

A COMUNICAÇÃO DO TSE SOBRE AS URNAS ELETRÔNICAS NO X DURANTE AS ELEIÇÕES DE 2022: AVANÇOS E LIMITAÇÕES

The TSE's communication about electronic voting machines in X during the 2022 elections: progress and limitations

La comunicación del TSE sobre las urnas electrónicas en X durante las elecciones de 2022: avances y limitaciones

Tatiana Güenaga Aneas¹
Claudemilson Fernandes Braga²
Beatriz Araújo Panza Pereira³

DOI: doi.org/10.31501/esf.v1i29.14880

Resumo: Este artigo investiga a comunicação do TSE no X no enfrentamento à desinformação sobre as urnas eletrônicas durante a campanha eleitoral de 2022, por meio da análise de publicações e comentários dos usuários. A análise resultou em quatro categorias temáticas: fraude, segurança, auditoria, e funcionalidade, e indicou tendência de reações negativas dos usuários. A discussão compara os resultados com as ações previstas pelo Tribunal, apontando avanços e limitações da comunicação no combate às fake news.

Palavras-chave: Tribunal Superior Eleitoral, desinformação, fake news, urnas eletrônicas, campanha eleitoral.

Abstract: This article investigates the TSE's communication on X to combat disinformation about electronic voting machines in the 2022 election campaign, by analyzing posts and user comments. The analysis resulted in four thematic categories: fraud, security, auditing, and functionality, and indicated a trend of negative reactions from users. The discussion compares the results with the actions planned by the Court, pointing out the advances and limitations of communication in the fight against fake news.

Keywords: Superior Electoral Court, disinformation, fake news, electronic voting machines, electoral campaign.

Resumen: Este artículo investiga la comunicación del TSE en X para combatir la desinformación sobre las máquinas de votación electrónica en la campaña electoral de 2022, mediante el análisis de publicaciones y comentarios de los usuarios. El análisis dio como resultado cuatro categorías temáticas: fraude, seguridad, auditoría y funcionalidad, e indicó una tendencia de reacciones negativas por parte de los usuarios. El debate compara los resultados con las acciones previstas por el Tribunal, señalando los avances y las limitaciones de la comunicación en la lucha contra las fake news.

Palabras-clave: Tribunal Superior Electoral, desinformación, fake news, máquinas de votación electrónica, campaña electoral.

¹ Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão - SE, Brasil. tatieneas@academico.ufs.br | <https://orcid.org/0000-0002-5681-6215>

² Doutor em Psicologia. Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão - SE, Brasil. cfraga@academico.ufs.br | <https://orcid.org/0000-0002-9133-6014>

³ Graduada em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda. Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão - SE, Brasil. biapanza@gmail.com | <https://orcid.org/0009-0001-3056-4558>

Introdução

O processo de desdemocratização que se observa em diferentes partes do mundo na última década e é descrito por autores como Levitsky e Ziblatt (2018), Runciman (2018), Pzeworski (2018) e Mounk (2019) está diretamente relacionado com o fenômeno da desinformação e com seu uso estratégico como ferramenta para desacreditar instituições do estado - entre elas, as eleições, alicerce do sistema democrático moderno.

No Brasil, a desinformação como arma eleitoral está presente pelo menos desde 2014 (Arnaudo, 2017; Ruediger et al, 2018). Não obstante, foi apenas a partir do pleito de 2018, marcado pela manipulação informacional e disseminação de conteúdos mentirosos na rede (Dourado, 2020; Ituassu et al., 2019), que as instituições brasileiras passaram a atuar de maneira coordenada e estratégica, inicialmente por meio do Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições do Tribunal Superior Eleitoral e, a partir de 2021, com o Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação no âmbito da Justiça Eleitoral (PPED).

Nas eleições municipais de 2020, a Justiça Eleitoral elaborou um planejamento de ações que incluiu a produção de campanhas de conscientização, como o #EuVotoSemFake e #NãoTransmitaFakeNews, além da criação de ferramentas como um site de checagem de informações, Fato ou Boato⁴, baseado em vídeos e cujo acesso é patrocinado⁵ (Tribunal Superior Eleitoral, 2020; 2021). Para as eleições de 2022, por meio do PPED, o TSE traçou um plano estratégico baseado nos eixos informação, focado na disseminação de informações de qualidade sobre as eleições; capacitação, centrado em ações de educação midiática; e resposta, com o objetivo de coordenar

⁴ Disponível em: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/fato-ou-boato/#>

⁵ Estratégia também conhecida como zero rating

ações de fact checking (Tribunal Superior Eleitoral, 2022a), cujos resultados foram divulgados no Relatório de Gestão 2022 (Tribunal Superior Eleitoral, 2023). Esforço transversal ao combate à desinformação sobre as eleições, a Corte lançou, também em 2022, o Programa de Fortalecimento Institucional a partir da Gestão da Imagem da Justiça Eleitoral - Profi (Tribunal Superior Eleitoral, 2022b).

Apesar dos esforços da Corte Superior e dos Tribunais Regionais Eleitorais, bem como de outras instâncias do poder - incluindo o Programa de Combate à Desinformação do Supremo Tribunal Federal (Supremo Tribunal Federal, 2021) e o Projeto de Lei 2630/2020, iniciativa do Congresso Nacional - a propagação de fake news segue como um problema de difícil solução. Durante o pleito de 2022, 79% dos brasileiros afirmaram ter recebido notícias falsas em mídias sociais (Avast, 2022), com o sistema eleitoral e as urnas eletrônicas como alvos preferenciais de conteúdos enganosos (dos Santos et al, 2023; Mello et al, 2022), embora esse tipo de discurso tenha sido mapeado também em 2018, especialmente no X (Recuero, 2020).

Diante deste cenário, este trabalho busca investigar o papel da comunicação do TSE no X no enfrentamento às informações falsas relacionadas às urnas eletrônicas durante a campanha eleitoral de 2022, por meio da análise das publicações na conta oficial e das reações dos usuários na rede. O X, antigo Twitter, foi escolhido por ser caracterizado por uma estrutura que facilita a rápida disseminação de informações (Kwak et al, 2020), suscetível à formação de "cascatas de fake news políticas" (Recuero & Gruzd, 2019), e marcado por uma política de desregulação e negligência com a governança na rede. Para tanto, foi feita uma análise temática das publicações que citam a urna eletrônica veiculadas no perfil oficial do TSE, divulgadas durante o período da campanha eleitoral, resultando em quatro categorias: funcionalidade, fraude, segurança e auditoria. Para compreender a repercussão das

publicações, foi feita uma análise das reações dos usuários da publicação com maior engajamento de cada uma das categorias, a partir da categorização de uma amostra dos comentários, classificados como negativos, positivos ou neutros. O objetivo é indicar como as ações do tribunal observáveis na rede se alinham às metas previstas no plano estratégico referente às eleições de 2022 do Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação no âmbito da Justiça Eleitoral (Tribunal Superior Eleitoral, 2022a), às diretrizes do Programa de Fortalecimento Institucional a partir da Gestão da Imagem da Justiça Eleitoral (Profi) e aos resultados divulgados no Relatório de Gestão 2022 (Tribunal Superior Eleitoral, 2023).

