

2024

Relatório de Segurança de Anúncios

Conheça o trabalho do Google para
prevenir o uso malicioso de nossas
plataformas de anúncios



Google

Relatório de Segurança de Anúncios

Nosso Relatório de Segurança de Anúncios anual compartilha o progresso que fizemos em 2024 na aplicação de nossas políticas para Anunciantes e Editores, demonstrando nosso compromisso em manter uma internet saudável sustentada por anúncios.

Em 2023, compartilhamos como a inteligência artificial (IA) generativa aprimorou a aplicação das nossas políticas, acelerando a revisão de conteúdo e ações contra infratores de políticas. Em 2024, a principal conclusão é que a IA está reforçando não apenas a aplicação contra anúncios ruins, mas também nossa capacidade de impedir que fraudadores entrem em nosso ecossistema.

Modelos mais avançados melhoram a aplicação

Os agentes mal-intencionados adaptam constantemente suas táticas para evitar a detecção, tornando a aplicação de políticas um esforço contínuo. Enquanto os nossos modelos anteriores de aprendizado de máquina exigiam vastos conjuntos de dados para treinamento, nossos mais recentes Modelos de Linguagem Extensivos(LLMs) operam com muito mais eficiência. Eles precisam apenas de uma fração das informações que os modelos anteriores necessitavam para reconhecer rapidamente ameaças emergentes, identificar padrões de abuso e distinguir empresas legítimas daquelas que promovem golpes. Essa agilidade é fundamental para combater em escala ameaças diversas e com rápida evolução.

No ano passado continuamos a investir pesadamente em tornar nossos LLMs mais avançados do que nunca, lançando mais de 50 aprimoramentos em nossos modelos que permitiram uma aplicação em escala mais eficiente e precisa. Priorizar esses avanços técnicos permite que nossas equipes se concentrem em problemas mais complexos e ambíguos, o que, por sua vez, fornece aos nossos LLMs dados de treinamento diferenciados para abordar melhor esses casos no futuro.

Tome-se, por exemplo, nossa aplicação da política para Editores do Google, que ajuda a garantir que eles possam monetizar seu conteúdo com segurança por meio de anúncios: nossos modelos baseados em IA contribuíram para a detecção e aplicação das políticas em 97% das páginas em que tomamos alguma ação no ano passado. Ao usar esses modelos, agilizamos significativamente as revisões de sites, permitindo uma monetização mais rápida e, ao mesmo tempo, evitando que anúncios apareçam em páginas violadoras.



Impedindo que bilhões de anúncios ruins sejam exibidos

Os LLMs não apenas avançaram na aplicação de políticas, mas também melhoraram nossa capacidade de ser mais proativos do que nunca na prevenção de abusos. Essas ferramentas baseadas em IA aceleram investigações complexas, aprimorando nossa capacidade de descobrir e prevenir redes de agentes mal-intencionados e infratores reincidentes. Esses esforços preventivos impediram que bilhões de anúncios que violam políticas fossem sequer exibidos aos consumidores, ao mesmo tempo em que garantem que empresas legítimas possam exibir anúncios para clientes potenciais rapidamente.

Uma das maneiras de fazermos isso é combatendo a fraude em escala de anunciantes, usando sinais como representação indevida de empresas e detalhes de pagamento ilegítimos como indicadores precoces de possíveis danos ao consumidor. Ao longo de 2024, continuamos a investir na interrupção dessa fraude logo no início do processo de configuração da conta, permitindo-nos impedir inúmeros anúncios prejudiciais antes que eles pudessem ser veiculados. Para colocar isso em perspectiva: suspendemos mais de 39,2 milhões de contas no total, a grande maioria das quais foi suspensa antes mesmo de veicular um anúncio.

A [verificação da identidade do anunciante](#) é outra ferramenta importante que nos ajuda a impedir que agentes mal-intencionados suspensos retornem, ao mesmo tempo em que fornece transparência sobre quem está por trás de um anúncio. Este programa agora abrange mais de 200 países e territórios, com mais de 90% dos anúncios vistos por pessoas no Google provenientes de anunciantes verificados, em média. Continuamos a aumentar esse número e a verificar contas diariamente à medida que novos anunciantes se juntam à nossa plataforma.

Aplicação da política aos anunciantes

Nossas políticas são projetadas para oferecer uma experiência segura e positiva para nossos usuários, e é por isso que proibimos conteúdo que consideramos prejudicial aos usuários e ao ecossistema geral de publicidade.

5,1 bilhões de anúncios ruins interrompidos em 2024

Abaixo as políticas que foram mais aplicadas em 2024:



Gráfico ilustrativo; eixo não está em escala.

*Nossas políticas permitem que proprietários de marcas registradas restrinjam anúncios de terceiros que utilizem sua marca registrada no texto do anúncio, mesmo que os anúncios sejam permitidos sob a lei aplicável.

Adaptação para combater golpes em constante evolução

Desde os primórdios da internet, o Google tem combatido golpistas sofisticados usando diferentes técnicas em tentativas de enganar nossos sistemas – e 2024 não foi exceção. Nós aprimoramos nossas defesas contra esses agentes mal-intencionados, fortalecendo e expandindo nossas políticas, mobilizando equipes de resposta rápida e refinando nossa detecção para limitar o alcance dos golpes. Reconhecendo que este é um desafio em todo o setor, também aprimoramos o compartilhamento de informações entre setores ao co-fundar o novo [Global Signal Exchange](#) com a Global Anti-Scam Alliance.

