP), já que legitima a sua atuação e cria uma ideologia ao redor deles como protetores contra a desinformação e baseados em ética e integridade. Contudo, às escondidas, ao mesmo tempo, eles também são disseminadores de desinformação, mas saem impunes, uma vez que foi criada toda uma imunidade e desaparecimento dentro da própria visão da sociedade<sup>28</sup>.

Essa ideia também é compartilhada por Hannah Arendt<sup>29</sup> que afirmou que a mentira é uma forma de agenda política e pode ser usada para dar ênfase a um ponto de vista em particular ou encorajar ações. A mentira tem um grande poder persuasivo e, diferente da realidade, ela é livre para escolher quais “fatos” vão se encaixar melhor com aquela situação e poderão, portanto, atender às expectativas da audiência. Segundo ela: “[a]s mentiras organizadas interferem no nosso julgamento intersubjetivo, ou seja, na nossa capacidade e liberdade de ver o mundo sob uma diferente perspectiva” e, portanto, já são parte constituinte do próprio sistema contemporâneo de política e economia<sup>30</sup>.

A desinformação é uma oportunidade econômica para as indústrias de Relações Públicas honestas reforçarem os seus valores, se posicionando como uma solução à crise e não como parte do problema. Assim, se a indústria de RP está no ramo de proteção dos clientes e suporte aos jornalistas, então eles são, por definição, anti-fake news e não compartilham desinformação. Ela é apresentada como um mercado da verdade e capaz de distinguir veracidade e inverdade. Contudo, as técnicas de desinformação também são aplicadas pelas indústrias de RP “legítimas”.

---

26. BAKIR, Vian. MCSTAY, Andrew. Fake News and the Economy of Emotions: Problems, Causes, Solutions. *Digital Journalism*, 6, 2, p. 154-175, 2018.

27. EDWARDS, Lee. Organised lying and professional legitimacy: Public relations' accountability in the disinformation debate. *European Journal of Communication*, v. 36, n. 2, p. 168-182, 2021.

28. Idem.

29. ARENDT, Hannah. Truth and politics. *Truth: Engagements across philosophical traditions*, v. 295, 1967.

30. Idem.



## 2. Metodologia

A presente investigação tem objetivo de explorar e sistematizar procedimentos de venda de funções na plataforma Instagram, além de identificar e produzir uma tipologia acerca do contexto de ofertas, preços, modelos de negócios, requisitos e outras características relevantes. Uma vez que o principal objetivo da pesquisa foi aprofundar a compreensão sobre o objeto de estudo e entender suas múltiplas nuances e repercussões, explorando características predominantes de um objeto ainda pouco investigado no Brasil, aplicou-se uma metodologia de pesquisa conhecida como “bola de neve”. Ou seja, adotamos uma técnica de amostragem não probabilística, na qual o grupo de atores identificados contribuiu para a identificação de novos atores, de maneira sucessiva e escalável.

A pesquisa foi feita entre os meses de outubro e dezembro de 2021. Inicialmente, buscamos identificar diferentes perfis de vendedores de funções na plataforma Instagram, compreendendo suas táticas de venda e modelos de negócio. Tal busca preliminar se deu a partir da barra de pesquisa do próprio Instagram. Os perfis iniciais foram identificados a partir do resultado de busca das hashtags: #vendadeseguidores, #vendaseguidores, #comprarseguidores, #compreseguidores, #vendoseguidores, #comprarcurtidas, #comprarseguidoresbarato, #comprarseguidoresreais.

Os perfis resultantes da busca passaram por uma análise preliminar, na qual procuramos identificar a área de atuação e veracidade das ofertas. Caso identificada a adequação do perfil ao recorte de pesquisa, estes eram inseridos em uma tabela, com o intuito de segmentar suas características.

A segunda etapa foi executar pedidos de compra de seguidores e funções no Instagram, junto aos vendedores mapeados. A cada vendedor, perguntas foram elaboradas referentes às dúvidas centrais da pesquisa. Os tópicos giraram em torno dos seguintes eixos e subtópicos (i) incentivos (retorno financeiro, subsistência ou renda extra), (ii) modelos de negócio (formas de pagamento, criação de bots ou contratação de pessoas), (iii) plataforma (exclusão e criação de contas/seguidores, facilidade/dificuldade na criação de perfis) e (iv) clientes (objetivo da venda, tipos de perfis dos compradores). Eles foram escolhidos com o intuito de entender melhor o processo de compra e venda de seguidores, bem como todo o ecossistema que envolve esse tipo de negócio.

Com o intuito de efetivamente contratar serviços de compra de seguidores, uma conta foi criada no Instagram. Sob a persona de Thais Fernandes, inicialmente, a conta tinha o *username* @livros.da.fernandes. Contudo, a conta foi deletada pela plataforma e uma segunda conta foi criada, a @thais.leitora. Para evitar qualquer exposição indevida, a persona não engajou com qualquer interação que fosse fora do escopo dessa pesquisa e todos os dados pessoais foram anonimizados antes da publicação deste relatório.



Para fins de coleta e análise dos dados obtidos, foram utilizados os métodos de netnografia (etnografia em rede) com base nos procedimentos expostos por Kozinets (2014) que incluem desde a imersão em mídias sociais até a sistematização de achados que podem contemplar cópias de telas, conversas com participantes da amostragem e navegação online. Para apoiar a atividade netnográfica, foram empregados os princípios da Cartografia de Controvérsias<sup>31</sup> (Venturini, 2010) a fim de: sustentar os achados pelo método Bola de Neve, elencar atores estratégicos contactados e analisar a relevância dos dados coletados com base nas interações em rede. Tanto a netnografia, quanto a cartografia de controvérsias e a bola de neve contaram com o auxílio do procedimento de modelagem de tópicos para esquematizar e trazer os principais relevos encontrados dentro da trajetória de pesquisa. Não obstante, todas as pessoas ou dados coletados passaram pelo processo de anonimização que tomou forma por meio da construção de tabelas e cobertura de traços de identificação em imagens que exploram fotografias ou cópias de telas.

---

31. Venturini, T. (2010) Diving in magma: how to explore controversies with actor-network theory, *Public Understanding of Science*, 19(3): 258–73. doi: 10.1177/0963662509102694



### 3. Dados coletados

Nos dados coletados, há a prevalência de perfis de vendedores individuais. Ainda assim, identificamos algumas operações de compra e venda de funções com maior concentração de perfis secundários ou backup. Os nomes de usuário (*usernames*) são diversos, mas reúnem nomenclaturas em comum, sendo as palavras mais recorrentes: “fama”, “seguidores”, “venda”, “digital” e “social”. Além disso, elas se denominam agências, como se fossem agências publicitárias e marketing digital. Os nomes remetem, em geral, ao objeto da venda (seguidores e influência no Instagram), como é o caso, por exemplo, Agência Fama Total, Revendendo Seguidores BR, Os Melhores Seguidores, Seja Influenciador, Bombando a Fama<sup>32</sup>.

A escolha de nomes diz muito sobre o segmento de mercado em que essas agências atuam e como elas buscam se posicionar como um empreendimento legítimo, ainda que às margens dos termos de uso da plataforma.

Ademais, percebeu-se que muitos perfis possuíam um mesmo dono, devido às características das postagens ou por também referenciarem, na própria descrição do perfil, que eram perfis paralelos de algum outro perfil, que seria considerado o “oficial”. Dentre os analisados, foram encontrados mais de 16 perfis pertencendo à mesma empresa.

Presume-se que esses perfis paralelos são feitos não só para angariar mais seguidores e difundir suas vendas, mas também para serem usados de *backup* em caso do oficial ser detectado pelas ferramentas do Instagram e ser, porventura, deletado.

Apesar de venderem seguidores, muitos dos perfis possuem uma quantidade baixa de seguidores, tendo, inclusive, alguns com 0 (zero) seguidores. Foram catalogados perfis que variam de 24 mil seguidores até nenhum seguidor. Pode-se presumir que esses perfis seriam um reflexo de seu negócio, ou seja, teriam vários seguidores, independentemente de serem “bots” ou pessoas. Contudo, não é o caso. Essa aparenta ser uma estratégia para reduzir o risco de suspensão do perfil por meios automatizados. Os perfis são criados com foco na descoberta por usuários a partir da ferramenta de busca da própria plataforma do Instagram.

As datas de criação dos perfis também se concentram em períodos recentes. Dos 108 perfis coletados, 3 foram criados em 2019, 10 em 2020 e 79 foram criados em 2021. Não foi possível averiguar nos demais a data da primeira publicação, por razões de: (1) bloqueio da própria plataforma; ou (2) o perfil foi deletado antes da extração dos dados. Já quanto ao mês da primeira publicação, 2 perfis tiveram sua primeira publicação em fevereiro, 2 em março, 2 em abril, 14 em maio, 12 em junho, 13 em julho e 18 em agosto. Isso indica que, provavelmente, entre abril e junho deve ter havido uma retirada em massa de perfis de venda pelo Instagram, de modo que novos foram criados imediatamente.

---

32. Criamos pseudônimos ilustrativos a partir dos nomes e termos que encontramos. Preferimos usar pseudônimos por uma decisão de ética de pesquisa, por entender que a nossa atividade não deve prejudicar participantes.



Apesar de inconclusivos, os dados sugerem resiliência desses perfis, que são removidos com frequência mas que ressurgem o tempo todo. Isso daria explicação às datas recentes de criação.

Gráfico 1 - Ano e percentual da primeira postagem feita no perfil do Instagram

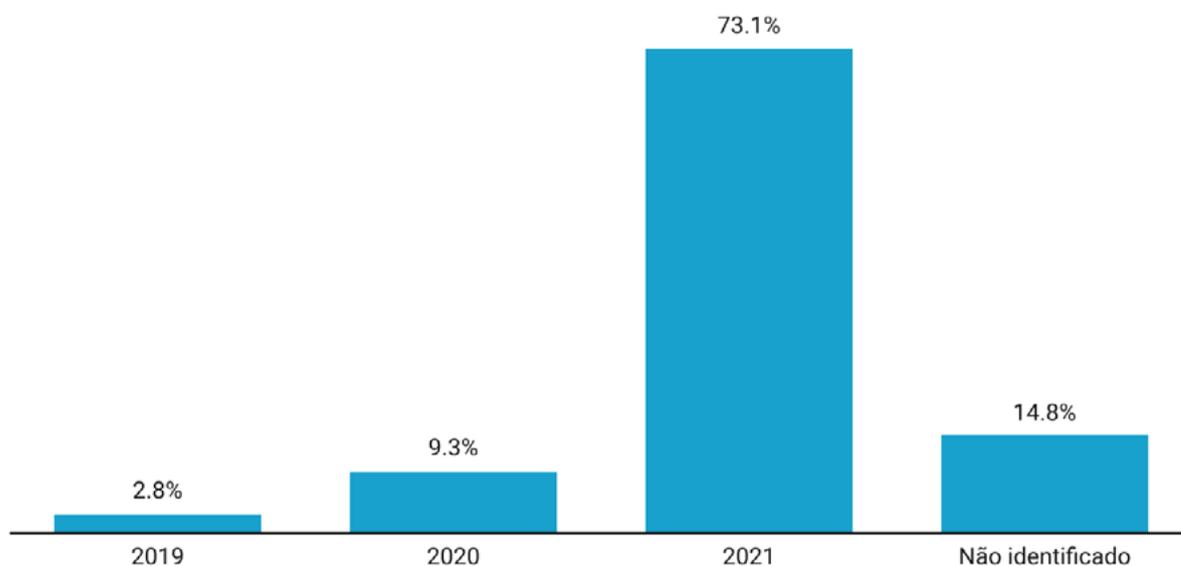
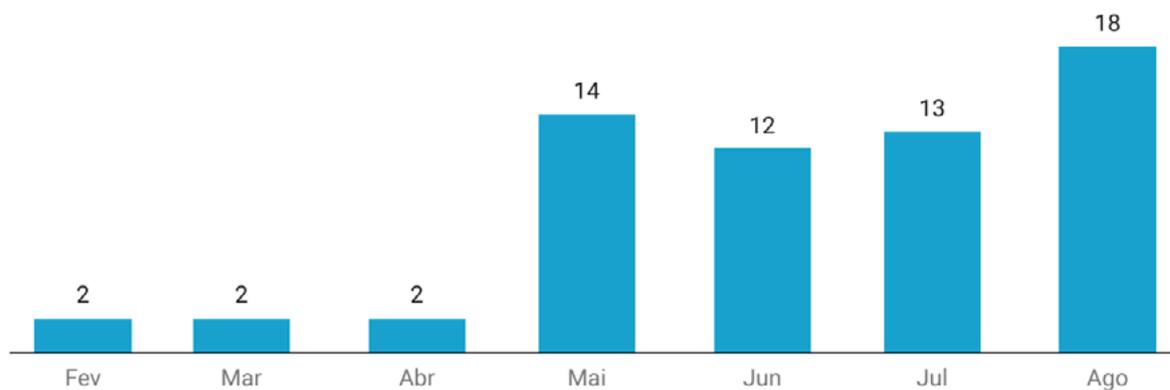


Gráfico 2 - Mês e quantidade da primeira publicação nos perfis do Instagram criados em 2011





## 3.1 Táticas de venda

Os negócios têm como forma principal de angariar compradores a própria plataforma do Instagram. Todavia, a maioria não se utiliza dela para se relacionar com potenciais clientes. É comum que nos perfis ou nas postagens haja o número de um WhatsApp, onde será feita a comunicação individual e, posteriormente, a negociação para venda.

Ao todo, 72% dos vendedores utilizam, exclusivamente, o WhatsApp como o meio de comunicação oficial para a venda, apontando uma tática interessante de redirecionamento a espaços criptografados e externos para negociação. Quanto aos demais, alguns já possuem sites próprios, bem como aceitam comunicações pelo Direct<sup>33</sup> do Instagram ou pelo Telegram. Ou seja, apesar de haver outros aplicativos, a maioria das vendas se concentram no Whatsapp.

As plataformas maiores possuem, também, sites próprios, como é o caso da Agência AZ, que divulga seu site (Site da Agência AZ) para caso haja interesse nos serviços. Outro ponto interessante é o fato de que muitos desses negócios já possuem CNPJ próprios, que ficam expostos na descrição do perfil.

No processo de negociação, os vendedores apresentaram estratégias para reduzir o risco de que o Instagram detecte a compra dos seguidores. O Vendedor da Agência D informou, por meio de conversas de WhatsApp, que:

Então, contas recém-criadas no Instagram, você colocar um monte de seguidores sem ter postagens, pode dar problema sim. Pode o Instagram entender que tem alguma coisa errada porque tá entrando muito seguidor sem ter postagens, etc. Mas já colocamos até mil seguidores para contas novas sem ter problema nenhum. Agora, contas mais usadas, já com bastante postagens, contas de aí um mês, dois meses de criação, pode-se colocar cinco, dez mil seguidores sem problema (Áudio 1 da Agência D).