Pressupostos teóricos: enfrentamento à desinformação e comunicação institucional

É notório e está fartamente documentado pela literatura que o problema das fake news é complexo, multifatorial, e está longe de ser solucionado. Entre as hipóteses explicativas para o fenômeno pode-se elencar tendências psicossociais, como o viés de confirmação (Moravec et al., 2018) e o sistema de crenças que envolve grupos sociais (Tajfel, 1981); características das redes sociais que favorecem a formação de câmaras de eco (Recuero, 2020) e a viralização ou disseminação acelerada de conteúdos, inclusive por robôs (Ruediger et al., 2018); além de fatores mais amplos como a polarização política e a radicalização ideológica (Miguel, 2019). Reconhecendo que existe um debate sobre a dimensão semântica do termo, incluindo diferenciações entre disinformation e misinformation, que foge aos objetivos deste trabalho, cabe esclarecer que, por fake news, entendemos qualquer conteúdo falso produzido deliberadamente para enganar e circular no ambiente digital, neste caso com o objetivo de obter ganhos políticos e/ou ideológicos (Gomes & Dourado, 2019; Tandoc Jr. et al., 2017).

No rol de iniciativas que buscam mitigar a desinformação, encontram-se ações como a valorização do jornalismo profissional e das agências de checagem (Schuetz et al., 2021); a responsabilização legal de produtores e propagadores de conteúdos falsos (Brasil, 2020); a regulação das empresas de plataforma (Valente, 2019); e a educação/literacia midiática, voltada para capacitar usuários a identificar e se proteger de notícias enganosas (Dame Adjin-Tettey, 2022; Jang & Kim, 2018; Jones-Jang et al., 2021). Para a análise realizada neste trabalho, é pertinente recuperar pesquisas e reflexões que contribuam para compreender o papel da comunicação institucional da Justiça Eleitoral como ferramenta de informação e conscientização do público para o problema das informações falsas. Neste sentido, partimos da premissa de que a atuação tempestiva dos tribunais eleitorais é ensejada por um contexto mais amplo de pós-verdade ou crise epistêmica (Dahlgren, 2018; McIntyre, 2018), no qual a sociedade perde a capacidade de estabelecer consensos mínimos sobre fatos ou assunções tidos como verdadeiros - a terra é redonda, vacinas protegem contra doenças. Por outro lado, há fatores limitantes para a comunicação institucional, neste contexto, como a formação de filtros-bolha (Recuero et al., 2017), que isolam indivíduos em visões de mundo inconciliáveis. Neste cenário, autoridades epistêmicas (Aggio, 2021) ou sistemas de peritos (Cesarino, 2021), outrora considerados fontes confiáveis de conhecimento tais como a imprensa, a ciência, a justiça e as instituições do estado, se veem agora obrigadas a lutar por sua legitimidade.

É assim que, diante da enxurrada de conteúdos que deslegitimam o sistema eleitoral e desacreditam as urnas eletrônicas, incentivada por campanhas de desinformação favoráveis ao "voto impresso auditável", capitaneadas por lideranças políticas - incluindo o candidato no pleito e então presidente Jair Bolsonaro -, o TSE é impelido a entrar em uma guerra de narrativas. Nesse caso, não se

trata sequer de disputar enquadramentos, mas de combater um discurso (as urnas são fraudulentas e favorecem a oposição) em franca circulação e com grande penetração, sobretudo entre os apoiadores de Bolsonaro (Datafolha, 2022). Um estudo da DAPP/FGV (Ruediger et al., 2022) identificou 394.370 postagens no Facebook sobre fraudes nas urnas e voto impresso auditável, que geraram 111 milhões de interações entre novembro de 2020 e janeiro de 2022. Dentre as 40 postagens mais populares, 13 têm como origem a conta de Jair Bolsonaro. Embora esta pesquisa trate do X, é sabido que as redes sociais formam um ecossistema, com interligações, e que a substância e o efeito do discurso de figuras públicas como Bolsonaro tendem a ser semelhantes em distintas plataformas. Norris (2022) argumenta que, se por um lado a confiança é um sentimento fundamental para a manutenção das sociedades democráticas, por outro, deve ser o resultado de um juízo cético, orientado sobretudo pela razão, e que a mera confiança por adesão afetiva ou alinhamento ideológico pode levar à legitimação de líderes demagogos e à disfuncionalidade institucional.

Assim, dentre as ações adotadas pelo TSE para fazer frente à campanha de deslegitimação, está uma "chuva de informação de qualidade" (Tribunal Superior Eleitoral, 2022a), como ferramenta de comunicação estratégica no combate à desinformação. Neste ponto, cabe apontar que, embora haja um volume impressionante de pesquisas sobre o assunto produzidas pelo menos desde 2016, o mesmo não se pode dizer sobre o papel da comunicação estratégica institucional no seu enfrentamento, sobretudo aplicado a instituições públicas.

É evidente que a comunicação estratégica pode contribuir para a construção/manutenção da imagem do TSE como instituição confiável e competente. Por outro lado, é necessário reconhecer as limitações em termos de táticas passíveis de serem empregadas, derivadas da própria institucionalidade

do Tribunal. Ao discutir dilemas éticos no combate à desinformação por parte de instituições de estado, Bjola (2018) argumenta que é necessário atuar de maneira a não prejudicar a "autoridade moral", posição a partir da qual uma instituição é reconhecida como fonte legítima de informação e ação sobre dada matéria.

A incapacidade de manter a autoridade moral pode tornar um ator vulnerável a acusações de servir para amplificar a desinformação em vez de a conter, ajudando assim a legitimar as alegações daqueles que intencionalmente promovem a desinformação (Bjola, 2018, p. 306, tradução nossa).

É sabido que o TSE é percebido como parcial e ineficiente por parte do público, sobretudo pelos apoiadores de Bolsonaro (Datafolha, 2022). Adotar táticas de resposta direta ou de ataque a agentes políticos que lideram campanhas pelo voto impresso, no entanto, fortaleceria a ideia de que o TSE seria tendencioso e favorável à oposição. Como instância do Judiciário responsável por julgar as ações dos agentes políticos, é fundamental manter um discurso que corrobore o imperativo da imparcialidade - aspecto reconhecido em documentos do próprio tribunal (Tribunal Superior Eleitoral, 2022b).

Procedimentos metodológicos

A coleta dos dados foi realizada no perfil oficial do TSE no X, ativa na plataforma desde setembro de 2009, relativa às publicações do período de campanha eleitoral de 2022. Foi utilizada a ferramenta de busca avançada da plataforma, com aplicação dos filtros de conta específica (@tsejusbr), período (16 de agosto a 30 de outubro de 2022, que corresponde ao período da campanha eleitoral) e palavra-chave (urna), com o uso do comando: “urna (from:tsejusbr) until:2022-10-30 since:2022-08-16”. A busca retornou 154 publicações, das quais 19 não se relacionavam com o Programa Permanente de

Enfrentamento às Fake News e, por esse motivo, foram descartadas para a análise. Os dados foram extraídos em fevereiro de 2023.