Uma tendência que notamos na indústria como um todo foi o aumento de anúncios de representação de figuras públicas – agentes mal-intencionados usando imagens ou áudio gerados por IA para insinuar uma associação com uma celebridade para promover um golpe. Para contra-atacar, reunimos rapidamente uma equipe dedicada de mais de 100 especialistas para analisar esses golpes e desenvolver contramedidas eficazes, como a [atualização de nossa política Contra Deturpação](#) para suspender anunciantes que promovem esses golpes. Como resultado fomos capazes de suspender permanentemente mais de 700.000 contas de anunciantes infratores. Isso levou a uma queda de 90% nos relatos desse tipo de golpe em anúncios no ano passado. Embora estejamos esperançosos por esse progresso, continuamos a trabalhar para prevenir essa modalidade de golpe.

Este é apenas um exemplo de nosso trabalho contínuo para combater todos os tipos de golpes baseados em anúncios em todo o mundo. Em 2024, bloqueamos ou removemos 415 milhões de anúncios e suspendemos mais de 5 milhões de contas por violar nossas políticas de anúncios mais intimamente associadas a golpes.

Anúncios restritos

As políticas abaixo abrangem conteúdo que às vezes é legalmente ou culturalmente sensível. A publicidade online pode ser uma maneira poderosa de alcançar clientes, mas quando versam sobre temas sensíveis, também trabalhamos arduamente para evitar sua exibição quando e onde eles possam ser considerados inadequados. Por esse motivo, permitimos a promoção do conteúdo abaixo, mas de forma limitada. Essas ações promocionais podem não ser exibidas para todos os usuários em todos os locais, e os anunciantes podem ter que atender a requisitos adicionais antes que seus anúncios possam ser veiculados.

9,1 bilhões de anúncios restritos em 2024

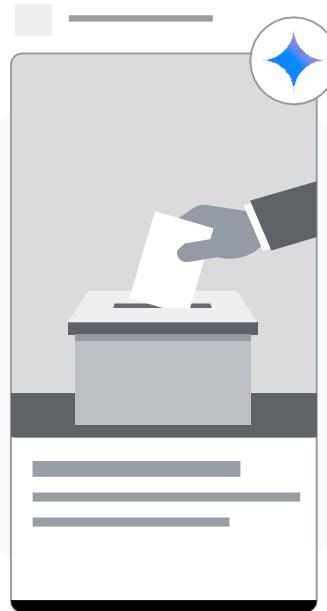
Requisitos legais	428,8M
Serviços financeiros	268,3M
Jogos de azar e jogos	108.9M
Conteúdo adulto	96M
Direitos autorais	115, M
Saúde e medicamentos	106.6M
Álcool	34.2M



Protetendo a integridade das eleições em todo o mundo

2024 foi um ano importante para as eleições globais e metade da população mundial viveu em um país que foi às urnas. O trabalho do Google para apoiar a integridade das eleições nunca foi tão importante. Como parte desse esforço, continuamos a expandir nossos requisitos de verificação de identidade e transparência para anunciantes eleitorais para novos países. Essas medidas, que incluem divulgações de “pago por” e um relatório de transparência pública de todos os anúncios eleitorais, ajudam a garantir que os usuários em todo o mundo sejam capazes de identificar anúncios eleitorais e saber quem pagou pelos anúncios eleitorais que veem. Além disso, também fomos a primeira empresa a lançar requisitos de divulgação para conteúdo gerado por IA em anúncios eleitorais, com base em nossos esforços de transparência existentes em torno das eleições.

Apenas no ano passado, verificamos mais de 8.900 novos anunciantes eleitorais e removemos 10,7 milhões de anúncios eleitorais de contas não verificadas. Também continuamos a aplicar nossas políticas contra alegações eleitorais demonstravelmente falsas em todo o mundo.



Aplicação para editores

Apoiamos a web aberta ajudando os editores a monetizar seu conteúdo.

Este conteúdo está sujeito a certas políticas e restrições do editor.

1,3 bilhão de páginas sofreram ação em 2024

Abaixo estão as áreas em que mais aplicamos as políticas em 2024:



Gráfico ilustrativo; eixo não está em escala.

Números de Aplicação de 2024: Uma Prova de Impacto da IA

Em **2024**,

removemos mais de

5,1B

anúncios

restringimos mais de

9,1B

anúncios

suspendemos mais de

39,2M

contas de anunciantes

→ Bloqueamos ou restringimos anúncios em **1.3 bilhão de páginas de editores** e tomamos medidas de aplicação mais amplas no nível do site em mais de **220.000 sites de editores**

→ Continuamos a aprimorar nossas políticas, com **mais de 30 atualizações** em nossas políticas de Anúncios e Editores no ano passado

O panorama da segurança da publicidade está em constante mudança, remodelada por avanços tecnológicos como os desenvolvimentos na IA, táticas de abuso emergentes e eventos globais, exigindo agilidade contínua de nosso setor. Nesse ambiente dinâmico, estamos enfrentando os desafios de frente, implementando tecnologia de ponta e colaborando com parceiros para promover uma experiência online mais segura para todos.

Informações sobre a aplicação das políticas por país

[Australia](#)

[India](#)

[Brasil](#)

[Reino Unido](#)

[Japão](#)

[EUA](#)

Saiba mais sobre nossas políticas



[Anunciante](#)



[Editor](#)