O instagram não vai bloquear porque ele entende que se você tá postando, tá utilizando a conta, vai subir os seguidores, entendeu?” (Áudio 2 da Agência D).

Nós vendemos há mais de um ano já e não teve nenhum cliente nosso até hoje que perdeu a conta por motivos dos nossos serviços, pode ficar tranquilo quanto a isso (Áudio 3 da Agência D).

Para mostrar mais confiabilidade no serviço, ele também informou que fazia um pacote de testes, com 100 seguidores, para o comprador conseguir entender melhor o seu serviço. Além disso, se mostrou extremamente disponível, uma vez que a loja possui um site para as compras, mas ele permitiu que toda a transação fosse feita por meio do WhatsApp. Ao fim da transação, também se mostrou solícito, informando que “ficamos à disposição para negociarmos mais!” e “não queremos negociar só uma vez”.

---

33, “[É] o recurso de envio de mensagem privada da rede social. Na prática, possibilita que os usuários se comuniquem de forma exclusiva dentro da plataforma. Isso garante um contato mais personalizado entre os usuários, o que representa uma oportunidade para as marcas” (Areiza, 2021). Disponível em: <<https://br.hubspot.com/blog/marketing/direct-no-instagram>>. Acesso em 06 de maio de 2022.



Outra forma de criar clientela recorrente foi notada pela Agência G. Um representante desta operação informou que disponibiliza “planos vitalícios” para interessados:

A gente tem os planos normal (sic) que você compra e tem 30 dias de garantia. Assim como você tem o plano vitalício. Você paga um pouquinho mais, mas assim você tem a garantia de 30 dias e a gente fornece para você ainda dicas e também as oportunidades de você estar comprando o mínimo e sempre com 30 dias de garantia. Isto é, você vai comprar o mínimo de seguidor que a gente pode oferecer e você vai ter a garantia para sempre.

## 3.1.1 Pagamento e processamento de pedidos

No método de pagamento, a maioria dos perfis não mostravam quais eles aceitavam. Nos poucos que mostravam, havia uma grande semelhança. Muitos aceitam Pix, transferências, Mercado Pago, PicPay, boleto, depósito e, até mesmo, PayPal. Em alguns casos não temos quaisquer informações, mas supomos ser uma forma de dificultar a identificação daqueles por trás do comércio. Provavelmente, os dados do pagamento seriam informados após o primeiro contato, o que geraria uma camada a mais de confidencialidade para os vendedores.

Interessa notar que os meios de pagamento normalmente usados são característicos de um mercado informal, como o uso de Pix ou depósito, ou até mesmo a geração de boletos que permite o pagamento com dinheiro físico.

A forma de pagamento é similar em todos os vendedores. É necessário informar qual serviço você deseja contratar, a quantidade e qual o seu perfil na rede social destinatária. Ao comprar 200 seguidores internacionais na Agência E, o dono, Vendedor da Agência E, nos enviou uma captura de tela que mostra uma ordem de pedido e suas características. Ou seja, é provável que o vendedor se utilize de uma plataforma terceira para realizar a compra de seguidores.



Imagem 1 – Pedido pela Agência E.



No caso da empresa Agência N, de propriedade de Vendedor da Agência N, o comprovante do pedido também foi enviado, de forma a parecer semelhante a uma plataforma terceira.



Imagem 2 – Print do Pedido na Agência N.

## 3.2 Produtos e serviços ofertados

É importante notar que a investigação sobre as funções comercializadas do Instagram logo nos levou para mercados de outras grandes plataformas, como YouTube, TikTok e Facebook, mas também para plataformas relevantes mas com públicos menores, como Twitch e Discord.

O ativo comercializado com maior frequência e consistência é o de seguidores. Apenas nas maiores operações é possível encontrar oferta para comercialização de curtidas, visualizações nos *stories*<sup>34</sup> e *reels*<sup>35</sup>, curtidas no *reels*, comentários, métricas e impressões, espectadores em *live*, votos em enquete, curtidas em comentários, compartilhamentos, alcance, dentre outros.

---

34. “O Instagram Stories é uma forma de interação disponível na rede social desde 2016, que permite o compartilhamento de momentos com fotos e vídeos personalizados.

O diferencial das “histórias” é que elas só ficam no ar por 24 horas, desaparecendo automaticamente depois disso.

Por meio dos Stories do Instagram, você pode iniciar transmissões ao vivo, personalizar suas publicações com textos, emojis, stickers, máscaras e efeitos, entre outras funções exclusivas” (Neilpatel, 2022). Disponível em: <<https://neilpatel.com/br/blog/instagram/>>. Acesso em 2 de abril de 2022.

35. “O Instagram Reels é um recurso do Instagram que permite compartilhamento de vídeos curtos. Filmados na vertical, esses conteúdos têm seu próprio espaço na plataforma, com destaque para a aba “explorar”” (Comicio, 2021). Disponível em: <<https://blog.copfy.com.br/instagram-reels/>>. Acesso em 2 de abril de 2022.



O perfil da Agência B afirma que o comprador pode optar também pelo gênero dos seguidores. Já a Agência AAB afirma que seus seguidores são 80% interativos.

Um ponto importante quanto a essas funções comercializadas é a definição dada pelos vendedores para os seguidores vendidos. Segundo eles, é possível comprar seguidores “autênticos” ou “reais”. Isso indica ainda a possibilidade de outros mercados, seja na forma de usuários cedendo as próprias contas<sup>36</sup> ou mesmo em mercados de captura de contas de terceiros.

Os vendedores também oferecem serviços de reposição caso a plataforma exclua os seguidores dentro de um prazo dado por eles, denominado como garantia, que é feita de forma automática. Há também garantias vitalícias, como no caso da Agência AAA. Outros, por sua vez, anunciam que não há reposição, mas que uma “quantia acima da contratada” de seguidores é enviada ao comprador, exemplo do perfil da Agência AAC. 66,6% dos perfis não garantem reposição caso os números abaiquem, mas 3,3% desses garantem que colocam 10% a mais de seguidores para evitar esse problema. 14% afirmam que dão uma garantia para reposição dentro de um prazo ou de forma vitalícia e 21,5% não informam acerca de reposição.

Os compradores também podem escolher o tipo de seguidor, se querem que ele seja brasileiro ou internacional. Quando são brasileiros, o valor é um pouco mais alto. Por exemplo, na Agência AAB, o perfil anuncia que, caso compre 5.000 seguidores brasileiros, o valor será de R\$120, enquanto o pacote com 5.000 seguidores “mistos” é oferecido no valor de R \$55. Além disso, quando se compra seguidores brasileiros, alguns vendedores possuem a opção de escolha de seguidores da sua região (nordeste, norte, sudeste, sul ou centro-oeste). Adicionalmente, alguns vendedores garantem que o comprador pode optar por crescimento lento e orgânico ou rápido.

Os valores, geralmente, são bastante variados, de acordo com o vendedor. Ademais, quando se escolhe, por exemplo, opções mais específicas, como apenas um gênero, uma Região/Estado, seguidores brasileiros, etc., os valores tendem a subir ainda mais.

## 3.2.1 Compra de seguidores

A compra de seguidores é o maior ativo negociado dentre os perfis identificados pela pesquisa. Neste sentido, destacamos especificidades de sua comercialização. O vendedor da operação da Agência E, por exemplo, enviou a seguinte relação sobre perfis autênticos e inautênticos, ou *bots*:

Os sem reposição tem uma taxa de Fake de 50% e uma taxa de queda de 30%

Os de baixa qualidade tem uma taxa de Fake de 20 ou 40% e uma taxa de queda de 40%

36. Pesquisa de Internetlab



Os de média qualidade tem uma taxa de Fake de 20% e uma taxa de queda de 20%

Os de alta qualidade tem uma taxa de Fake de 10% e uma taxa de queda de 20%

Os organicos tem uma taxa de queda de 2% são 100% reais

Todos com público Brasileiros e Unissex

Os de alta e média qualidade tem reposição de 20 dias.

Já os orgânicos e os de baixa qualidade tem reposição de 30 dias.

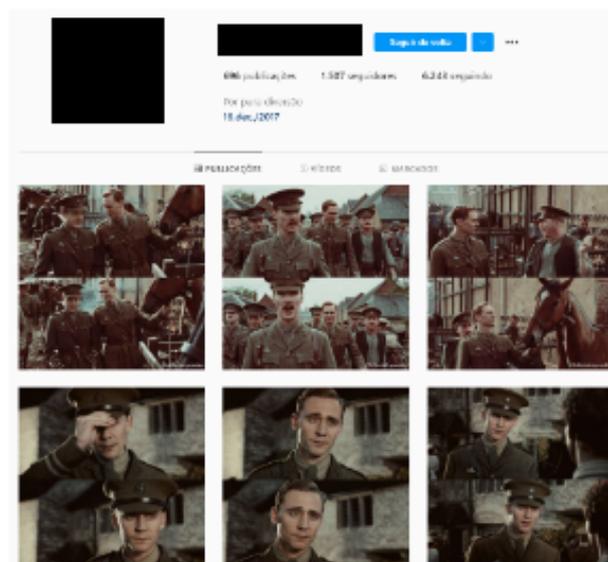
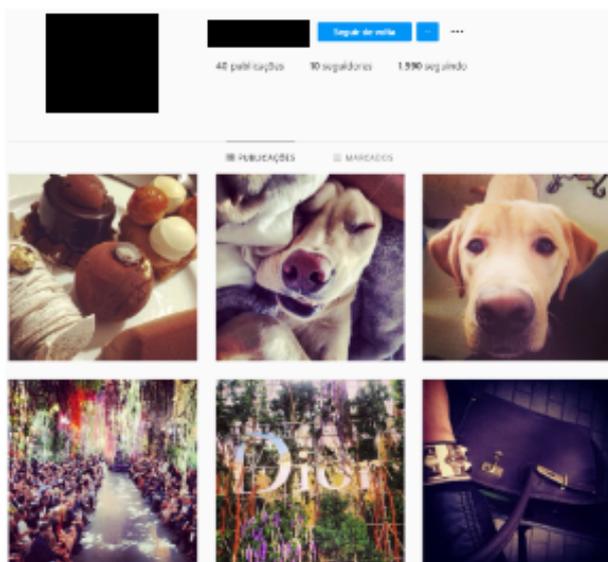
No momento estamos sem os organicos

Qual o seu objetivo com compras de seguidores?

(sic)

Detalhando, o vendedor informou que perfis autênticos (ou orgânicos) têm entrega muito boa e é o ativo de maior qualidade, disponível também para comentários nas publicações e nos *stories*. Impressiona que o vendedor seja capaz de aferir dados estatísticos acerca do seu produto, sugerindo escala e métrica de vendas.

Outra característica interessante encontrada foi a forma como os perfis são criados. Em empresas menores, muitas vezes, os perfis contêm fotos mais “caseiras”, simulando pessoas comuns. São fotos que mostram o dia a dia, os gostos e podem trazer elementos da cultura pop, como é o caso de filmes, desenhos animados, animes, entre outros.



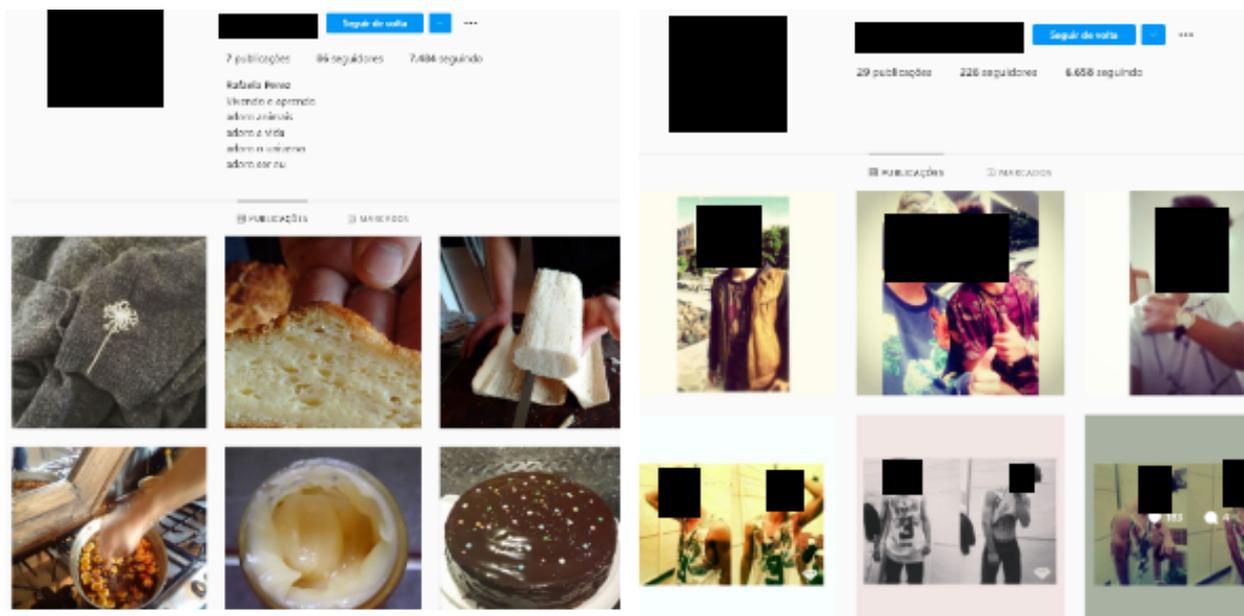


Imagem 4 – Prints tirados de perfis que seguiram a conta após a compra de seguidores.

Já em perfis advindos de operações maiores, é possível notar a recorrência de fotos profissionais, provavelmente replicadas de banco de imagens ou às vezes copiadas de perfis profissionalizados. Ao visitar cada um deles, é possível perceber grande padronização na criação dos perfis tanto em elementos das descrições do perfil, das imagens e de demais arranjos do perfil. Além disso, foram achados perfis com diferentes nomes, mas que se utilizam das mesmas fotos, mostrando que há um reuso das fotos para criação de mais perfis.