Das publicações selecionadas, foram listadas as seguintes informações: conteúdos textual e visual, link, data, quantidade de curtidas, quantidade de compartilhamentos e quantidade de comentários. Uma análise exploratória prévia levou a quatro categorias de codificação do material: funcionalidade, auditoria, segurança e fraude, as quais serão detalhadas em seguida.

Para a análise de sentimento, foram selecionadas as publicações com maior quantidade de comentários de cada uma das quatro categorias, e extraídos os 25 primeiros comentários, os quais foram categorizados em positivos, negativos ou neutros. Ressalte-se que este trabalho não utilizou técnicas de automatização de extração e análise de dados, o que justifica a limitação da amostra. A codificação, tanto das publicações como dos comentários, foi realizada por uma pesquisadora, com posterior revisão por outra pesquisadora, seguindo pressupostos metodológicos da análise categorial de conteúdo (Sampaio e Lycarião, 2021).

Análise temática das postagens

As 131 postagens foram classificadas em quatro categorias temáticas: Fraude, Segurança, Auditoria e Funcionalidade. Na categoria Fraude se encontram as postagens que desmistificam casos de suposta fraude no processo eleitoral e que têm potencial de colocar em risco a integridade do sistema. Na categoria Auditoria, os conteúdos trazem informações sobre a transparência da votação, possibilidade de revisão e outras ferramentas do sistema que possibilitam a auditoria no sistema digital de registro e contagem de votos, tais como o boletim de urna, procedimento utilizado após a votação

para contabilizar os votos da sessão, e a “zeríssima”, impressão de boletim feito antes do momento de votação para garantir que a urna não tem votos computados.

Na terceira categoria, denominada Segurança, o tema é tratado a partir dos próprios mecanismos do processo, como a fiscalização, a garantia do sigilo dos votos e o sistema de segurança das urnas de maneira geral. Por fim, na categoria Funcionalidade estão dispostas as postagens que tratam das funções básicas da urna eletrônica, assim como mensagens que apresentam ferramentas, procedimentos e regras legislativas que compõem o sistema eleitoral.

Após a categorização de todos os materiais coletados, foram calculadas as prevalências de cada temática dentro do conjunto de 131 postagens. Percebeu-se então que a categoria Funcionalidade tem a maioria dos conteúdos, com 36,6% do total do material. Em seguida, prevalecem conteúdos categorizados em Segurança, com 29% do total coletado. Em terceiro lugar de prevalência temática, a categoria Auditoria tem uma porcentagem próxima à anterior, 27,5%. Por último, alcançando números consideravelmente baixos em relação às outras categorizações, a categoria Fraude teve 6,9% de todas as postagens que foram agrupadas. Esses dados podem ser vistos no Gráfico 1.

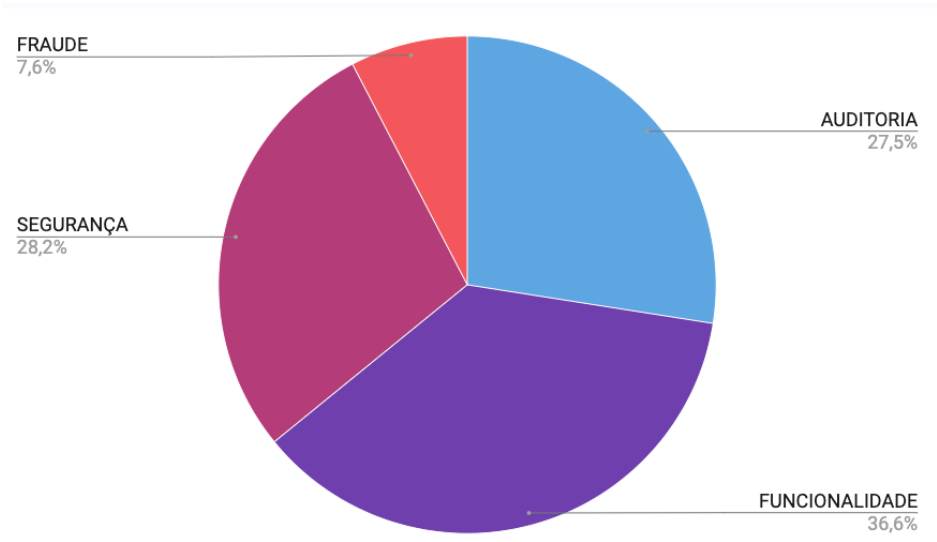


Gráfico 1 - Distribuição das categorias temáticas de conteúdos publicados pelo TSE (elaboração própria)

Foi possível perceber a predominância de 36,6% de postagens categorizadas como Funcionalidade, que abordaram as funções básicas da urna eletrônica e procedimentos do processo eleitoral. Essa estratégia da utilização de uma linguagem informativa que destrincha a ferramenta eleitoral e aproxima o eleitor do processo é uma maneira de desconstruir mitos sobre as urnas eletrônicas, estabelecidos no imaginário do eleitorado a partir de discursos de questionamento ao sistema eleitoral do país, ao exemplo de manifestações favoráveis ao retorno da cédula impressa.

Os conteúdos sobre Segurança e Auditoria também representam percentuais expressivos - 28,2% e 27,5% respectivamente - indicando uma distribuição relativamente equilibrada nos conteúdos das três categorias temáticas. Embora se trate de temas que tendem a ser mais técnicos, nota-se a preocupação em adotar uma linguagem persuasiva e informal, adequada à gramática das redes sociais.