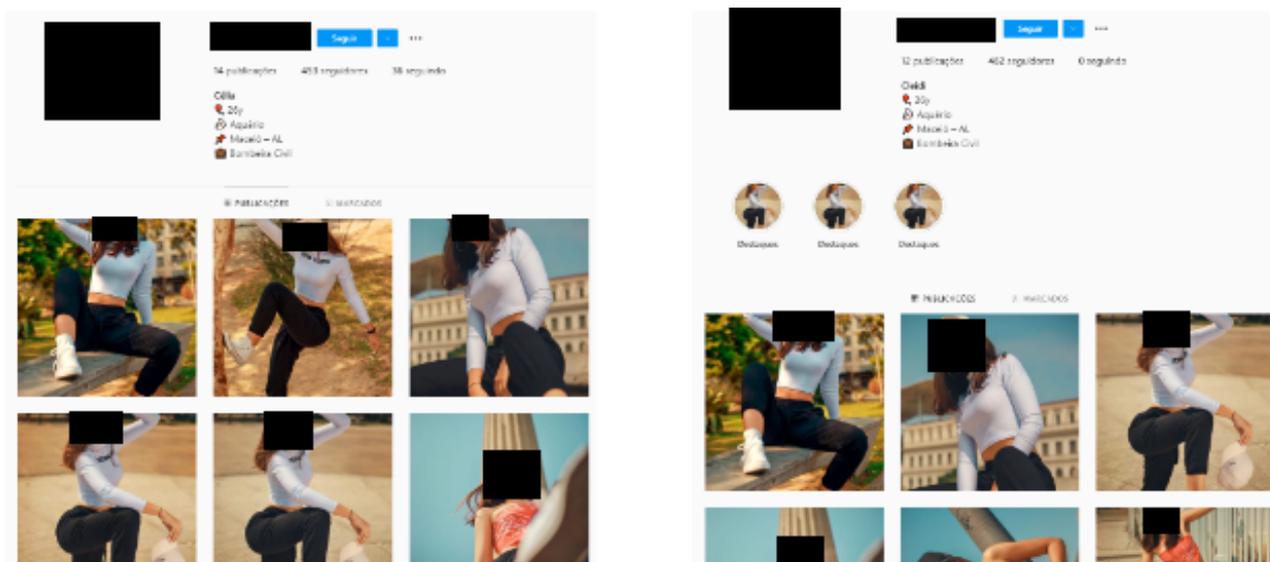


Imagem 6 – Prints de dois perfis diferentes com a mesma imagem.

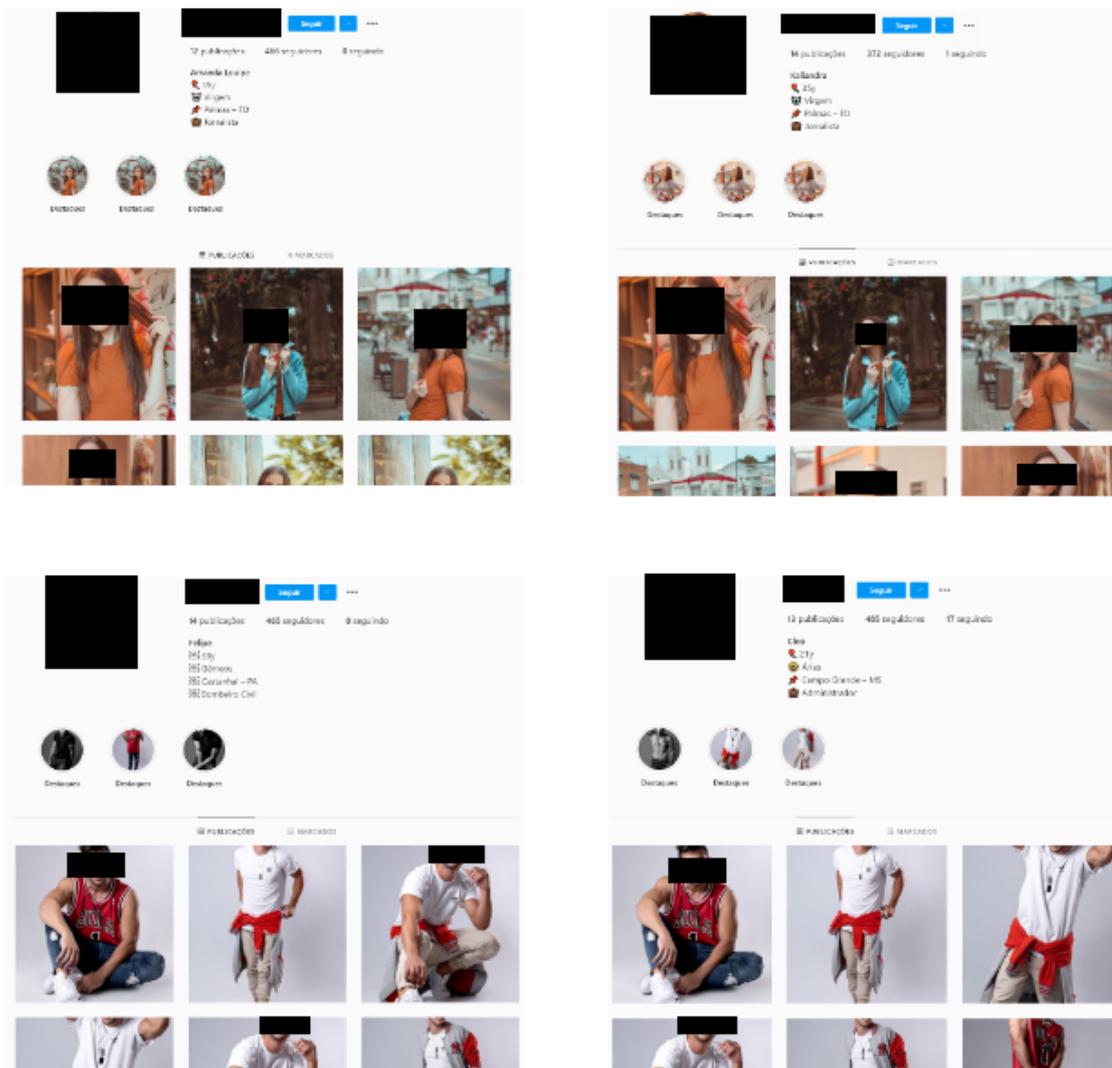


Imagem 7 – Prints de mais perfis com fotos repetidas.

Contudo, tanto em perfis mais informais quanto mais profissionais, foi possível encontrar algumas características em comum, como o caso das descrições semelhantes, que trazem sempre o nome, idade, signo, local onde mora e trabalho; e a disparidade de perfis de mulheres em comparação com a de homens, com uma preponderância muito maior de perfis femininos.

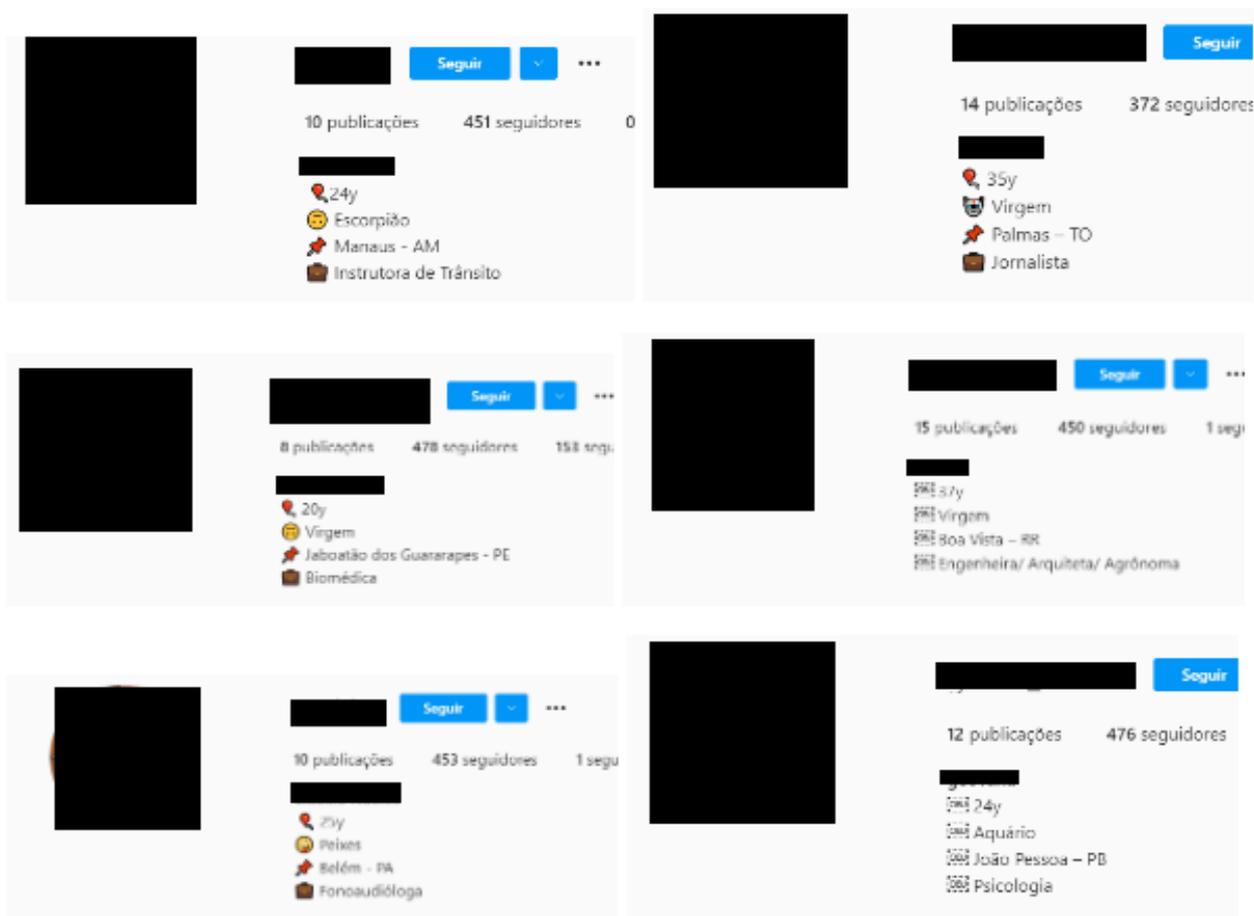


Imagem 8 – Descrições semelhantes em todos os perfis que seguiram a conta.

## 3.2.2 Serviços de relacionamento

Um aspecto destacável das tratativas com os vendedores era o grau de automação do relacionamento no WhatsApp. Quando eram perfis maiores, como é o caso da Agência A e da Agência B, as respostas eram quase sempre automatizadas, o que garantiria escala para a operação, restringindo, porém, o atendimento personalizado. Assim, era virtualmente impossível extrair informações além das já informadas para indicar como deve-se proceder a compra de serviços. No caso da Agência A, qualquer pergunta que fosse feita a mais era respondida com “Sim, da forma descrita aqui” e indicação das respostas automáticas.



Olá tudo bom ?

COMO FUNCIONA

✗ NÃO, NÃO pedimos senha em nenhuma hipótese.

- Precisa apenas informar o @ e o perfil estar publico
- EXEMPLO [REDACTED]
- PRAZO: ATÉ 4h para receber por completo 4:55 PM

**Tabela - Instagram**  
**AGÊNCIA STATUS GRAM**

REPOSIÇÃO SEM REPOSIÇÃO	REPOSIÇÃO SEM REPOSIÇÃO	REPOSIÇÃO SEM REPOSIÇÃO
100 - R\$ 11,00	100 - R\$ 11,00	100 - R\$ 11,00
200 - R\$ 22,00	200 - R\$ 22,00	200 - R\$ 22,00
300 - R\$ 33,00	300 - R\$ 33,00	300 - R\$ 33,00
400 - R\$ 44,00	400 - R\$ 44,00	400 - R\$ 44,00
500 - R\$ 55,00	500 - R\$ 55,00	500 - R\$ 55,00
600 - R\$ 66,00	600 - R\$ 66,00	600 - R\$ 66,00
700 - R\$ 77,00	700 - R\$ 77,00	700 - R\$ 77,00
800 - R\$ 88,00	800 - R\$ 88,00	800 - R\$ 88,00
900 - R\$ 99,00	900 - R\$ 99,00	900 - R\$ 99,00
1000 - R\$ 110,00	1000 - R\$ 110,00	1000 - R\$ 110,00

**SEM REPOSIÇÃO**

- 1.000 - Curitiba - Bradesco - 11/01/2023 - R\$ 11,00
- 2.000 - Curitiba - Bradesco - 11/01/2023 - R\$ 22,00
- 3.000 - Curitiba - Bradesco - 11/01/2023 - R\$ 33,00
- 4.000 - Curitiba - Bradesco - 11/01/2023 - R\$ 44,00
- 5.000 - Curitiba - Bradesco - 11/01/2023 - R\$ 55,00
- 6.000 - Curitiba - Bradesco - 11/01/2023 - R\$ 66,00
- 7.000 - Curitiba - Bradesco - 11/01/2023 - R\$ 77,00
- 8.000 - Curitiba - Bradesco - 11/01/2023 - R\$ 88,00
- 9.000 - Curitiba - Bradesco - 11/01/2023 - R\$ 99,00
- 10.000 - Curitiba - Bradesco - 11/01/2023 - R\$ 110,00

**COBRIMOS O PREÇO ANUNCIADO NA CONCORRÊNCIA.**

Preço da tabela está disponível em: [https://www.instagram.com/statusgram/](#)

4:55 PM

COM REPOSIÇÃO - Durante 25 dias, entrando no máximo em até 72 horas de forma automática para repor seguidores que pararam de seguir.

- EXEMPLO: Você tem 100 seguidores, comprou 1000. Total: 1100, a reposição só entrará caso esteja abaixo desse número de seguidores.

SEM REPOSIÇÃO - Independente da quantidade dos seguidores que pararem de seguir o sistema não irá repor. 4:55 PM

Pedido no sistema.  
Iniciará e concluirá em **ATÉ 6 HORAS.**  
Obrigado!  
5:45 PM

FORMAS DE PAGAMENTOS

- PIX
- Bradesco, Caixa Econômica e Santander
- Boleto Bancário

5:14 PM

Comentários você envia os links e os comentários que quer abaixo do link, caso não queira escrever os comentários o sistema enviará comentários padrão com elogios.

- Pode curtir e responder o comentário
- No mínimo 5 comentários por publicação
- Não pode @
- Não pode palavras
- Não pode telefone para contato

5:10 PM

CHAVE PIX - E-MAIL

[REDACTED]

CHAVE PIX - NÚMERO CELULAR

[REDACTED]

NOME: [REDACTED]  
BANCO: Caixa Econômica Federal

Envie a foto do comprovante e informe o link que receberá o seu pedido por gentileza.  
5:15 PM

Imagem 9 – Diálogo automatizado com vendedor.



## 3.3 Características das operações

Para entender melhor acerca das questões geográficas que envolvem a venda de funcionalidades, optou-se por utilizar o DDD dos telefones que já estavam expostos nos perfis. O DDD é um dado não pessoal que nos permitirá investigar, com uma pequena margem de erro, a localização dos vendedores.

A repetição dos mesmos códigos de área levanta várias hipóteses, como a possibilidade de que vários números operam através da mesma estrutura de venda. Outra possibilidade, seria a existência de alguma operação que transmita o conhecimento dessas práticas para demais pessoas.

Apesar da análise não ser conclusiva com relação às hipóteses acima, observa-se algumas questões interessantes. Por exemplo, o Paraná lidera na quantidade de perfis, ficando Pernambuco e Piauí em segundo e terceiro lugar, respectivamente.