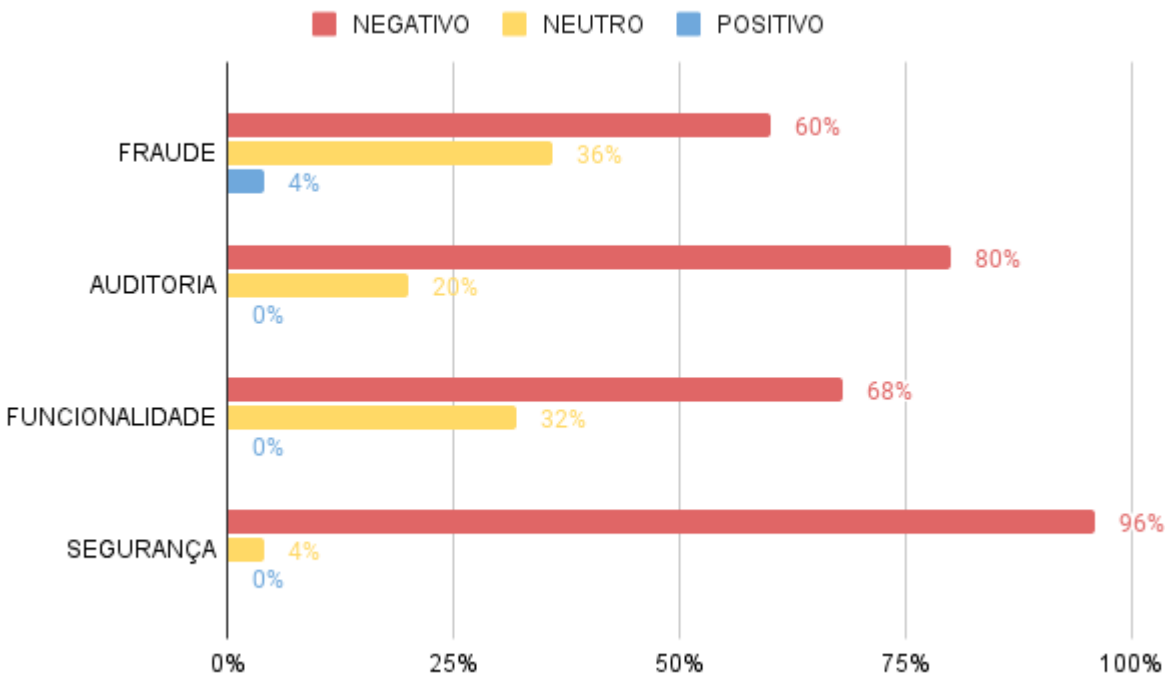
Já a categoria Fraude representa 7,6% do total analisado, percentual expressivo porém inferior na relação com as demais temáticas. A justificativa para esse resultado pode ser pensada a partir de duas hipóteses explicativas. Primeiro, trata-se de uma categoria dependente de eventos externos como denúncias de fraude, e o conteúdo produzido pelo TSE, na maioria das ocorrências, dedica-se a desmentir informações enganosas. Além disso, é possível imaginar que o discurso contra a fraude nas urnas é, paradoxalmente, uma maneira de avolumar a presença de conteúdos sobre fraudes na plataforma.

Em todas as categorias, percebe-se uma clara predominância do formato audiovisual, o que se justifica pela sua capacidade de sintetização e ilustração do assunto tratado, além de favorecer o compartilhamento para outras plataformas. Outras duas semelhanças observáveis no conjunto são a forma de comunicar o conteúdo, prevalecendo a linguagem informativa e/ou educativa, e a utilização de fatos curiosos e recursos retóricos como o uso de perguntas do tipo “você sabia?”. Ainda tratando do conteúdo analisado, é possível observar a recorrência do uso de estratégia conhecida como “Call to Action” (Chamada para ação). Assim formatadas, as mensagens contêm frases no imperativo, que orientam o leitor para uma ação específica de interesse do emissor, podendo servir para encaminhar a atenção para outro site, incentivar práticas ou mesmo reflexões individuais.

Análise de sentimento dos comentários

Para investigar as reações dos usuários aos conteúdos do TSE no campo comentários, foram selecionadas as publicações com maior quantidade de comentários de cada categoria, cujas reações

foram classificadas em positiva (P), negativa (N) ou neutra (N). Os resultados estão resumidos no Gráfico 2.



A publicação com maior engajamento na categoria Fraude (TSE, 2022a) apresenta um conteúdo audiovisual do site Fato ou Boato (Figura 1), cujo objetivo principal é verificar a veracidade da notícia em circulação sobre as eleições ou a Justiça Eleitoral. No caso da postagem em questão, o tema era a suposta fraude no sistema eleitoral, especificamente na urna eletrônica, em uma cidade do interior de São Paulo após a votação. Na data da coleta, a publicação apresenta as seguintes métricas: 212

comentários, 60 compartilhamentos e 140 curtidas. A análise dos 25 primeiros comentários feitos por diferentes contas na publicação resultou que 15 comentários são negativos, 9 são neutros e 1 é positivo. A Figura 1 mostra uma publicação em que um apresentador do TSE responde ao vídeo falso. Já as Figuras 2 e 3 mostram exemplos de comentários, respectivamente, negativo e positivo.



Figura 1 - Postagem categoria Fraude (Perfil oficial do TSE no X - <https://twitter.com/TSEjusbr/status/1583435433765134342?s=20&t=nkqJFvxJLhfXqidjeiG4gw>)



Figura 2 - Comentário negativo - categoria Fraude (Perfil oficial do TSE no X - <https://twitter.com/j11467404/status/1583479617947545601?s=20>)

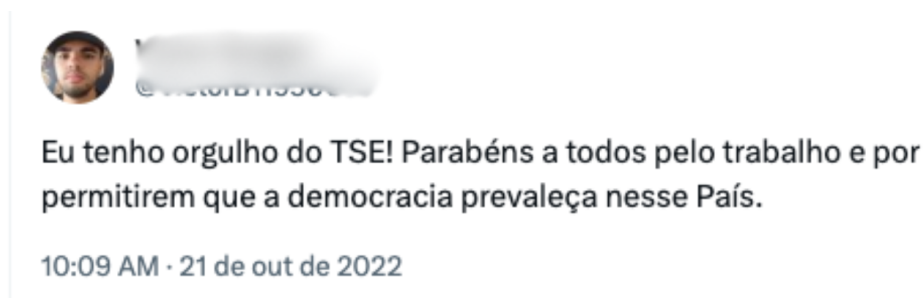


Figura 3 - Comentário positivo - categoria Fraude (Perfil oficial do TSE no X - <https://twitter.com/VictorB11950014/status/1583445300202856448?s=20>)

Na categoria Auditoria, a publicação cujos comentários foram analisados (TSE, 2022b) apresenta as seguintes métricas: 764 comentários, 65 compartilhamentos e 184 curtidas. A publicação trata dos boletins de urna e teve 19 comentários negativos, 6 neutros e nenhum positivo entre os 25 analisados. A Figura 4 mostra um vídeo explicativo sobre o acesso ao boletim de urna, e a Figuras 5 mostra um comentário de uma usuária reagindo negativamente ao conteúdo.



Figura 4 - Postagem categoria Auditoria (Perfil oficial do TSE no X - <https://twitter.com/TSEjusbr/status/1577322873483628547?s=20&t=nkqJFvxJLhfXqidjeiG4gw>)



Figura 5 - Comentário negativo - categoria Auditoria (Perfil oficial do TSE no X - <https://twitter.com/Renata37143328/status/1577751934286675985?s=20>)

A postagem selecionada no grupo Funcionalidade (TSE, 2022c) teve um total de 1416 comentários, 284 compartilhamentos e 974 curtidas e consiste em um material audiovisual ilustrando o processo eleitoral após a finalização da votação (Figura 6), com o mote “o caminho do seu voto”. Dentre os comentários analisados, 18 são negativos (exemplificado na Figura 7), 7 são neutros, e nenhum é positivo.



Figura 6 - Postagem categoria Funcionalidade (Perfil oficial do TSE no X - <https://twitter.com/TSEjusbr/status/1574919317170397185?s=20&t=yuWt4rITgJLdJhB7E5jwxA>)

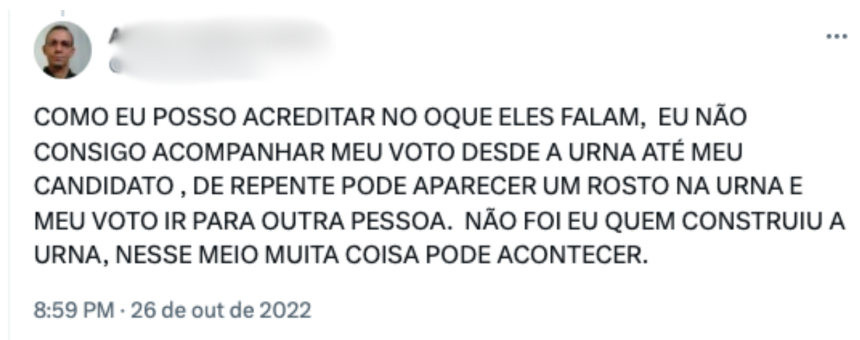


Figura 07 - Comentário negativo - categoria Funcionalidade (Perfil oficial do TSE no X - <https://twitter.com/JustinoAirton/status/1585420796595679232?s=20>)

O quarto conteúdo analisado (TSE, 2022d) está categorizado no grupo Segurança e teve um total de 567 comentários, 209 compartilhamentos e 580 curtidas. O conteúdo da postagem consiste em um material audiovisual ilustrando o sistema de segurança da urna eletrônica (Figura 8). Dos comentários analisados, 24 são negativos (Figura 9), 1 neutro e nenhum positivo.



Figura 8 - Postagem da categoria Segurança (Perfil oficial do TSE no X - <https://twitter.com/TSEjusbr/status/1570064831536848898?s=20>)

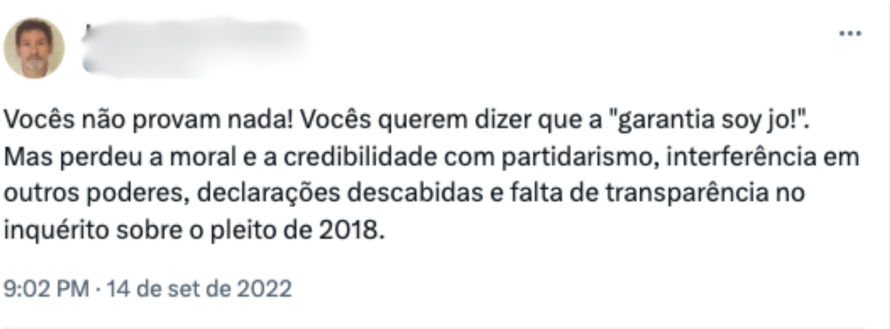


Figura 09 - Comentário negativo - categoria Segurança (Perfil oficial do TSE no X - <https://twitter.com/ApJosias/status/1570201459584798720?s=20>)

Embora haja algumas diferenças nos sentimentos aferidos nas quatro categorias, o achado mais importante é uma tendência geral de reações negativas por parte dos usuários da plataforma às publicações do TSE. A julgar pela opinião dos comentadores do X, a Justiça Eleitoral e as urnas eletrônicas não são dignas de aprovação, com destaque para as publicações relativas à possibilidade de auditoria das urnas, e à sua segurança - temas que estiveram no centro do debate público on-line mesmo antes da campanha eleitoral. Para compreender esses achados, é necessário ir além da realidade observada na rede e considerar fatores contextuais.

Primeiro, é preciso considerar a ascensão da direita radical no Brasil, representada nesse momento eleitoral pelo bolsonarismo. O avanço de discursos antidemocráticos por parte de lideranças políticas, incluindo notórios ataques ao sistema eleitoral, incentiva a reprodução dessas atitudes na rede por parte de eleitores, que se sentem autorizados a atuar da mesma maneira.

Um segundo aspecto a ser observado diz respeito ao fato de os usuários se sentirem fortalecidos pela ação grupal, sobretudo em um cenário de desregulação das plataformas, propagação de informações falsas e quase ausência de responsabilização por manifestações contra o Estado de Direito.

A esse respeito, são esclarecedoras as pesquisas realizadas por Tajfel e colaboradores (1981) no âmbito do experimento que foi denominado de paradigma dos grupos mínimos. Os resultados da pesquisa dão conta de que, mesmo em pequenos grupos, ocorrem posições e respostas favoráveis ao próprio grupo, que tendem a prevalecer em relação ao indivíduo. Neste sentido, a atuação dos grupos presentes no X para desacreditar as urnas eletrônicas predomina, mesmo em condições

desfavoráveis, de modo que ações contrárias têm efeito limitado, dificultando, neste caso, as estratégias de combate à desinformação adotadas pelo TSE.

A despeito disso, interessa notar que os achados empíricos desta pesquisa são relativamente contraditórios com relação ao que aponta pesquisa do Instituto DataFolha de agosto de 2022, na qual 79% dos entrevistados afirma confiar nas urnas eletrônicas - com maiores índices de desconfiança para apoiadores do então presidente Jair Bolsonaro. Essa discrepância pode ser explicada por alguns fatores, a começar pelo fato de que, como apontam estudos anteriores, grupos e indivíduos ligados à direita radical são especialmente atuantes no ambiente digital, sobretudo em períodos eleitorais. Utilizando ferramentas de inteligência artificial, dos Santos et al. (2023) analisaram 2,3 milhões de postagens com conteúdo hostil ao sistema eleitoral durante as eleições de 2022 e concluíram que mais de 75% partem de perfis identificados como bolsonaristas. Grupos antidemocráticos são conhecidos por se organizarem para atuar sistematicamente em plataformas como o X, distorcendo deliberadamente o debate na rede como estratégia para pautar outras plataformas e esferas da mídia, como a imprensa tradicional (Ruediger et al., 2020). As tentativas de desacreditização de instituições do Estado democrático de direito por parte de adeptos desse espectro político na rede - que, em janeiro de 2023, viria a se converter em tentativa de golpe de estado - são fartamente documentadas pela literatura (Grassi et al., 2023; Massuchin et al., 2021).

Discussão

À luz dessas ponderações, é preciso fazer uma reflexão sobre o papel da comunicação estratégica do TSE nas redes sociais, em especial no X. A presença do Tribunal na plataforma parece

oferecer um espaço para manifestações de hostilidade e descrédito com relação à instituição, e conteúdos informativos se tornam munição para manifestações antidemocráticas de todo tipo. Não é o caso, porém, de defender uma estratégia do tipo “não alimente os trolls”, pois a ausência no debate não é uma opção. O próprio Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação do TSE faz referência à necessidade de “evitar vácuos de informação, por meio do fornecimento de informações confiáveis de forma tempestiva e reiterada” (TSE, 2022a, p. 22). Ademais, é plausível imaginar que, por receio de participar de uma situação de interação agressiva, e por não encontrarem grande quantidade de mensagens de apoio - o que poderia ser explicado pela ausência de identificação com os conteúdos publicados (Miranda, 1998) - muitos usuários abdicuem de se manifestar em favor da Justiça Eleitoral, o que pode explicar a baixa ocorrência de comentários positivos.