Gráfico 3 - Distribuição regional dos perfis do Instagram conforme o DDD

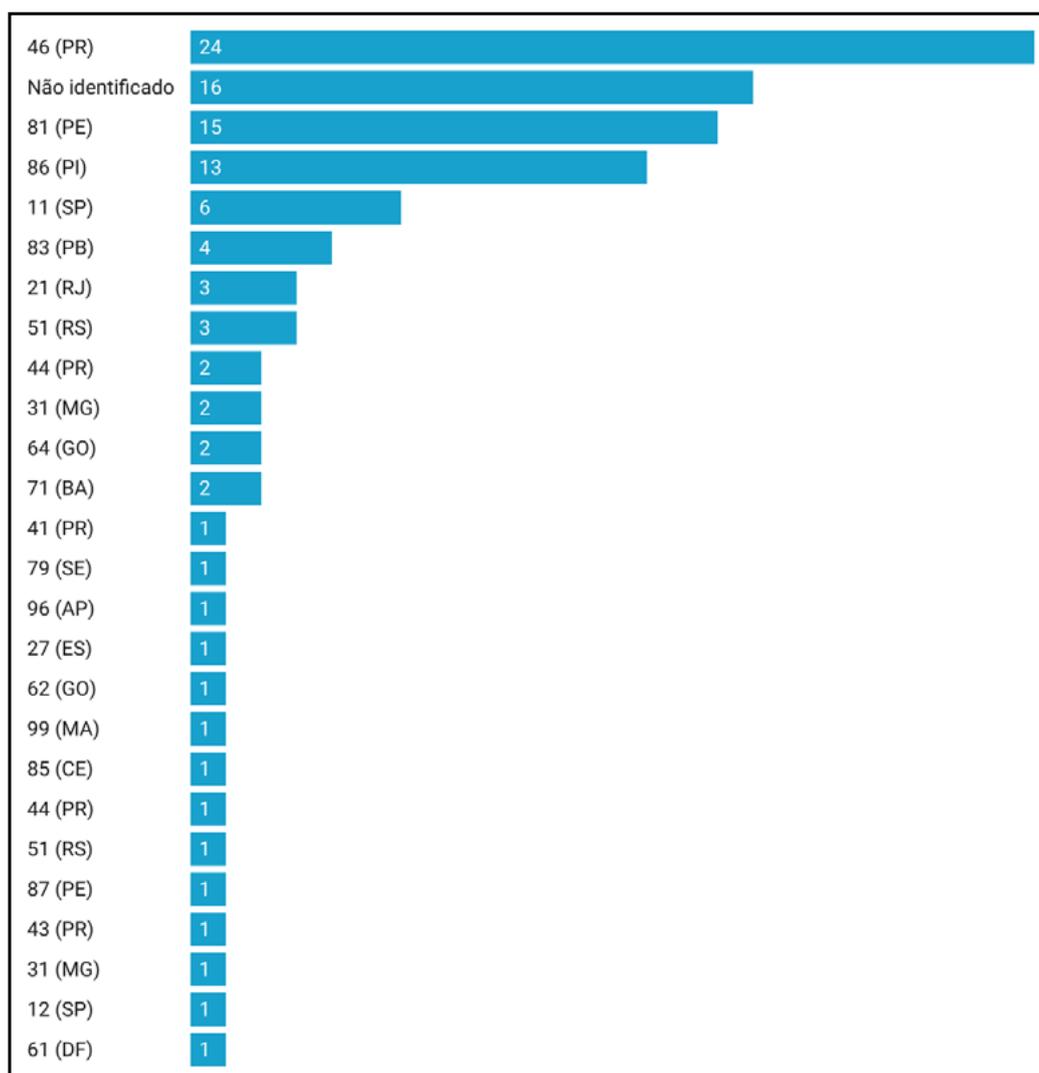
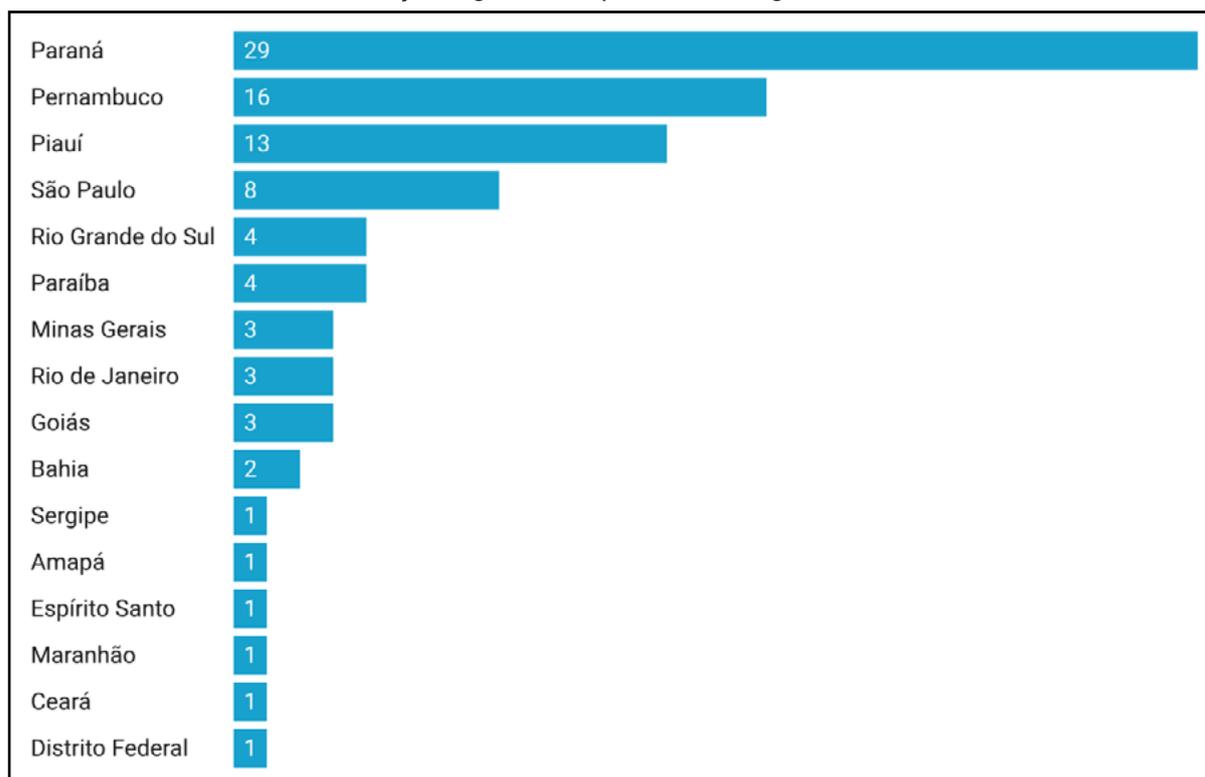




Gráfico 4 - Distribuição regional dos perfis do Instagram conforme o estado



No Paraná, o DDD com mais números relacionados é o 46, da região de Francisco Beltrão e Pato Branco. Em Pernambuco, é o 81, da região de Recife e Região Metropolitana e de Caruaru. Já no Piauí, temos o 86, da região de Teresina e Região Metropolitana e Parnaíba.

Por fim, as observações específicas, em parte, se repetem bastante. Muitos serviços oferecem atendimento 24 horas para casos de problemas técnicos com os seguidores. Outras empresas fazem contratação de revendedores, tendo, inclusive, grupos onde você pode entrar para iniciar sua vida como revendedora de seguidores.

A nossa hipótese inicial seria que a concentração desses serviços ocorreria em estados com menor PIB e renda per capita, devido à exploração do baixo custo da mão de obra nas chamadas fazendas de cliques. Contudo, não conseguimos identificar explicação satisfatória para a preponderância desses serviços no Paraná.

Muitas das empresas contratadas possuíam CNPJ no número do pix e, com isso, era possível achar, em alguns casos, o endereço do local da empresa. Ressalta-se, contudo, que todos os dados pessoais, mesmo públicos, foram anonimizados para evitar qualquer prejuízo aos titulares.

Questões interessantes surgiram a partir disso. Por exemplo, em alguns casos, o endereço estava em terrenos abandonados ou em construção, ou seja, indicavam, provavelmente, localidades falsas.



Imagem 10 - Alguns endereços encontrados.

## 3.4 A Tática da revenda

A prática da revenda parece ser comum nesse nicho de atividade. A partir do momento em que um pedido é gerado (informando tipo de pedido, quantidade e perfil do comprador), é possível observar que é papel do revendedor realizar o pagamento daquele pedido. Já quanto ao pagamento do comprador ao revendedor, isso é organizado pelo segundo, que, pelo que foi observado nas entrevistas, irá indicar uma conta bancária pessoal para que o valor seja transferido.

Na nossa investigação, identificamos um guia em PDF chamado “Como Lucrar Vendendo Seguidores para Instagram: estratégias simples, fáceis e sem investimento para transformar seu tempo livre em uma máquina de vendas”. O documento se inicia afirmando que não se trata de “esquema fraudulento, pirâmide ou negócio ilegal” para ganhar dinheiro, além de não se utilizarem de “artifícios e ferramentas ilegais”. Ele declara que o Instagram é uma mina de ouro que precisa ser explorada. No prefácio, também afirma que, apesar de haver outros fornecedores e painéis de venda de seguidores, 95% não possuem seguidores de qualidade, gerando reclamações, estorno e falta de clientes, diferentemente do seu painel, que possui seguidores reais e qualificados, com baixa taxa de queda.



Ao mostrar o painel, o PDF informa que só é necessário cadastrar, botar crédito e começar a achar clientes. A plataforma possui todos os tipos de serviços para várias mídias sociais, como Instagram, Facebook, TikTok e mais. Além disso, informa que os seguidores mais vendidos são os de “ID 7795”, que são seguidores 90% reais e uma pequena taxa de fakes. O interessante quanto a esses fakes é a justificativa usada para explicar o porquê desses fakes. Também segundo o PDF, “muitas pessoas se inscrevem na plataforma para seguir contas, mas acabam usando a má fé e usando fakes, mas a plataforma sempre está fazendo uma limpa nesses perfis, para garantir a alta qualidade”. Ou seja, é possível você se inscrever em serviços para obter remuneração por simplesmente seguir outras contas. Para contornar isso, ele recomenda dar 10% a mais de seguidores para o cliente.

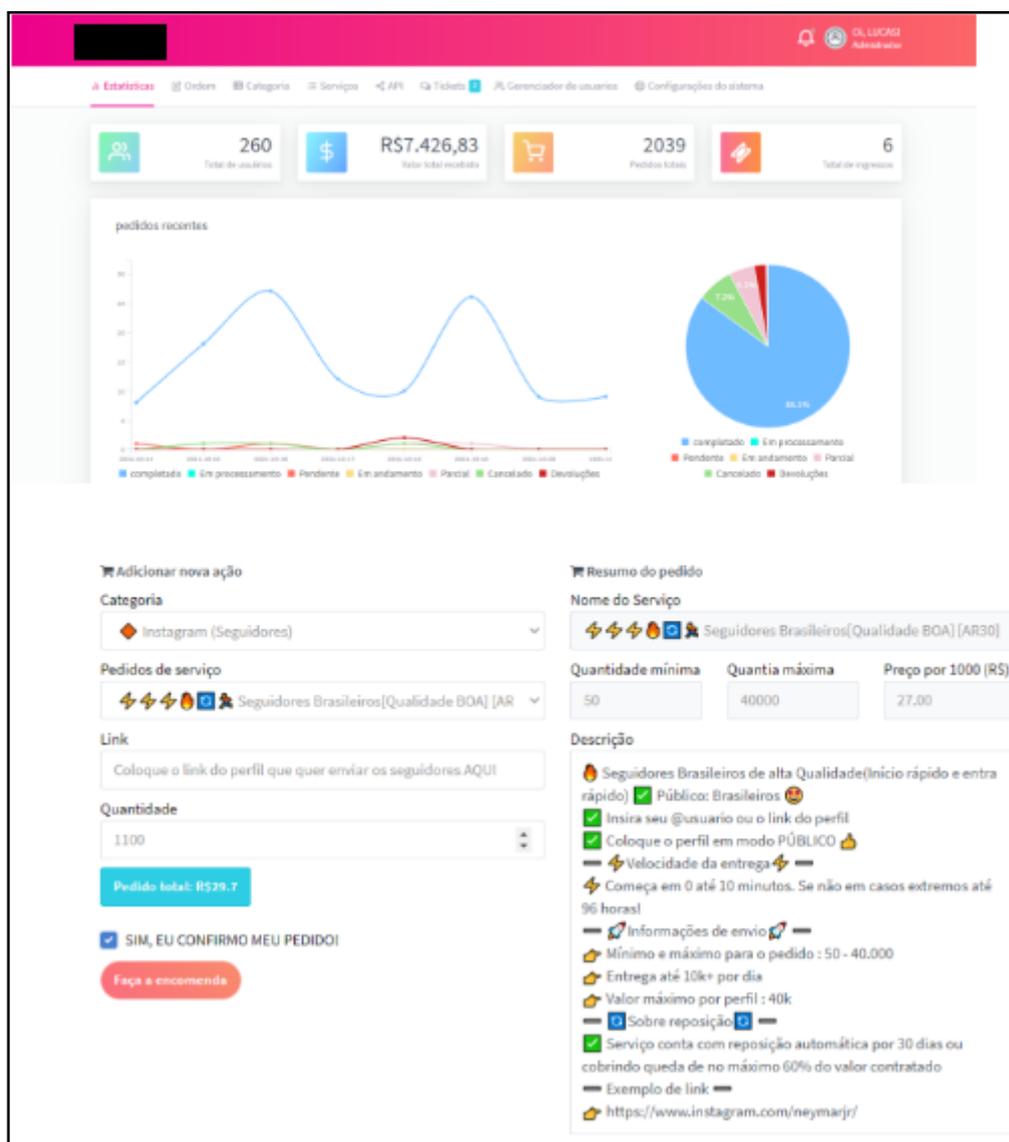


Imagem 11 - Plataforma de venda de seguidores.

O perfil é bastante intuitivo e simples. Afirmam que sempre se deve verificar se o perfil é público, pois os privados não recebem seguidores.



O próximo tópico, “criando a máquina de vendas”, fala sobre como criar perfis para vender seguidores. Segundo o próprio PDF, “é recomendado você ter um instagram profissional, com foco total no projeto, e de preferência com 10 mil seguidores, mas isso é opcional, porém gera uma grande autoridade”. Além disso, sugere que os 10 mil seguidores sejam comprados na própria plataforma e que é preciso colocar na descrição do perfil que é “uma empresa especialista em venda de seguidores e serviços para mídias sociais” além de colocar “postagens bem profissionais” que podem ser feitas no Canva, uma plataforma de design gráfico prático e gratuito.

Ele afirma que também tem que gerar conteúdo com frequência, além de divulgar o serviço em outras plataformas, como WhatsApp e Facebook.