O que parece necessário, em linha com a literatura sobre o tema, é reconhecer que há limites para a comunicação institucional como estratégia de defesa do TSE e das urnas eletrônicas, dado o cenário de radicalização ideológica e polarização política, de crise de confiança no poder público, e no contexto de uma plataforma desregulada e tóxica (Jakob et al., 2023). Além disso, o lugar ocupado pela instituição impede o uso de táticas comunicacionais comuns na comunicação política, tais como as descritas por Smith (2020) - ataque, constrangimento, ameaça, negação, dissociação, adulação ou silêncio. Embora se trate de uma instituição do campo político, sua posição difere da de outros agentes - partidos, candidatos - de maneira que as estratégias de comunicação do TSE precisam lidar com os limites da institucionalidade impostos pela missão constitucional do Tribunal - conduzir as eleições de maneira justa, transparente e eficiente.

A despeito disso, e reconhecendo o esforço da Justiça Eleitoral expresso no Plano Estratégico para as Eleições 2022 do PPED (Tribunal Superior Eleitoral, 2022a) e em outros documentos consultados, é possível apontar algumas limitações da atuação do TSE que poderiam ter sido evitadas e que podem ser superadas futuramente.

Um ponto a ser problematizado diz respeito à ideia de "imunização", presente no Plano Estratégico. De acordo com o documento, seria necessário o "desenvolvimento de projetos e ações de comunicação, capacitação e transparência que ultrapassem ciclos eleitorais limitados, de modo a permitir que cidadãos sejam "imunizados" contra a desinformação" (Tribunal Superior Eleitoral, 2022a, p. 14).

Embora o campo de estudos sobre desinformação trate da necessidade de criar resiliência social com relação a conteúdos falsos, e a iniciativa de atuar para além das eleições seja acertada, o fato é que há uma parcela do público que é resistente à "imunização". Trata-se de uma noção que tende a simplificar o problema, como se a divulgação de informações de qualidade pudesse ser uma "vacina" eficiente contra a desinformação, o que não necessariamente é verdade. A julgar pelos resultados desta pesquisa, sobretudo pela reação dos usuários nos comentários, a comunicação no X baseada em mensagens sobre a segurança, a transparência e o funcionamento das urnas não é capaz de vencer essa barreira.

Isso se explica, em parte, pela erosão da credibilidade do TSE frente a um segmento da população. A mera disseminação de informações verdadeiras, ainda que em materiais atrativos e de fácil entendimento, não é capaz de recuperar a confiança das pessoas nas urnas eletrônicas, pelo fato de que a fonte das informações (o TSE) não é percebida como confiável, conforme aferido nas análises

aqui apresentadas. Neste sentido, faz-se premente um programa permanente de gestão de imagem que opere em diversas frentes para resgatar a reputação da Corte, que seja articulado com o PPED, com iniciativas de educação midiática/cidadã - tal como a Lei 14.533/2023, que altera a Lei de Diretrizes e Bases para instituir o Plano Nacional de Educação Digital - e com dispositivos legais que responsabilizem emissores de discursos públicos de natureza antidemocrática, como os ataques às urnas. Mais do que fortalecer a imagem do TSE, é preciso um esforço conjunto, de diferentes agentes do sistema político e da sociedade, para combater o ambiente de desordem informacional no qual estão sendo forjadas as percepções sobre o sistema democrático, a Justiça Eleitoral e as urnas eletrônicas.

No que tange à gestão de imagem para além das eleições, nota-se o estabelecimento do Programa de Fortalecimento Institucional a partir da Gestão da Imagem da Justiça Eleitoral (Profi), cuja preocupação concentra-se em garantir a médio e longo prazo efeitos positivos e sustentáveis na imagem da instituição.

Fundado nas premissas da Publicidade e Propaganda, do Marketing, do Branding e das Relações Públicas, o programa se constrói a partir de dois eixos: o primeiro apresenta ações voltadas à gestão preventiva relacionadas aos riscos decorrentes da imagem negativa das instituições; e o segundo eixo centra seu planejamento em ações afirmativas, voltadas à construção de uma imagem positiva da Justiça Eleitoral (Tribunal Superior Eleitoral, 2022b). Para orientar as ações propostas no eixo preventivo, parte-se de um mapeamento de riscos, no qual a desinformação é identificada como risco externo. Para lidar com esse problema, o documento prevê: 1) acordos com plataformas digitais; e 2) coalizão de checagem, como ação propositiva, fazendo referência ao PPED. Tais procedimentos

parecem insuficientes tendo em vista o desafio que a desinformação representa para a gestão reputacional da instituição.

Ainda em relação ao mapeamento de riscos, chama a atenção o fato de que a desinformação é entendida como desarticulada de outras ameaças listadas, tais como ataques institucionais (apologia à extinção) e incitação à recusa dos resultados eleitorais. É sabido que o ambiente de desordem informacional e a disseminação de fake news está na base da erosão da credibilidade do TSE, e é necessária uma visão abrangente desses riscos, que não devem ser tratados em separado. Ademais, nota-se certa imprecisão no tratamento indicado - por exemplo, os ataques institucionais seriam tratados preventivamente com "diálogos democráticos (eventos, publicações, etc.)" (Tribunal Superior Eleitoral, 2022b, p. 16).

No que tange ao eixo propositivo, as ações partem de uma análise de forças, fraquezas, oportunidades e ameaças (matriz SWOT) na qual, no quadro de ameaças, a desinformação não está diretamente relacionada. São listadas, entre outras, a desordem informacional e "ataques crescentes à credibilidade das instituições eleitorais, na senda do ciberpopulismo", sem referência objetiva às informações falsas.

Ao estabelecer diretrizes comunicacionais e listar públicos de interesse, o documento prioriza o que classifica como "eleitorado cético" (Tribunal Superior Eleitoral, 2022b, p. 30), cujo escopo seria a produção de confiança. Para este, são apresentadas como formas de abordagem: a publicidade customizada, a certificação da integridade das eleições, o agendamento midiático, a capacitação e conscientização (direta e via stakeholders), o contato direto (via Cartórios Eleitorais, e indireto, via stakeholders). Percebe-se aqui um esforço para traçar estratégias, mas que não se desdobram em

táticas - ações específicas e detalhadas. De maneira geral, o documento que apresenta o Perfil é teoricamente bem fundamentado e apresenta linhas gerais e estratégias, mas carece de dimensão tática.

Por fim, um ponto relevante diz respeito à mensuração e controle dos resultados da comunicação do TSE nas redes sociais. Tanto o Plano Estratégico para as eleições 2022 do PPED (Tribunal Superior Eleitoral, 2022a), como o documento que estabelece o escopo do Perfil (Tribunal Superior Eleitoral, 2022c), indicam a necessidade de aproximação com institutos de pesquisa e a realização de estudos periódicos como formas de aferir a eficácia das ações realizadas. Os resultados até então publicados, no entanto, não permitem afirmar que esta intenção tenha sido levada a cabo - e mesmo as informações divulgadas merecem uma leitura mais atenta. O Relatório de Gestão 2022 dedica uma seção à comunicação na qual, entre outros dados, consta que o TSE teve um incremento de 196,7% no número de fãs no X (Tribunal Superior Eleitoral, 2022b, p. 49). Em contato por e-mail com a Secretaria de Comunicação e Multimídia (Secom), foi informado que, por "fãs", entendem-se novos seguidores da conta do Tribunal na rede social em questão em um dado período - terminologia utilizada pelo Facebook, segundo o órgão. Embora o alcance das mensagens na rede seja uma métrica relevante, cabe questionar a ideia de que a conta do TSE no X tenha angariado apenas "fãs". A julgar pelo resultado da análise dos comentários, muitos desses novos seguidores se caracterizam mais como haters do que como fãs. Neste sentido, é oportuna a incorporação de indicadores qualitativos de resultados, para além das métricas quantitativas, de maneira a refinar a compreensão sobre a reputação do TSE na rede e sobre como as mensagens estão sendo recebidas pelos usuários.