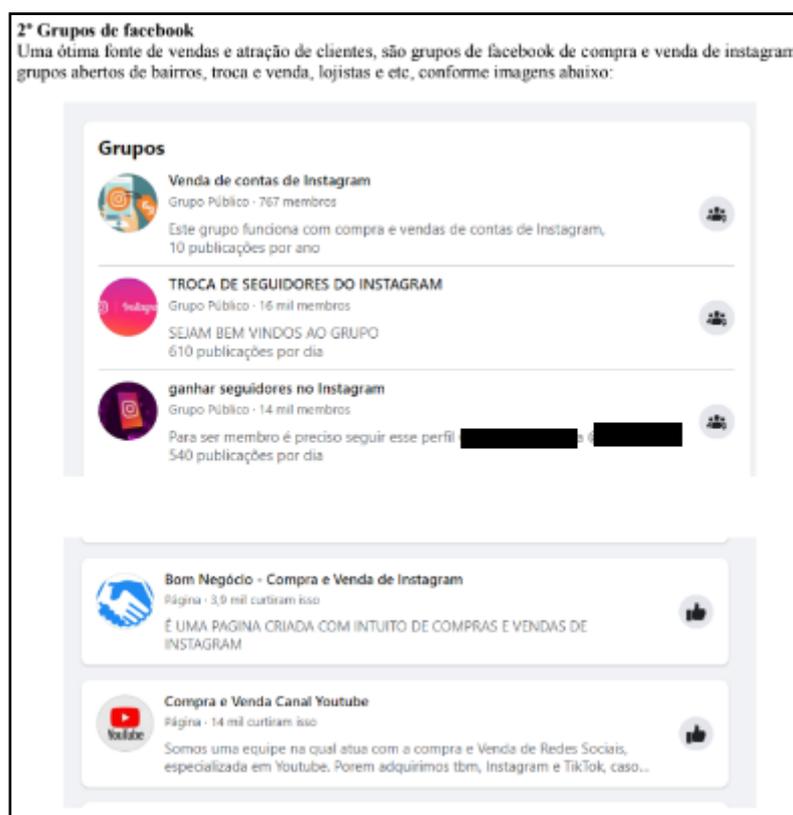


Imagem 12 - Grupos no Facebook de venda de seguidores.

Ele também sugere usar o próprio Direct do Instagram para divulgar seus serviços. Além de sugerir modelos de valores a serem vendidos para os clientes. Afirma que começar anunciando que há um modelo de testes ajuda as pessoas a comprarem mais, já que elas fazem o teste, ficam satisfeitas e voltam para comprar um pacote maior.



**Um modelo de mensagem que mais converte:**

Teste 50 seguidores 🇧🇷 R\$ 7,00

**Seguidores Brasileiros 🇧🇷 20 Dias Reposição**

200	= R\$ 20,00
500	= R\$ 30,00
1.000	= R\$ 50,00
3.000	= R\$ 140,00
10.000	= R\$ 450,00

**Seguidores Mundiais 20 Dias Reposição**

1.000	= R\$ 35,00
3.000	= R\$ 100,00
10.000	= R\$ 290,00

**Curtidas em fotos**

1.000 por	R\$ 27,00
500 por	R\$ 15,00

**Visualizações em vídeo do Feed, IGTV ou Reels**

1.000 por	R\$ 7,00
-----------	----------

**Visualização em Storys**

1.0	= R\$ 25,00
-----	-------------

Muitos mais serviços ✓

Imagem 13 - Sugestão de valores.

Eles possuem até mesmo uma lista com os principais perfis que compram seguidores: pequenos influencers, jogadores de Free Fire, médicos, nutricionistas, personal, lojas, funkeiros, amantes de carros, cantores e gestores de tráfego.

Após falar sobre seguidores, o PDF também cita que comentários e curtidas são muito vendidos e possuem públicos estratégicos. Segundo eles, as lojas são as que mais pedem isso, uma vez que eles são sinais de autoridade e credibilidade. Por isso, eles sugerem que, para você anunciar seu produto, você pesquise lojas virtuais e negócios porque são diretamente impactados por isso. Ele também diz que um público-alvo quente são participantes de sorteios.

Outra forma de potencializar os ganhos, segundo eles, é através de hashtags que re-flitam o seu serviço. Segundo o próprio PDF diz: “O Instagram é de fato uma máquina de fazer dinheiro e se você souber usar de forma profissional, vai LUCRAR MUITO. Pense fora da caixa, além dessas formas de vendas, faça parceria com influencers no youtube, faça campanhas no facebook ads para seu WhatsApp ou direct do Instagram, campanhas no google e MUITO MAIS.”



1das#igvendasnoinstagram#perfis  
 1da#contadeinstagram#10k#10kf  
 ers#seguidoresvip#seguidorssegi  
 seguidoresativos#vendoig#vendc  
 rendoig10k#vendoig50k#igdispor  
 igvenda#contasdeinstagram#igve  
 sinoinstagram#influencer#influnc  
 jital#influencers#influencermarket

Imagem 14 - hashtags sugeridas.

Por fim, ele faz uma sugestão de uma tabela de preços:

<b>SUGESTÃO TABELA DE PREÇOS</b>		<b>COMENTÁRIOS </b>	
<b>Tabela de todos os serviços que temos disponíveis</b>		<b>10 Comentários Brasileiros 19,90</b>	
<b>SEGUIDORES BRASILEIROS</b>		<b>20 Comentários Brasileiros 32,00</b>	
200 SEGUIDORES BRASILEIROS R\$ 29,90		<b>30 Comentários Brasileiros 49,90</b>	
500 SEGUIDORES BRASILEIROS R\$ 39,90		<b>50 Comentários Brasileiros 79,90</b>	
1000 SEGUIDORES BRASILEIROS R\$ 69,90		<b>INSTAGRAM - Visualizações STORIES</b>	
2000 SEGUIDORES BRASILEIROS R\$ 137,90		1.000 Visualizações - 19,90	
3000 SEGUIDORES BRASILEIROS R\$ 199,90		2.000 Visualizações - 39,80	
5000 SEGUIDORES BRASILEIROS R\$ 319,90		3.000 Visualizações - 54,90	
10.000 SEGUIDORES BRASILEIROS R\$ 599,90		5.000 Visualizações - 89,90	
20.000 SEGUIDORES BRASILEIROS R\$ 1.189,90		10.000 Visualizações - 179,90	
30.000 SEGUIDORES BRASILEIROS R\$ 1.999,90		<b>YOUTUBE - Visualizações Mundiais</b>	
<b>SEGUIDORES POR GÊNERO</b>		1.000 Visualizações - 34,90	
1.000 SEGUIDORES POR GÊNERO R\$ 99,00		2.000 Visualizações - 69,80	
2.000 SEGUIDORES POR GÊNERO R\$ 179,00		3.000 Visualizações - 109,90	
3.000 SEGUIDORES POR GÊNERO R\$ 269,00		5.000 Visualizações - 159,90	
5.000 SEGUIDORES POR GÊNERO R\$ 419,00		7.000 Visualizações - 239,90	
10.000 SEGUIDORES POR GÊNERO R\$ 819,00		10.000 Visualizações - 299,90	
20.000 SEGUIDORES POR GÊNERO R\$ 1.439,00		20.000 Visualizações - 549,90	
<b>SEGUIDORES POR ESTADO</b>		<b>INSTAGRAM- CURTIDAS EM REELS</b>	
100 SEGUIDORES POR ESTADO R\$ 39,90		1K curtidas R\$ 39,90	
300 SEGUIDORES POR ESTADO R\$ 69,90		2K curtidas R\$ 69,90	
500 SEGUIDORES POR ESTADO R\$ 89,90		3K curtidas R\$ 99,90	
1.000 SEGUIDORES POR ESTADO R\$ 169,90		5K curtidas R\$ 169,90	
2.000 SEGUIDORES POR ESTADO R\$ 329,90		10K curtida ss R\$ 359,90	
3.000 SEGUIDORES POR ESTADO R\$ 469,90		<b>INSTAGRAM- VISUALIZAÇÕES EM REELS</b>	
<b>SEGUIDORES TIKTOK</b>		1K Visualizações R\$ 29,90	
1.000 SEGUIDORES BRASILEIROS R\$ 69,90		2K Visualizações R\$ 54,90	
2.000 SEGUIDORES BRASILEIROS R\$ 135,90		3K Visualizações R\$ 79,90	
3.000 SEGUIDORES BRASILEIROS R\$ 197,00		5K Visualizações R\$ 119,90	
5.000 SEGUIDORES BRASILEIROS R\$ 299,90		10K Visualizações R\$ 229,90	
10.000 SEGUIDORES BRASILEIROS R\$ 579,90			
<b>CURTIDAS INSTAGRAM BRASILEIRAS</b>			
100 curtidas 9,90			
300 curtidas 19,90			
500 curtidas 29,90			
1.000 curtidas 49,90			
2.000 curtidas 89,80			
3.000 curtidas 127,90			
5.000 curtidas 219,90			
10.000 curtidas 399,90			

Imagem 15 - Tabela de preços



## 4. Conclusão

O Instagram tem como objetivo criar um ambiente seguro, inclusivo e positivo, garantindo auxílio para todos aqueles que precisam e assegurando uma experiência personalizada para cada um de seus usuários. Para isso, a plataforma possui Termos de Uso que explicitam como será feita essa troca de compromissos entre o usuário e o Instagram. Dentre as regras nele estabelecidas, é proibido que o usuário colete ou acesse informações de forma automatizada, por métodos não autorizados pela plataforma, o que abrange, portanto, todas as aplicações que não sejam propriedade do Instagram - como é o caso da venda de funcionalidades e comportamentos inautênticos. Caso ocorra a identificação desses bots, a conta pode ser desativada ou excluída.

Isso porque o Instagram solicita que todas as interações sejam reais na plataforma. Conseguir curtidas, seguidores, compartilhamentos, visualizações de maneira artificial são uma explícita violação às diretrizes da comunidade e aos termos de uso.

Os resultados da pesquisa mostram que a aquisição em volume de métricas das plataformas é fácil: os serviços são anunciados abertamente na própria plataforma do Instagram, o custo é baixíssimo e as compras podem ser feitas em grandes volumes.

Esse mercado se apresenta como um segmento de marketing que opera orbitando as plataformas de mídias sociais. Os próprios nomes de serviços apresentam esse componente de se construir alcance e uma marca, independente do setor.

Nossa pesquisa mostra que há inúmeros locais associados a essa venda de funções e prestação de serviços, inclusive com pessoas oferecendo plataformas terceirizadas e cursos para se tornar um vendedor. Essa segmentação de práticas indica também uma adaptabilidade e diversidade do próprio mercado, que consegue atender às demandas mais baratas, como a venda de 1.000 curtidas pelo valor baixíssimo de 12 reais, por exemplo, mas também formas qualitativamente mais caras, como comentários, seguidores nacionais, seguidores reais (leia-se: que não são contas automatizadas ou falsas), e mesmo oferecer um conjunto de serviços e pós-venda, como a garantia de reposição.

A própria comunicação com os prestadores de serviço também revela isso. De um lado há serviços com mensagem automatizadas, que tratam automaticamente as demandas e, de outro, há claramente pessoas realizando esse serviço de forma mais rudimentar, usando de recursos próprios e contando com recursos familiares.

Fica nítido que o segmento não se sente ameaçado pelos termos de uso do Instagram, tanto com relação aos termos exatos do contrato quanto a sua aplicação pela plataforma. Os prestadores indicam que a moderação das contas é facilmente burlável, a ponto de muitos oferecerem garantias de reposição ou mesmo instruções sobre como burlar esse serviço.

As constatações deste relatório colocam em perspectiva muitas discussões regulatórias atuais sobre comportamento inautêntico em mídias sociais e campanhas de desinformação. A facilidade de acesso significa que há um mercado ativo calcado em autoridade



e alcance derivados das métricas das plataformas. Isso preocupa em muitas dimensões, pois não há discussão regulatória avançada sobre os impactos sociais de se ter contas de mídias sociais como principais filtros de relevância e confiabilidade para a esfera pública digital, e o papel de filtro pode ser - em alguma medida - adquirido por meio desses serviços, com a aquisição de seguidores, visualizações, comentários, entre outros. Além disso, há muita opacidade em torno dos algoritmos de distribuição de conteúdo das plataformas, que usam muitas dessas métricas para definir o alcance das publicações. Portanto, para além da própria engenharia das plataformas, há também um mercado de alcance e, de forma mais sutil e menos compreendida, um mercado de autoridade que se deriva do tamanho e alcance dos perfis.

De particular preocupação atualmente é o acesso irrestrito e não fiscalizado desses serviços para fins eleitorais. Essas métricas são todas usadas para fortalecer pautas políticas, seja diretamente afetando o alcance, seja de forma indireta, estabelecendo pautas de debate manipulando a relevância do conteúdo, ou ainda servindo de substrato para a autoridade de agentes políticos.

A opacidade sobre a moderação de conteúdo, e também sobre as suas ineficiências, abre vulnerabilidades para a própria rede social ser criticada pelo público e por reguladores. Isso suscita ainda questionamento sobre a governança dessas plataformas e quais são as formas de transparência e prestação de contas, visto que a moderação dessas contas e aplicação dos termos de uso passa por soluções e tomadas de decisão internas.

## 5. Limitações e desafios

Sobre as limitações de pesquisa, as dificuldades encontradas tiveram relação tanto com a plataforma utilizada, quanto com o próprio objeto da pesquisa. Quanto à plataforma, com a utilização de inteligência artificial do Instagram, para detecção de contas que violam os Termos de Uso e Políticas da plataforma, recorrentemente os perfis dos vendedores são deletados e recriados. Contudo, pela insistência, muitos vendedores acabam recriando a página de venda ou já possuem páginas de backup caso isso ocorra. Já quanto ao próprio objeto da pesquisa, apesar de haver vários perfis relacionados à venda, são poucas ou repetitivas as informações que eles provêm, dificultando a compreensão de como se procede a venda.

Além disso, páginas como o Web Archive não conseguem fazer uma cópia dos perfis de Instagram. Assim, a partir do momento que a página é deletada, não há qualquer outro recurso que permita que a página seja vista para a presente pesquisa. Para contornar isso, foi feita uma documentação, através de *print screens*, de várias características achadas no perfil para análise futura.



Outra complicação foi identificar se as fotos dos perfis *fakes* eram de alguma pessoa real no Instagram. A dificuldade ocorreu, pois o Google Images não consegue identificar imagens parecidas dentro da plataforma do Instagram. Ao colocar uma imagem achada no Instagram, o Google apenas aponta para fotos aleatórias parecidas, mas nenhuma proveniente de plataformas de mídias sociais, o que dificultou descobrir se haveria alguém que estava sendo alvo de “roubo” de identidade pelos vendedores de seguidores.

Ademais, pretendeu-se também encontrar perfis que vendem métricas para contextos políticos. Apesar de incansável procura através das hashtags #compraseguidorespolíticos, #seguidoresdedireita, #seguidoresdeesquerda, #seguidorespoliticos, não foi possível achar quaisquer perfis relacionados à venda especificamente para perfis de caráter político. Para tanto, é preciso analisar mais a fundo se os políticos que se utilizam desses mecanismos compram de qualquer vendedor ou já existe um nicho pronto para fazer tais atividades e que não se encontram na plataforma, mas em sites paralelos. Vale ressaltar que estes também foram procurados, contudo, sem resultados positivos.

Quanto à vulnerabilidade da pesquisa, é preciso compreender o caráter transitório dos perfis, bem como dos serviços oferecidos. Apesar de sempre girarem em torno da venda de seguidores, comentários, visualizações, curtidas, entre outros, o Instagram sempre está atrás dos perfis fazendo com que eles sejam excluídos com grande frequência. Assim, perfis que antes haviam sido analisados podem, porventura, serem excluídos pela plataforma ou pelo próprio vendedor. Por isso, muitos dos dados não podem mais ser consultados.



## 6. Próximos passos

Os preços de compra de funções demonstram que a plataforma do Instagram aparenta ser uma das mais fáceis para vender esse tipo de serviço. Em outras plataformas é possível observar um valor muito mais alto, o que já indica uma maior dificuldade, tanto na criação dos perfis quanto em sua administração dentro da fazenda de cliques. Além disso, também pode indicar que a plataforma do Instagram é a que possui a maior dificuldade para detectar esse tipo de atividade em comparação às demais e, por isso, um próximo passo interessante seria a criação de uma conta e manipulação de diferentes formas para tentar ver em quanto tempo a plataforma consegue detectar essas atividades ilegais. Ademais, também seria interessante criar contas em diferentes línguas e também denunciar algumas para ver o tempo despendido para a conta ser efetivamente desativada.

Sobre a plataforma utilizada para a revenda, a hipótese é que a maioria dos revendedores utilizam plataformas de terceiros em seu comércio. As grandes empresas, por sua vez, devem ter suas próprias plataformas e criação de seguidores. No PDF analisado, “Como Lucrar Vendendo Seguidores para Instagram: estratégias simples, fáceis e sem investimento para transformar seu tempo livre em uma máquina de vendas” (analisado no ponto 3.4), o vendedor explica que pessoas criam contas para virarem seguidores e, algumas vezes, essas contas são fakes e que isso era algo que não era possível de ser controlado. Dessa forma, acredita-se que, nessas plataformas de terceiros, além de venderem-na para revendedores, também devem abrir espaço para que outros vendam perfis de seguidores que serão administrados pela plataforma.

Em uma segunda fase ocorrerá na próxima etapa da pesquisa, elaborando-se entrevistas estruturadas para a compra de seguidores no Instagram. As pesquisas serão organizadas através de critérios de pertinência, com o objetivo de compreender todos os pontos e requisitos que são exigidos ou feitos pelos vendedores de seguidores. As divisões serão feitas com a proposta de fazer uma análise mais objetiva, apresentação clara dos resultados e maior facilidade na compreensão.

A pesquisa pretende, no futuro, caminhar para a área política. É necessário analisar se esses serviços são os mesmos contratados por perfis de teor político em época de eleição para dar engajamento para suas pautas. Procurando, individualmente, em plataformas de pesquisa, não houve qualquer achado que apontasse para perfis de venda de seguidores especializados em questões políticas, por isso, a hipótese levantada é que esses mesmos vendedores são os que se envolvem nas épocas eleitorais. Além disso, a pesquisa quer analisar também se essa detecção de manipulação, caso seja feita em uma conta de celebridade política, faz com que haja uma diferença de tratamento por parte da plataforma.



# Nota Técnica

Esta pesquisa foi realizada pelo Instituto Vero com o apoio do Internet Lab.

## Bibliografia

AREIZA, Jose David. **Direct no Instagram: 4 dicas para utilizar nas estratégias de marketing**. 2021. Disponível em: <https://br.hubspot.com/blog/marketing/direct-no-instagram>. Acesso em: 06 mai. 2022.

ARENDR, Hannah. Truth and politics. **Truth: Engagements across philosophical traditions**, v. 295, 1967.

BAKIR, Vian. MCSTAY, Andrew. Fake News and the Economy of Emotions: Problems, Causes, Solutions. **Digital Journalism**, 6, 2, p. 154-175, 2018.

BARBOSA, Leônia Sonalis da Silva. ANDRADE-MATOS, Mariana Bueno de. PERINOTTO, André Riani Costa. Marketing Digital: A influência das mídias sociais digitais no processo de decisão de compra dos consumidores de meios de hospedagem. **Podium Sports, leisure and tourism review**, v. 9, n. 1, p. 154-170, jan/abril 2020.

BBC. Instagram: **Why paying for followers and likes is bad news for real fans**. 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/newsbeat-48952123>. Acesso em: 28 de abril de 2022.

BENKLER, Y. **The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom**. 2006. New Haven and London: Yale University Press.

BRADSHAW, Samantha. HOWARD, Philip N. **Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation**. 2018. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda.

CASARÕES, Guilherme. MAGALHÃES, David. The hydroxychloroquine alliance: how far-right leaders and alt-science preachers came together to promote a miracle drug. **Revista de Administração Pública**, v. 197-214, 2021.

COPFY. **Instagram Reels: Guia completo para ganhar seguidores hoje**. 2021. Disponível em: <https://blog.copfy.com.br/instagram-reels/>. Acesso em: 28 de Abril de 2022.

EDWARDS, Lee. Organised lying and professional legitimacy: Public relations' accountability in the disinformation debate. **European Journal of Communication**, v. 36, n. 2, p. 168-182, 2021.



HABERMAS, Jürgen. **Between facts and norms**: Contributions to a discourse theory of law and democracy. John Wiley & Sons, 2015.

HASSAN, Idayat. HITCHEN, Jamie. **Nigeria's 'propaganda secretaries'**. Disponível em: <https://mg.co.za/article/2019-04-18-00-nigerias-propaganda-secretaries/>. Acesso em: 17 de março de 2022.

MARTÍNEZ-SANZ, Raquel. FERNÁNDEZ, Cristina Gonzalez. Comunicación de Marca en Instagram, ¿Una Cuestión de Género? El Rol del Influencer de Moda . **Masculinidades y Cambio Social**, v. 7, n. 3, p. 230-254, 2018.

NEILPATEL. **Como Usar o Instagram: O Guia Definitivo (Atualizado 2022)**. 2022. Disponível: <https://neilpatel.com/br/blog/instagram/>. Acesso em: 28 de Abril de 2022.

ONG, Jonathan Corpus. CABAÑES, Jason Vincent. Architects of networked disinformation: Behind the scenes of troll accounts and fake news production in the Philippines. **Architects of networked disinformation: Behind the scenes of troll accounts and fake news production in the Philippines**, 2018.

ONG, Jonathan Corpus. CABAÑES, Jason Vincent. When Disinformation Studies Meets Production Studies: Social Identities and Moral Justifications in the Political Trolling Industry. **International Journal of Communication**, 13 (2019), 5771-5790, 2019.

PERINOTTO, André Riani Costa. SOBRINHO, Luciano de Lima. Riani Costa Perinotto, André, Luciano de Lima Sobrinho, and Jakson Renner Rodrigues Soares. "O uso das estratégias de Co-marketing, Coopetição e marketing do destino, por meio da mídia social Instagram no período de pandemia. **Poduim sport, leisure and tourism review**. Edição 10. 2021. P. 81-105.

RAGGS, Michael. **Instagram: Why paying for followers and likes is bad news for real fans**. BBC News, 2019. Disponível em: <<https://www.bbc.com/news/newsbeat-48952123>>. Acesso em: 28 abr. 2022.

REUTERS. **Unilever takes stand against digital media's fake followers**. 2018. Disponível em: <https://www.reuters.com/article/us-unilever-media-idUSKBN1JD10M>. Acesso em: 28 de Abril de 2022.

RIBEIRO, L. CALANZAS, F. Heróis da boa forma: cotidiano e espetáculo da vida fitness a dois no Instagram. In **Anais do 18 Congresso de ciências da comunicação na Região Centro-Oeste - Goiânia** (p. 1-15). 2016. Goiânia, GO: Intercom.

SANZ, Raquel Martínez; FERNÁNDEZ, Cristina Gónzález. Comunicación de marca en Instagram,¿ una cuestión de género? El rol del influencer de moda. **Masculinidades y cambio social**, v. 7, n. 3, p. 230-254, 2018.

SILVA, Cristiane Rubim Manzina da. TESSAROLO, Felipe Maciel. Influenciadores Digitais e as Redes Sociais Enquanto Plataformas de Mídia. In **Anais do 19º Congresso de Brasileiro de Ciências da Comunicação**. 2016. São Paulo, SP: Intercom.



SIXTO-GARCÍA, José. ÁLVAREZ-VÁZQUEZ, Amalia. Influencers en Instagram y Publicidad engañosa: la necesidad de regular y autorregular. **Estudios sobre el mensaje periodístico**. 2020. P. 1611-1622.

SOUZA, Joana Dourado França de. COUTO, Edvaldo Souza. Musas Fitness na Cibercultura: pedagogias de corpos perfeitos no Instagram. **Acta Scientiarum**, v. 42, p. e52788-e52788, 2020.

TEXEIRA, Leandro Marcio. 2018. **O fenômeno das fake news**: instrumentos existentes e propostas ao direito internacional para resolução de conflitos relacionados ao abuso da liberdade de imprensa e de expressão.

THE GUARDIAN. **Is it safe to buy real Instagram followers?** 2021. Disponível em: <https://guardian.ng/technology/buy-real-instagram-followers/>. Acesso em: 22 de Abril de 2022.

TORRES, C. **A Bíblia do Marketing Digital**. 2009. 1ª Edição. São Paulo: Novatec.



# Anexo A – Detalhamento de perfis de vendedores

## A. AGÊNCIA C

**Dona:** Dona da Agência C

**Questionamento se os seguidores são bots ou pessoas reais:** seguidores reais que chegam de forma orgânica (de forma natural), sem perigo de perder a conta, conforme a vendedora.

**Procedimento antes de comprar:** Perfil aberto e informar o @.

**Garantia de reposição:** automática em 60 dias.

**Formas de pagamento:** picpay, boleto, depósito, pix.

**Chave PIX:** Telefone da Agência C.

**Serviço Comprado:** Primeiramente, 100 seguidores, pelo preço de R\$ 6,50 e, depois, 500 seguidores, pelo preço de R\$ 17,50.

• 100 seguidores R\$ 6,50
• 200 seguidores R\$ 8,50
• 300 seguidores R\$ 11,50
• 400 seguidores R\$ 14,50
• 500 seguidores R\$ 17,50
• 600 seguidores R\$ 20,50
• 700 Seguidores R\$ 23,50
• 800 seguidores R\$ 26,50
• 900 seguidores R\$ 29,50
• 1.000 seguidores R\$ 35,00
• 2.000 seguidores R\$ 69,00
• 3.000 seguidores R\$ 105,00

• 4.000 seguidores R\$ 140,00
• 5.000 seguidores R\$ 170,00
• 6.000 seguidores R\$ 200,00
• 7.000 seguidores R\$ 230,00
• 8.000 seguidores R\$ 260,00
• 9.000 seguidores R\$ 290,00
• 10.000 seguidores R\$ 320,00

## B. AGÊNCIA E

**Vendedor:** Vendedor da Agência E

**Questionamento se os seguidores são bots ou pessoas reais:**

*“Os sem reposição tem uma taxa de Fake de 50% e uma taxa de queda de 30%”*

*Os de baixa qualidade tem uma taxa de Fake de 20 ou 40% e uma taxa de queda de 40%”*



Os de média qualidade tem uma taxa de Fake de 20% e uma taxa de queda de 20%

Os de alta qualidade tem uma taxa de Fake de 10% e uma taxa de queda de 20%

Os organicos tem uma taxa de queda de 2% são 100% reais

Todos com público Brasileiros e Unissex

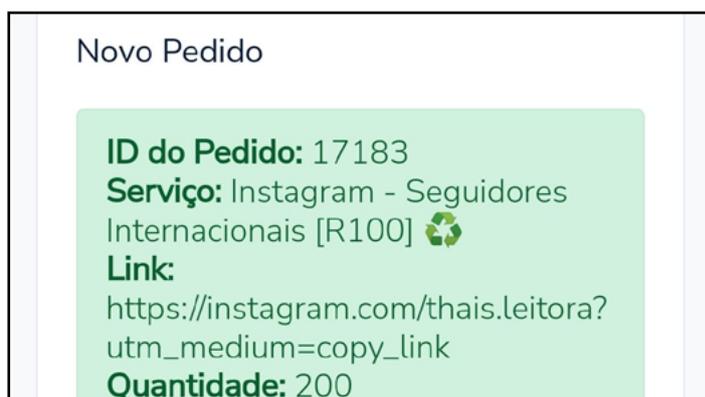
Os de alta e média qualidade tem reposição de 20 dias.

Já os orgânicos e os de baixa qualidade tem reposição de 30 dias.”

**Procedimento antes de comprar:** Perfil aberto e informar o @.

**Reposição:** Automática em determinados serviços. Em caso de seguidores internacionais, são 100 dias de reposição.

**Serviço comprado:** 200 seguidores pelo preço de R\$ 4,80 .



“Velocidade após iniciado: 500 até 2000 por dia

Início: 30 minutos, se não, 24h.”

Observações:

1. Eles não estavam com estoque de seguidores orgânicos.
2. Ele questionou o porquê de estarmos comprando seguidores e, ao ser informado sobre a página de review de livros, informou que “os seguidores de média e alta qualidade tem uma boa entrega”.
3. Recomendou fazer publicações nos primeiros vinte minutos em que os seguidores estão entrando na conta.