Conclusão

Este artigo buscou relacionar o conteúdo sobre as urnas eletrônicas publicado na conta oficial do TSE no X com as ações previstas pelo Tribunal no plano estratégico para as eleições de 2022 do Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação no âmbito da Justiça Eleitoral (Tribunal Superior Eleitoral, 2022a), no Programa de Fortalecimento Institucional (Tribunal Superior Eleitoral, 2022b) e os resultados divulgados no Relatório de Gestão 2022 (Tribunal Superior Eleitoral, 2023). A análise resultou em quatro categorias temáticas: Fraude, Segurança, Auditoria e Funcionalidade. Em todas elas, a análise de sentimento dos comentários indicou tendência de reações negativas por parte dos usuários da plataforma. Isso posto, podemos concluir que há um descompasso entre as metas previstas e o que foi possível alcançar, sobretudo do ponto de vista da comunicação do TSE em relação à segurança das urnas eletrônicas, mensagens que circularam na plataforma X e de modo particular, na campanha eleitoral do ano de 2022.

Assim, embora se reconheça que o imperativo da imparcialidade dificulte a adoção de certas estratégias comunicacionais que seriam possíveis para outros agentes do campo político - o TSE não poderia atacar frontalmente um candidato que divulga fake news sobre as urnas, por exemplo, sob o risco de perder sua autoridade moral - é possível também entrever limitações que podem ser superadas. No nível da estratégia, a análise das ações propostas pelo PPED e pelo PROFI não demonstra uma real articulação no combate à desinformação, carecendo de táticas mais claras e assertivas, bem como de decisões orientadas por dados e pesquisas. Embora a meta de produzir uma "chuva de informações de qualidade" tenha sido cumprida, é urgente que se olhe para os efeitos dos

conteúdos postados para além das métricas quantitativas, considerando, entre outras coisas, as manifestações dos usuários na rede.

Ressalve-se que esta pesquisa se limita à análise de uma rede social específica, o que enseja trabalhos futuros que abordem a atuação do TSE em outras plataformas e mídias, comparativamente. Ainda em termos comparativos, pode ser profícuo um estudo que analise iniciativas presentes em outras regiões do mundo, como a East StratCom Task Force, ligada ao Parlamento Europeu, ou o Global Engagement Center, do governo estadunidense. Por fim, investigar a estrutura de comunicação do TSE e as práticas dos profissionais que ali atuam pode ser um caminho para melhor compreender as ações do Tribunal observáveis nas mídias. Uma agenda de pesquisa que se detenha sobre a comunicação da Justiça Eleitoral, neste sentido, pode contribuir para o avanço no combate à desinformação, seja reconhecendo limitações, seja apontando lacunas ou sugerindo ações futuras.

Referências

- Aggio, C. (2021). Teorias conspiratórias, verdade e democracia. In: ALZAMORA, Geane; MENDES, Conrado Moreira; RIBEIRO, Daniel Melo (org.). *Sociedade da desinformação e infodemia* (pp. 63-86). Fafich/Selo PPGCOM/UFMG.
- Arnaudo, D. (2017). Computational propaganda in Brazil: Social bots during elections. *Computational Propaganda Research Project* (pp. 1–39). <https://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:e88de32c-baaa-4835-bb76-e00473457f46>
- Avast (2022, Setembro 30). Quatro em cada cinco brasileiros encontraram fake news sobre as eleições 2022 nas mídias sociais. <https://press.avast.com/pt-br/quatro-em-cada-cinco-brasileiros-encontraram-fake-news-sobre-as-eleicoes-2022-nas-midias-sociais>.
- Bjola, C. (2018). The ethics of countering digital propaganda. *Ethics & international affairs*, 32(3), 305-315.

Brasil (2020). Projeto de Lei 2630/2020. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. <https://www.camara.leg.br/propostas-legislativas/2256735>.

Cesarino, L. (2021). Pós-verdade e a crise do sistema de peritos: uma explicação cibernética. *Ilha Revista de Antropologia*, 23(1), 73-96.

Dahlgren, P. (2018). Media, knowledge and trust: The deepening epistemic crisis of democracy. *Javnost-The Public*, 25(1-2), 20-27.

Dame Adjin-Tettey, T. (2022). Combating fake news, disinformation, and misinformation: Experimental evidence for media literacy education. *Cogent arts & humanities*, 9(1), 2037229.

Datafolha (2022, Agosto 01). Cresce confiança nas urnas eletrônicas. <https://datafolha.folha.uol.com.br/eleicoes/2022/08/cresce-confianca-nas-urnas-eletronicas.shtml>

dos Santos, P. D., de Camargo Penteado, C. L., de Almeida, L. D., & Goya, D. H. (2023). Democracia sob ataque:: polarização política e produção de conteúdos hostis no Twitter nas eleições de 2022. *Revista Debates*, 17(1), 41-62.

Dourado, T. M. S. G. (2020). *Fake News na eleição presidencial de 2018 no Brasil*. [Tese de doutorado, Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia].

Gomes, W., & Dourado, T. (2019). Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 16(2), 33-45.

Grassi, A., Ruediger, M. A., Sabbatini, L., Contente, R., Almeida, S. K. O. D., Piaia, V. R., ... & Rabello, T. (2023). Ataque à democracia e repercussão do dia 8 de janeiro: disputas narrativas em torno dos atos antidemocráticos nas plataformas on-line. FGV/DAPP.

Ituassu, A., Lifschitz, S., Capone, L., & Mannheimer, V. (2019). Campanhas online e democracia: As mídias digitais nas eleições de 2016 nos Estados Unidos e 2018 no Brasil. In: *O Brasil vai às urnas*. Londrina: Syntagma Editores, 15-48.

Jakob, J., Dobbrick, T., Freudenthaler, R., Haffner, P., & Wessler, H. (2023). Is constructive engagement online a lost cause? toxic outrage in online user comments across democratic political systems and discussion arenas. *Communication Research*, 50(4), 508-531.

Jang, S. M., & Kim, J. K. (2018). Third person effects of fake news: Fake news regulation and media literacy interventions. *Computers in human behavior*, 80, 295-302.

- Jones-Jang, S. M., Mortensen, T., & Liu, J. (2021). Does media literacy help identification of fake news? Information literacy helps, but other literacies don't. *American behavioral scientist*, 65(2), 371-388.
- Kwak, H., Lee, C., Park, H., & Moon, S. (2010, April). What is Twitter, a social network or a news media?. In *Proceedings of the 19th international conference on World wide web* (pp. 591-600).
- Levitsky, S., & Ziblatt, D. (2018). *Como as democracias morrem*. Editora Schwarcz-Companhia das Letras.
- Massuchin, M. G., Orso, M., & Saleh, D. M. (2021). Valores antidemocráticos e ataque às instituições: comportamentos da direita on-line a partir da análise das contas "Direita Brasil" e "Verde e Amarela" no Twitter. *Política & Sociedade*, 20(49), 39-72.
- McIntyre, L. (2018). *Post-truth*. Mlt Press.
- Mello, P. C.; Soprana, P.; & Galf, R. (2022, Setembro 28). Fake news sobre urnas, pesquisas e TSE dominam eleição de 2022. Folha de S. Paulo.
<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/09/fake-news-sobre-urnas-pesquisas-e-tse-dominam-eleicao-de-2022.shtml>
- Mendonça, R. F., Freitas, V. G., Aggio, C. D. O., & Santos, N. F. D. (2022). Fake News e o repertório contemporâneo de ação política. *Dados*, 66.
- Miguel, L. F. (2019). Jornalismo, polarização política e a querela das fake news. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 16(2), 46-58.
- Miranda, J. (1998). Comportamento intergrupal - revisão da literatura. *Análise Psicológica*, 4(XVI), (pp. 599-614).
- Moravec, P., Minas, R., & Dennis, A. R. (2018). Fake news on social media: People believe what they want to believe when it makes no sense at all. *Kelley School of Business research paper*, (pp. 18-87).
- Mounk, Y. (2019). *O povo contra a democracia: por que nossa liberdade corre perigo e como salvá-la*. Editora Companhia das Letras.
- Norris, P. (2022). *In praise of skepticism: Trust but verify*. Oxford University Press.
- Przeworski, A. (2020). *Crises da democracia*. Editora Schwarcz-Companhia das Letras.
- Recuero, R. (2020). #FraudenasUrnas: estratégias discursivas de desinformação no Twitter nas eleições 2018. *Revista brasileira de linguística aplicada*, 20, 383-406.
- Recuero, R., & Gruzd, A. (2019). Cascatas de Fake News Políticas: um estudo de caso no Twitter. *Galáxia* (São Paulo), 31-47.

Recuero, R. D. C., Zago, G. D. S., & Soares, F. B. (2017). Mídia social e filtros-bolha nas conversações políticas no Twitter. *Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação*. Encontro Anual (COMPÓS). (26.: 2017 jun. 06-09: São Paulo, SP).[Anais]. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2017.

Ruediger, M. A., Grassi, A., Guedes, A. L., Borghi, J., Silva, L. R. D., & Carvalho, D. (2018). Bots, social networks and politics in Brazil. FGV, DAPP.

Ruediger, M. A., & Grassi, A. (2020). O ecossistema digital nas eleições municipais de 2020 no Brasil: o buzz da desconfiança no sistema eleitoral no Facebook, YouTube e Twitter. FGV, DAPP.

Ruediger, M. A., Grassi, A., Dourado, T., Barboza, P., Piaia, V., & Hubert, D. (2022). Desinformação on-line e contestação das eleições. FGV, DAPP.

Runciman, D. (2018). *Como a democracia chega ao fim*. Editora Todavia SA.

Sampaio, R. C., & Lycaríão, D. (2021). *Análise de conteúdo categorial: manual de aplicação*. Brasília: Enap.

Schuetz, S. W., Sykes, T. A., & Venkatesh, V. (2021). Combating COVID-19 fake news on social media through fact checking: antecedents and consequences. *European Journal of Information Systems*, 30(4), 376-388.

Smith, R. D. (2020). *Strategic planning for public relations*. Routledge.

Superior Tribunal Federal. (2021). *Programa de Combate à Desinformação*. STF, Brasília.
<https://portal.stf.jus.br/desinformacao>.

Tajfel, H. (1981). *Grupos humanos e categorias sociais*. Lisboa, Livros Horizonte.

Thompson, J. B. (2018). A interação mediada na era digital. *MATRIZES*, 12(3), 17-44.
<https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v12i3p17-44>

Tribunal Superior Eleitoral (2020). *Programa de Enfrentamento à Desinformação com Foco nas Eleições 2020*. Brasília, TSE. https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/Programa_de_enfrentamento_web.pdf.

Tribunal Superior Eleitoral (2021). *Programa de Enfrentamento à Desinformação com Foco nas Eleições 2020: relatório de ações e resultados*. Brasília, TSE.
https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/Programa_de_enfrentamento_resultados.pdf.

Tribunal Superior Eleitoral (2022a). *Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação no âmbito da Justiça Eleitoral: plano estratégico eleições 2022*. Brasília, TSE.
<https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/programa-permanente-de-enfrentamento-a-desinformacao-novo.pdf>.

Tribunal Superior Eleitoral. (2022b) *Profi: Programa de Fortalecimento Institucional a partir da Gestão da Imagem da Justiça Eleitoral*. Brasília, TSE. <https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/tse-profi.pdf>

Tribunal Superior Eleitoral. (2023) *Relatório de Gestão 2022: relato integrado*. Brasília, TSE. https://www.tse.jus.br/++theme++justica_eleitoral/pdfjs/web/viewer.html?file=https://www.tse.jus.br/transparencia-e-prestacao-de-contas/contas-publicas/prestacao-anual-de-contas/arquivos/relatorio-de-gestao-2022-final/@download/file/Relatorio_Gestao_2022_

TSE [@tsejusbr]. (2022c, Outubro 21). É boato o vídeo compartilhado nas redes sociais que afirma haver divergência de dados em boletins de urna da cidade... [Post]. X. <https://twitter.com/TSEjusbr/status/1583435433765134342?s=20&t=nkqJFvxJLhfXqidjeiG4qw>.

TSE [@tsejusbr]. (2022d, Outubro 04). Quer fiscalizar o processo eletrônico de votação? É só conferir os Boletins de Urna (BUs) disponibilizados pela #JustiçaEleitoral! [Post]. X. <https://twitter.com/TSEjusbr/status/1577322873483628547?s=20&t=nkqJFvxJLhfXqidjeiG4qw>

TSE [@tsejusbr]. (2022e, Setembro 27). Sabe pra onde vai o seu voto depois que você aperta a tecla Confirma, na urna eletrônica? Veja o caminho... [Post]. X. <https://twitter.com/TSEjusbr/status/1574919317170397185?s=20&t=yuWt4rITgJLdJhB7E5jwxA>

TSE [@tsejusbr]. (2022f, Setembro 14). Sistemas da Nasa, do FBI e do Pentágono já foram invadidos. No entanto, ninguém consegue acessar os sistemas da #JustiçaEleitoral...[Post]. X. <https://twitter.com/TSEjusbr/status/1570064831536848898?s=20>

Valente, J. C. (2019). Regulando desinformação e fake news: um panorama internacional das respostas ao problema. *Comunicação pública*, 14(27).