**Tabela de preço:**



## SERVIÇO PARA MÍDIA DIGITAL

INSTAGRAM - TIKTOK - YOUTUBE- APROVEITE A PROMOÇÃO

### Instagram-Seguidores Brasileiros

SEGUIDORES BRASILEIROS {SEM REP}	SEGUIDORES BRASILEIROS {REP~}[MÉDIA QUALIDADE]	SEGUIDORES BRASILEIROS POR ESTADO(SP,RJ,MG,BA,- CE,PE,PR,GO,RS,SC,PA,MA,D- F,ES,PB,AM,RN) {REP 20}
100 R\$3,00	50 R\$3,20	100 R\$16,00
150 R\$4,50	100 R\$6,40	150 R\$24,00
200 R\$6,00	150 R\$9,60	200 R\$32,00
250 R\$7,50	200 R\$12,80	250 R\$40,00
300 R\$9,00	250 R\$16,00	300 R\$48,00
350 R\$10,50	300 R\$19,20	350 R\$56,00
400 R\$12,00	350 R\$22,40	400 R\$64,00
450 R\$13,50	400 R\$25,60	450 R\$72,00
500 R\$15,00	450 R\$28,80	500 R\$80,00
550 R\$16,50	500 R\$32,00	550 R\$88,00
600 R\$18,00	550 R\$35,20	600 R\$96,00
650 R\$19,50	600 R\$38,40	650 R\$104,00
700 R\$21,00	650 R\$41,60	700 R\$112,00
750 R\$22,50	700 R\$44,80	750 R\$120,00
800 R\$24,00	750 R\$48,00	800 R\$128,00
850 R\$25,50	800 R\$51,20	850 R\$136,00
900 R\$27,00	850 R\$54,40	900 R\$144,00
950 R\$28,50	900 R\$57,60	950 R\$152,00
1000 R\$30,00	950 R\$60,80	1000 R\$160,00
	1000 R\$64,00	
SEGUIDORES BRASILEIROS {REP 20} [ALTA QUALIDADE]	SEGUIDORES BRASILEIROS {REP 30} [BAIXA QUALIDADE]	SEGUIDORES BRASILEIROS {REP 30} [MÉDIA QUALIDADE]
100 R\$8,00	100 R\$4,00	100 R\$5,00
150 R\$10,50	150 R\$6,00	150 R\$7,60
200 R\$14,00	200 R\$7,50	200 R\$9,00
250 R\$16,50	250 R\$9,00	250 R\$12,20
300 R\$21,00	300 R\$11,00	300 R\$14,60
350 R\$24,50	350 R\$12,50	350 R\$16,80
400 R\$28,00	400 R\$15,00	400 R\$19,00
450 R\$31,50	450 R\$16,50	450 R\$21,50
500 R\$35,00	500 R\$18,00	500 R\$23,00
550 R\$38,50	550 R\$20,00	550 R\$25,80
600 R\$42,00	600 R\$22,00	600 R\$28,00
650 R\$45,50	650 R\$23,50	650 R\$30,50
700 R\$49,00	700 R\$25,50	700 R\$32,50
750 R\$52,50	750 R\$27,00	750 R\$34,80
800 R\$56,00	800 R\$30,00	800 R\$37,00
850 R\$59,50	850 R\$31,00	850 R\$39,50
900 R\$63,00	900 R\$32,50	900 R\$41,50
950 R\$66,50	950 R\$35,00	950 R\$43,80
1000 R\$70,00	1000 R\$36,00	1000 R\$46,00



SEGUIDORES BRASILEIRO MASCULINO OU FEMININO {R20}

100	R\$6,00
150	R\$9,00
200	R\$12,00
250	R\$15,00
300	R\$18,00
350	R\$21,00
400	R\$24,00
450	R\$27,00
500	R\$30,00
550	R\$33,00
600	R\$36,00
650	R\$39,00
700	R\$42,00
750	R\$45,00
800	R\$48,00
850	R\$51,00
900	R\$54,00
950	R\$57,00
1000	R\$60,00

**Instagram-Seguidores Internacionais**

SEGUIDORES MUNDIAIS {BOT}

100	R\$1,00
150	R\$1,50
200	R\$2,00
250	R\$2,50
300	R\$3,00
350	R\$3,50
400	R\$4,00
450	R\$4,50
500	R\$5,00
550	R\$5,50
600	R\$6,00
650	R\$6,50
700	R\$7,00
750	R\$7,50
800	R\$8,00
850	R\$8,50
900	R\$9,00
950	R\$9,50
1000	R\$10,00

SEGUIDORES MUNDIAIS {REP100}

100	R\$2,40
150	R\$3,60
200	R\$4,80
250	R\$6,00
300	R\$7,20
350	R\$8,40
400	R\$9,60
450	R\$10,80
500	R\$12,00
550	R\$13,20
600	R\$14,40
650	R\$15,60
700	R\$16,80
750	R\$18,00
800	R\$19,20
850	R\$20,40
900	R\$21,60
950	R\$22,80
1000	R\$24,00



Instagram Curtidas Brasileiras	Instagram-Seguidores Internacionais
<p style="text-align: center;">Curtidas Brasileiras</p> <p>100 R\$4,00                      150 R\$6,00                      200 R\$8,00                      250 R\$10,00                      300 R\$12,00                      350 R\$14,00                      400 R\$16,00                      450 R\$18,00                      500 R\$20,00                      550 R\$22,00                      600 R\$24,00                      650 R\$26,00                      700 R\$28,00                      750 R\$30,00                      800 R\$32,00                      850 R\$34,00                      900 R\$36,00                      950 R\$38,00                      1000 R\$40,00</p>	<p style="text-align: center;">Curtidas Internacionais</p> <p>100 R\$1,20                      150 R\$2,00                      200 R\$2,50                      250 R\$3,00                      300 R\$3,80                      350 R\$4,50                      400 R\$5,00                      450 R\$5,80                      500 R\$6,00                      550 R\$6,80                      600 R\$7,50                      650 R\$8,00                      700 R\$8,50                      750 R\$9,00                      800 R\$9,80                      850 R\$10,50                      900 R\$11,00                      950 R\$11,50                      1000 R\$12,00</p>
Instagram Curtidas Brasileiras	O Instagram-Seguidores Internacionais
<p style="text-align: center;">Curtidas Brasileiras</p> <p>100 R\$4,00                      150 R\$6,00                      200 R\$8,00                      250 R\$10,00                      300 R\$12,00                      350 R\$14,00                      400 R\$16,00                      450 R\$18,00                      500 R\$20,00                      550 R\$22,00                      600 R\$24,00                      650 R\$26,00                      700 R\$28,00                      750 R\$30,00                      800 R\$32,00                      850 R\$34,00                      900 R\$36,00                      950 R\$38,00                      1000 R\$40,00</p>	<p style="text-align: center;">Curtidas Internacionais</p> <p>100 R\$1,20                      150 R\$2,00                      200 R\$2,50                      250 R\$3,00                      300 R\$3,80                      350 R\$4,50                      400 R\$5,00                      450 R\$5,80                      500 R\$6,00                      550 R\$6,80                      600 R\$7,50                      650 R\$8,00                      700 R\$8,50                      750 R\$9,00                      800 R\$9,80                      850 R\$10,50                      900 R\$11,00                      950 R\$11,50                      1000 R\$12,00</p>



Instagram Curtidas Brasileiras	Instagram-Seguidores Internacionais
<p style="text-align: center;">Curtidas Brasileiras</p> <p>100 R\$4,00                      150 R\$6,00                      200 R\$8,00                      250 R\$10,00                      300 R\$12,00                      350 R\$14,00                      400 R\$16,00                      450 R\$18,00                      500 R\$20,00                      550 R\$22,00                      600 R\$24,00                      650 R\$26,00                      700 R\$28,00                      750 R\$30,00                      800 R\$32,00                      850 R\$34,00                      900 R\$36,00                      950 R\$38,00                      1000 R\$40,00</p>	<p style="text-align: center;">Curtidas Internacionais</p> <p>100 R\$1,20                      150 R\$2,00                      200 R\$2,50                      250 R\$3,00                      300 R\$3,80                      350 R\$4,50                      400 R\$5,00                      450 R\$5,80                      500 R\$6,00                      550 R\$6,80                      600 R\$7,50                      650 R\$8,00                      700 R\$8,50                      750 R\$9,00                      800 R\$9,80                      850 R\$10,50                      900 R\$11,00                      950 R\$11,50                      1000 R\$12,00</p>
Instagram - Visualizações em Video	Instagram - Comentários
<p style="text-align: center;">Visualizações em Vídeo</p> <p>1000 R\$4,00                      2000 R\$8,00                      3000 R\$10,00                      4000 R\$12,00                      5000 R\$14,00                      6000 R\$16,00                      7000 R\$18,00                      8000 R\$20,00                      9000 R\$22,00                      10000 R\$24,00</p>	<p style="text-align: center;">Instagram - Comentários De Elogios Unissex</p> <p>10 R\$10,00                      20 R\$18,00                      30 R\$27,00                      40 R\$36,00                      50 R\$45,00                      60 R\$54,00                      70 R\$63,00                      80 R\$72,00</p>



Instagram - IGTV	Curtidas Brasileiras IGTV
<p>Visualizações em vídeo do IGTV</p> <p>1000 R\$4,00                  2000 R\$8,00                  3000 R\$10,00                  4000 R\$12,00                  5000 R\$14,00                  6000 R\$16,00                  7000 R\$18,00                  8000 R\$20,00                  9000 R\$22,00                  10000 R\$24,00</p>	<p>100 R\$3,50                  150 R\$5,00                  200 R\$6,50                  250 R\$8,00                  300 R\$9,80                  350 R\$11,50                  400 R\$12,00                  450 R\$14,50                  500 R\$16,00                  550 R\$17,80                  600 R\$19,50                  650 R\$21,00                  700 R\$22,50                  750 R\$24,00                  800 R\$26,00                  850 R\$27,50                  900 R\$29,00                  950 R\$31,00                  1000 R\$32,00</p>
Instagram - REEL	Curtidas Brasileiras REEL
<p>Visualização em vídeos REEL</p> <p>1000 R\$4,00                  2000 R\$8,00                  3000 R\$10,00                  4000 R\$12,00                  5000 R\$14,00                  6000 R\$16,00                  7000 R\$18,00                  8000 R\$20,00                  9000 R\$22,00                  10000 R\$24,00</p>	<p>100 R\$3,50                  150 R\$5,00                  200 R\$6,50                  250 R\$8,00                  300 R\$9,80                  350 R\$11,50                  400 R\$12,00                  450 R\$14,50                  500 R\$16,00                  550 R\$17,80                  600 R\$19,50                  650 R\$21,00                  700 R\$22,50                  750 R\$24,00                  800 R\$26,00                  850 R\$27,50                  900 R\$29,00                  950 R\$31,00                  1000 R\$32,00</p>



Instagram - Transmissão ao vivo		Instagram - História	
Instagram - LIVE VÍDEO 100 R\$30,00 200 R\$60,00 300 R\$90,00 400 R\$120,00 500 R\$150,00 600 R\$180,00 700 R\$210,00 800 R\$240,00 900 R\$270,00 1000 R\$300,00		Visualizações em Story Brasileiras 20 R\$1,50 30 R\$2,00 40 R\$2,50 50 R\$3,00 60 R\$3,50 70 R\$4,00 80 R\$5,00 90 R\$5,50 100 R\$6,00 200 R\$12,00 300 R\$17,00 400 R\$23,00 500 R\$28,00 600 R\$34,00 700 R\$40,00 800 R\$45,00 900 R\$51,00 1000 R\$56,00	
Instagram-Impressões/Saves/Visitas no Perfil			
Impressões 50 R\$0,50 100 R\$1,00 200 R\$1,50 300 R\$2,00 400 R\$2,50 500 R\$3,00 600 R\$3,50 700 R\$4,00 800 R\$4,50 900 R\$5,00 1000 R\$5,50	Salvamentos 100 R\$1,00 200 R\$1,50 300 R\$1,80 400 R\$2,00 500 R\$2,30 600 R\$2,50 700 R\$2,80 800 R\$3,00 900 R\$3,30 1000 R\$3,50	Visitas no Perfil 100 R\$1,00 200 R\$1,50 300 R\$1,80 400 R\$2,00 500 R\$2,30 600 R\$2,50 700 R\$2,80 800 R\$3,00 900 R\$3,30 1000 R\$3,50	
Visualizações em Vídeo+Impressões+Visita no perfil 1000 R\$8,00 2000 R\$16,00 3000 R\$23,00 4000 R\$28,00 5000 R\$35,00 6000 R\$42,00 7000 R\$49,00 8000 R\$56,00 9000 R\$63,00 10000 R\$70,00			



TIKTOK		
<p>Tik tok - Visualização em Vídeo</p> <p>1000 R\$8,00 1500 R\$9,00 2000 R\$12,00 2500 R\$15,00 3000 R\$18,00 3500 R\$21,00 4000 R\$24,00 4500 R\$27,00 5000 R\$30,00 5500 R\$33,00 6000 R\$36,00 6500 R\$39,00 7000 R\$42,00 7500 R\$45,00 8000 R\$48,00 8500 R\$51,00 9000 R\$54,00 9500 R\$57,00 10000 R\$60,00</p>	<p>Tik Tok - Seguidores Brasileiros [R20] [REAL]</p> <p>100 R\$8,00 200 R\$16,00 300 R\$24,00 400 R\$32,00 500 R\$40,00 600 R\$48,00 700 R\$56,00 800 R\$64,00 900 R\$72,00 1000 R\$80,00 1100 R\$88,00 1200 R\$96,00 1300 R\$104,00 1400 R\$112,00 1500 R\$120,00 1600 R\$128,00 1700 R\$136,00 1800 R\$144,00 1900 R\$152,00 2000 R\$160,00</p>	<p>Tik Tok - Curtidas Internacionais [LENTO]</p> <p>100 R\$4,00 200 R\$8,00 300 R\$12,00 400 R\$16,00 500 R\$20,00 600 R\$24,00 700 R\$28,00 800 R\$32,00 900 R\$36,00 1000 R\$40,00</p>
YouTube - Visualizações/Views		YouTube - Inscritos
<p>YouTube - Visualizações[R30] [REAL]</p> <p>1000 R\$40,00 2000 R\$80,00 3000 R\$120,00 4000 R\$160,00 5000 R\$200,00 6000 R\$240,00 7000 R\$280,00 8000 R\$320,00 9000 R\$360,00 10000 R\$400,00</p>		<p>YouTube - Inscritos Internacionais [R30] [REAL] [MQ]</p> <p>100 R\$36,00 200 R\$72,00 300 R\$108,00 400 R\$144,00 500 R\$180,00 600 R\$216,00 700 R\$252,00 800 R\$288,00 900 R\$324,00 1000 R\$360,00</p>



### YouTube - Likes/Dislikes

YouTube - Inscritos Internacionais [R10] [BQ]

100	R\$5,00
150	R\$7,50
200	R\$10,00
250	R\$12,50
300	R\$15,00
350	R\$17,50
400	R\$20,00
450	R\$22,50
500	R\$25,00
550	R\$27,50
600	R\$30,00
650	R\$32,50
700	R\$35,00
750	R\$37,50
800	R\$40,00
850	R\$42,50
900	R\$45,00
950	R\$47,50
1000	R\$50,00



### C. AGÊNCIA D

**Dono:** Dono da Agência D.

**Vendedor:** Vendedor da Agência D.

**CNPJ:** CNPJ da Agência D.

#### **Transcrição:**

Áudio 1: “Então, contas recém criadas no Instagram, você colocar um monte de seguidores sem ter postagens, pode dar problema sim. Pode o Instagram entender que tem alguma coisa errada porque tá entrando muito seguidor sem ter postagens e etc. Mas já colocamos [hordes] de até um mil seguidores para contas novas sem ter problema nenhum. Agora, contas mais usadas, já com bastante postagens, contas de ai um mês, dois meses de criação, pode-se colocar cinco, dez mil seguidores sem problema”

Áudio 2: “O instagram não vai bloquear porque ele entende que se você tá postando, tá utilizando a conta, vai subir os seguidores, entendeu?”

Áudio 3: “Nós vendemos a mais de um ano já e não teve nenhum cliente nosso até hoje que perdeu a conta por motivos dos nossos serviços, pode ficar tranquilo quanto a isso”.

**Procedimento antes de comprar:** Perfil aberto e informar o @.

**Formas de pagamento:** Pix.

**Chave PIX:** Telefone da Agência D.

**Serviço Comprado:** 100 seguidores (pacote teste) e 250 curtidas, pelo valor de R\$ 19,98.

#### **Observações:**

Mesmo havendo um site, o vendedor permitiu que a venda fosse feita diretamente pelo WhatsApp, através do envio do comprovante do pix. Assim que foi feito o pagamento, rapidamente os seguidores começaram a chegar. Por fim, ao se despedir, o Vendedor da Agência D afirmou que “ficamos a disposição para negociarmos mais!”, “não queremos negociar só uma vez” e “as vezes lançamos promoções top pra vc turbinar seu insta”. Encerrou com “os pacotes acima de 3mil geralmente vc ganha bonus de 1mil a 2mil curtidas!”, como forma de atrair para futuras compras.



## D. AGÊNCIA G

**Dono:** Dono da Agência G

**CNPJ:** CNPJ da Agência G (Empresa sob o nome da Agência N)

**Questionamento se os seguidores são bots ou reais:** “não trabalhamos com [bot] até pq Instagram nem deixa entra no sei perfil”.

**Reposição:** Automático, 30 dias.

**Procedimento antes de comprar:** Perfil aberto e informar o @.

**Formas de pagamento:** Pix.

**Chave PIX:** CNPJ da Agência G.

**Serviço comprado:** 100 seguidores pelo valor de R\$ 15,00.

★ 100 SEGUIDORES	- R\$15,00
★ 200 SEGUIDORES	- R\$25,00
★ 500 SEGUIDORES	- R\$35,00
★ 1.000 SEGUIDORES	- R\$65,00
★ 1.500 SEGUIDORES	- R\$ 95,00
★ 2.000 SEGUIDORES	- R\$ 125,00
★ 3.000 SEGUIDORES	- R\$ 175,00
★ 4.000 SEGUIDORES	- R\$ 225,00
★ 5.000 SEGUIDORES	- R\$ 270,00
★ 10.000 SEGUIDORES	- R\$ 510,00
★ 15.000 SEGUIDORES	- R\$ 760,00
★ 20.000 SEGUIDORES	- R\$ 1000,00

Tabela de preços da Impulso Social Network

### Observações:

Vendedor informou que havia um plano vitalício na empresa. Quando questionado, ele mandou o Áudio da Agência G explicando.

Transcrição: “Que é assim. A gente tem os planos normal que você compra e você tem 30 dias de garantia. Assim como você tem o plano vitalício. Você paga um pouquinho mais, mas assim você tem a garantia de 30 dias e a gente fornece pra você ainda dicas e também as oportunidades de você tar comprando o mínimo e sempre com 30 dias de garantia. Isto é, você vai comprar o mínimo de seguidor que a gente pode oferecer e você vai ter a garantia para sempre.”



## E. AGÊNCIA H

**Dono:** Dono da Agência H.

**CNPJ:** CNPJ da Agência H.

**Questionamento se os seguidores são bots ou reais:** São pessoas reais.

**Reposição:** Automático, 30 dias.

**Formas de pagamento:** PIX, cartão de crédito e transferência.

**Chave PIX:** CNPJ da Agência H e Email da Agência H.

**Produto comprado:** 100 seguidores pelo valor de R\$ 17,50.

### Tabela de preço:

#### *SUPER PROMOÇÃO*

Olá, está pensando em crescer o seu perfil, negócio, ou se tornar digital influencer?

#### Seguidores Reais Brasileiros

100 R\$ 9,99 + 100 seg de brinde  
500 R\$ 34,90 + 200 seg de brinde  
1k R\$ 49,90 + 300 seg de brinde  
2k R\$ 99,90 + 500 seg de brinde  
5k R\$ 199,90 + 700 seg de brinde  
10k R\$ 399,90 + 1k seg de brinde

#### *Seguidores Mundiais*

100 R\$ 5,99  
500 R\$ 9,90  
1k R\$ 19,90  
2k R\$ 39,90  
3k R\$ 55,90  
5k R\$ 89,90 + 1k de brinde  
10k R\$ 149,90

#### Views em vídeos

1k R\$ 9,99  
2k R\$ 14,90  
3k R\$ 19,90  
5k R\$ 34,90  
10k R\$ 49,90



Curtidas  
1k R\$ 29,90  
2k R\$ 39,90  
3k R\$ 59,90  
5k R\$ 99,90  
10k R\$ 199,90

#### **F. AGÊNCIA F (perfil deletado)**

**Dono:** Dono da Agência F

**Questionamento se os seguidores são bots ou pessoas reais:** “Tem de todo tipo , bots e perfis reais brasileiros. Você pode também comprar misturado”

**Questionamento se há risco de perder a conta:** “Não sem risco de ban. 100% seguro”

**Forma de pagamento:** pix.

**Chave PIX:** Telefone da Agência F.

**Observação:** Após isso, não foi mais possível entrar em contato com o vendedor, apesar de tentarmos. Ele já estava demorando a responder antes, depois apenas parou.

Tabela de preços:

*AGÊNCIA F SEGUIDORES  
SERVIÇO INSTAGRAM*

SEGUIDORES 100% CONFIÁVEIS  
SEGUIDORES MUNDIAIS  
100 SEGUIDORES - R\$ 2,00  
500 SEGUIDORES - R\$ 6,00  
1000 SEGUIDORES - R\$ 15,00  
2000 SEGUIDORES - R\$ 25,00  
3000 SEGUIDORES - R\$ 35,00  
4000 SEGUIDORES - R\$ 50,00  
5000 SEGUIDORES - R\$ 60,00  
10000 SEGUIDORES - R\$ 120,00

AVISO

POSSÍVEL QUEDA DE SEGUIDORES (5% à 10%)  
45 DIAS DE REPOSIÇÃO

SEGUIDORES BRASILEIROS REAIS PREMIUM  
100 SEGUIDORES - R\$ 3,00  
500 SEGUIDORES - R\$ 15,00  
1000 SEGUIDORES - R\$ 30,00



2000 SEGUIDORES - R\$ 56,00  
3000 SEGUIDORES - R\$ 82,00  
4000 SEGUIDORES - R\$ 104,00  
5000 SEGUIDORES - R\$ 130,00  
10000 SEGUIDORES - R\$ 260,00

AVISO  
30 DIAS DE REPOSIÇÃO  
SEGUIDORES DE ALTA QUALIDADE  
RISCO DE QUEDA (5% À 10%)

SEGUIDORES BRASILEIROS  
100 SEGUIDORES - R\$ 2,00  
500 SEGUIDORES - R\$ 10,00  
1000 SEGUIDORES - R\$ 25,00  
2000 SEGUIDORES - R\$ 40,00  
3000 SEGUIDORES - R\$ 60,00  
4000 SEGUIDORES - R\$ 80,00  
5000 SEGUIDORES - R\$ 100,00  
10000 SEGUIDORES - R\$ 200,00

AVISO  
SEM REPOSIÇÃO  
RISCO DE QUEDA (5% A 15%)

SEGUIDORES MISTO 50% À 50%  
100 SEGUIDORES- R\$ 2,00  
500 SEGUIDORES- R\$ 6,00  
1000 SEGUIDORES- R\$ 16,00  
2000 SEGUIDORES- R\$ 32,00  
3000 SEGUIDORES- R\$ 48,00  
4000 SEGUIDORES- R\$ 64,00  
5000 SEGUIDORES- R\$ 80,00  
10000 SEGUIDORES- R\$ 146,00

AVISO  
SEM QUEDA  
REPOSIÇÃO DE 90 DIAS  
50%

TEMOS QUANTOS SEGUIDORES VOCE QUISE

PRECISAMOS APENAS DO SEU @



PRAZO DE ENTREGA DE 1 HORA

FORMAS DE PAGAMENTO

PIX, MERCADO PAGO, BOLETO, CAIXA

TRABALHAMOS COM AS SEGUINTE PLATAFORMAS

INSTAGRAM

YOUTUBE

FACEBOOK

TIK TOK

VENDO CURTIDA , COMENTÁRIOS, COMPATILHAMENTOS, VISUALIZAÇÕES

CONTATO DO VENDENDOR : CONTATO DO VENDEDO F.



## G. AGÊNCIA J

**Observações:** Apesar de tentar de várias formas entrar em contato com a empresa, não houve sequer resposta.

No perfil, há um destaque sobre contratação de revendedores. Segundo eles, haveria 3 aulas gratuitas para aprender a usar o painel de vendas.





## H. AGÊNCIA A

**Dono:** Dono da Agência A.

Informações trazidas automaticamente na hora do contato:

### COMO FUNCIONA

NÃO, NÃO pedimos senha em nenhuma hipótese.

- Precisa apenas informar o @ e o perfil estar publico
- EXEMPLO: Instagram da Agência A.
- PRAZO: ATÉ 4h para receber por completo

Tabela - Instagram AGÊNCIA		
<b>SEGUIDORES BRASILEIROS UNISSEX COM REPOSIÇÃO</b> 500 - R\$ 25,00 1K - R\$ 42,00 2K - R\$ 80,00 3K - R\$ 115,00 5K - R\$ 190,00 10K - R\$ 360,00	<b>SEGUIDORES BRASILEIROS UNISSEX SEM REPOSIÇÃO</b> 100 - R\$ 7,00 200 - R\$ 10,00 1K - R\$ 35,00 2K - R\$ 65,00 3K - R\$ 95,00 5K - R\$ 160,00 10K - R\$ 300,00	<b>SEGUIDORES MUNDIAIS COM REPOSIÇÃO</b> 500 - R\$ 18,00 1K - R\$ 32,00 2K - R\$ 62,00 3K - R\$ 90,00 5K - R\$ 150,00 10K - R\$ 290,00
<b>&gt;&gt; HÁ PACOTES MAIORES EM TODOS OS SERVIÇOS DA TABELA &lt;&lt;</b>		
<b>SEGUIDORES FEMININOS COM REPOSIÇÃO</b> 500 - R\$ 30,00 1K - R\$ 55,00 2K - R\$ 105,00 3K - R\$ 150,00 5K - R\$ 240,00 10K - R\$ 460,00	1.000 Curtidas Brasileiras Unisex R\$ 21,00 1.000 Curtidas Globais R\$ 18,00 1.000 Visualizações em VIDEO/ IGVT/ REELS R\$ 10,00 1.000 Visualizações Brasileiras no STORY R\$ 35,00 1.000 Visualizações Globais no STORY R\$ 14,00 1.000 Impressões em Fotos ou Vídeos R\$ 10,00 1.000 Impressões + Alcance na Publicação R\$ 10,00 100 Comentários Personalizados R\$ 70,00 50 Comentários Personalizados R\$ 45,00	
<b>COBRIMOS O PREÇO ANUNCIADO NA CONCORRÊNCIA.</b>		
<small>*PREÇO DA TABELA PARA PAGAMENTO POR TRANSFERÊNCIA, DEPÓSITO OU BOLETO.            *PAGAMENTO NO CARTÃO DE CRÉDITO, CONSULTE O VALOR.</small>		

*COM REPOSIÇÃO - Durante 25 dias, entrando no máximo em até 72 horas de forma automática para repor seguidores que pararam de seguir.*

*- EXEMPLO: Você tem 100 seguidores, comprou 1000. Total: 1100, a reposição só entrará caso esteja abaixo desse número de seguidores.*

*SEM REPOSIÇÃO - Independente da quantidade dos seguidores que pararem de seguir o sistema não irá repor.*

**Questionamento se os seguidores são bots ou pessoas reais:** 99% perfis brasileiros

**Questionamento sobre como são os comentários:**

Comentários você envia os links e os comentários que quer abaixo do link, caso não queira escrever os comentários o sistema enviará comentários padrão com elogios.



- Pode curtir e responder o comentário
- No mínimo 5 comentários por publicação
- Não pode @
- Não pode palavras
- Não pode telefone para contato

**Formas de pagamento:** pix, transferência para Bradesco, Caixa Econômica e Santander, Boleto Bancário.

**Chave PIX:** CHAVE PIX - E-MAIL

Email da Agência A

**CHAVE PIX:** NÚMERO CELULAR

Telefone da Agência A.

NOME: Dono da Agência A.

BANCO: Caixa Econômica Federal

## I. AGÊNCIA I

**Dono:** Dono da Agência I

**Informações trazidas automaticamente na hora do contato:**

Olá, tudo bem?

Me chamo Dono da Agência I, sou gestor de tráfego no Instagram e vi que está interessado em obter mais seguidores para o seu perfil, seja ele (Particular ou Profissional) que com o toque certo pode alcançar milhares de pessoas por todo Brasil, quero te mostrar os valores disponíveis para alavancar agora o engajamento do seu perfil gerando mais views, curtidas e a credibilidade que merece.

seja muito bem vindo a:

Agência I

Desbloqueie a função mais desejada entre as lojas e perfis influence do Brasil o arrasta pra cima com 10 k de seguidores

Serviços

Seguidores Mundiais

100 seguidores - teste R\$1,99

500 seguidores - R\$ 10,00



1000 seguidores - R\$ 15,00  
3000 seguidores - R\$ 38,00  
5000 seguidores - R\$ 55,00  
10000 seguidores - R\$ 120,00

Seguidores Brasileiros  
Reposição Grátis 30 dias.  
100 seguidores - teste R\$ 4,00  
500 seguidores - R\$ 13,00  
1000 seguidores - R\$ 25,00  
3000 seguidores - R\$ 80,00  
5000 seguidores - R\$ 125,00  
10000 seguidores - R\$ 240,00

Envio imediato após o pagamento

PIX: Email da Agência I

**Questionamento se os seguidores são bots ou pessoas reais:** “eu não vendo bots, só mundiais e brasileiros”; “eu parei de vender bots”. Afirmou que dava muito problema.

**Questionamento se havia risco de levar banimento:** Vendedor mandou o Áudio da Agência I.

Transcrição: “Não, mano, ai não é problema não. Eu vendo para um garoto aqui, o cara sempre compra, sempre, e nunca deu problema”.

**Formas de pagamento:** PIX.

**Chave pix:** Email da Agência I.

**Observações:** Ao ser questionado sobre os comentários, o vendedor informou que “comentários é mtt caro. ta saindo a 600 reais 1000” e mandou alguns prints.

Comentários padrões, veja alguns exemplos:  
Não canso de admirar ? ???????? Gostei tanto das suas fotos ? perfeita! ???????  
Sensacional ?????? Sempre impecável Foto nota 10 ??? Super Top ?? Você está arrasando Simplesmente um arraso! Divando

★ FUNCIONA EM POST NO FEED, IGTV E REELS ★ Pode curtir e responder os Comentários ★ Você quem escreve os Comentários. ✅👤 Inicia em 01 a 90 minutos. Se não em até 24 horas! ✅⚡ Após iniciado o Sistema entrega: 50 a 100 comentários por dia. ✅? Público: Brasileiros.

Quando questionado sobre o valor alto, o vendedor respondeu: “tipo que seguidores e mtt mais fácil que comentários. comentários são pessoas reais. e seguidores tbm são pessoas reais. só que comentários são difícil”.



## **J. AGÊNCIA K (perfil no Instagram deletado)**

**Dono:** Dono da Agência K.

**Observações:** O perfil foi achado mas, logo após excluído. Contudo, achou-se o Link-tree da Agência K com todas as informações sobre o programa de revendedores.