

COMUNICAÇÃO PÚBLICA NO COMBATE À DESINFORMAÇÃO: UMA ESTRATÉGIA DO TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL NO TWITTER

*PUBLIC COMMUNICATION IN RESPONSE TO DISINFORMATION: A STRATEGY OF THE SUPERIOR
ELECTORAL COURT ON TWITTER*

*COMUNICACIÓN PÚBLICA EN LA LUCHA CONTRA LA DESINFORMACIÓN: UNA ESTRATEGIA DEL
TRIBUNAL SUPERIOR ELECTORAL EN TWITTER*

MAURÍLIO LUIZ HOFFMANN DA SILVA¹

ARIELLY CRISTINA DE MOURA GRANDE BENATO²

MARIANA REIS MENDES³

Submissão: 29/06/2022

Aprovação: 11/07/2022

Publicação 30/06/2023

¹Doutorando em Comunicação (PPGCOM/UFRGS). Pesquisador vinculado ao MIDIARS (Laboratório de Pesquisa em Mídia, Discurso e Análise de Redes Sociais). Mestre em Estudos da União Europeia (Uni Salzburg). Mestre em Comunicação e Sociedade (PPGCOMS/UFT).

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-7543-6114> E-mail: mauhoff@gmail.com

²Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná com bolsa da Capes. Estudante no grupo de pesquisa COM21 (PPGCOM-UFPR). Especialista em Assessoria e Gestão da Comunicação e em Gestão de Marketing. Relações Públicas pela UFPR.

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-2511-5555> E-mail: ariellygrande@gmail.com

³ Doutora em Linguística pela UFG e mestra em Estudos da Tradução pela UNB. Jornalista (UFT) com experiência como repórter e chefe de assessoria. Pesquisadora em cibercultura, análise do discurso crítica e as relações entre tecnologia e educação.

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-4695-8965> Email: maresia21@gmail.com

RESUMO

Investiga o combate à desinformação nas mídias sociais pela perspectiva da comunicação pública em um estudo de caso: a atuação do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) no Twitter durante uma *live* do presidente Jair Bolsonaro, na qual ele prometeu mostrar provas de que as eleições teriam sido fraudadas. Pergunta de pesquisa: “Como a comunicação pública pode ser usada no enfrentamento à desinformação?”. Hipótese: uma das possibilidades para combater a desinformação é por meio das mídias sociais, dada a facilidade de espalhamento das mensagens. Objetivos: analisar a atuação de uma instituição pública no combate à desinformação e defender que o combate à desinformação passe a ser considerado uma das funções da comunicação pública. Métodos: estudo de caso, análise de conteúdo e entrevista. Os resultados classificam a *live* como desinformativa e mostram um relativo sucesso da ação do ponto de vista do tribunal.

Palavras-chave: Desinformação. Comunicação pública. Justiça Eleitoral. Twitter. Bolsonaro.

ABSTRACT

The article studies the fight against disinformation in social media through the perspective of public communication in a case study: the performance of the Superior Electoral Court (TSE) on Twitter during a live transmission of President Jair Bolsonaro, in which he promised to show evidence that the elections had been rigged. Research question: “How can public communication be used to fight disinformation?”. Hypothesis: one of the possibilities to combat disinformation is through social media, given the ease of spreading messages. Objectives: to analyze the performance of a public institution in the fight against disinformation and to defend that the fight against disinformation should be considered one of the functions of public communication. Methods: case study, content analysis and interview. The results classify the transmission as disinformation and show a relative success from the court’s point of view.

Keywords: Disinformation. Public Communication. Electoral Justice. Twitter. Bolsonaro.

RESUMEN

El artículo estudia la lucha contra la desinformación en las redes sociales desde la perspectiva de la comunicación pública en un estudio de caso: la actuación del Tribunal Superior Electoral (TSE) en Twitter durante una transmisión en vivo del presidente Jair Bolsonaro, ocasión en que el prometió presentar pruebas que las elecciones habían sido amañadas. Pregunta de investigación: “¿Cómo se puede utilizar la comunicación pública para combatir la desinformación?”. Hipótesis: una posibilidad es a través de las redes sociales, dada la facilidad de difusión de los mensajes. Objetivos: analizar la actuación de una institución pública en la lucha contra la desinformación y defender que la lucha contra la desinformación debe ser considerada una de las funciones de la comunicación pública. Métodos: estudio de caso, análisis de contenido y entrevista. Los resultados califican la transmisión como desinformación y muestran un éxito relativo desde el punto de vista del tribunal.

Palabras-clave: Desinformación. Comunicación pública. Justicia Electoral. Twitter. Bolsonaro.

INTRODUÇÃO

As discussões sobre o fenômeno da desordem informacional (WARDLE e DERAKHSHAN, 2017) têm aumentado nos últimos anos, especialmente depois das eleições de Donald Trump nos Estados Unidos, do referendo do *Brexit* no Reino Unido, e da campanha presidencial e eleição de Jair Bolsonaro no Brasil, em 2018.

A partir dos princípios da comunicação pública defendidos pela Associação Brasileira de Comunicação Pública — ABCPública — (MEDEIROS e CHIRNEV, 2021), este artigo busca analisar um estudo de caso, investigando como a comunicação pública pode ser usada no enfrentamento à desinformação e, ao final, propor a inclusão do combate à desinformação como uma das funções da comunicação pública na atualidade, tendo em vista a relevância do tema para a sociedade contemporânea e o papel fulcral da comunicação pública na garantia à cidadania e à preservação da democracia.

Adota-se aqui o conceito de desinformação com base em Wardle e Derakhshan (2017) para designar o espalhamento de informações falsas, manipuladas ou fabricadas com a intenção de causar algum dano material ou imaterial a uma pessoa, grupo ou instituição.

No âmbito das instituições públicas, o Programa de Enfrentamento à Desinformação com foco nas Eleições 2020, instituído pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE), é uma referência mundial. A abordagem multisetorial e sistêmica faz deste programa a maior iniciativa de combate à desinformação criada por um organismo eleitoral no mundo (TSE, 2021). O programa, tornado permanente pelo TSE, por meio da Portaria nº 510/2021, tem como objetivo reduzir os efeitos nocivos da desinformação contra a Justiça Eleitoral e as eleições, e conta com a parceria de diversas instituições públicas, como a Câmara dos Deputados e o Senado Federal, além de plataformas de mídias sociais, serviços de mensagens, veículos de comunicação e agências de checagem de notícias.

Neste contexto, este artigo busca, ao analisar o caso do TSE, investigar de que forma as instituições públicas podem, através de seus canais de comunicação, combater a desinformação que circula contra elas próprias ou sobre temas a elas relacionados. Busca-se, assim, contribuir para o campo de estudos da comunicação pública, tensionando-o com os estudos sobre desinformação e, dessa forma, atualizar as discussões teóricas de modo a incluir o combate a este fenômeno emergente entre as funções da comunicação pública contemporânea.

Partindo de uma contextualização teórica sobre desinformação e sobre comunicação pública, o trabalho foca a atenção a um estudo: a atuação de enfrentamento à desinformação do TSE no Twitter durante uma transmissão ao vivo do presidente Jair Bolsonaro na qual ele prometeu à população e à imprensa que traria provas de que as eleições de 2014 e 2018 teriam sido fraudadas. A análise de conteúdo tem viés qualitativo e caráter descritivo e compara as declarações de Bolsonaro com os *tweets* publicados pelo TSE durante a transmissão. Além disso, este trabalho utiliza-se de entrevista com servidora da Secretaria de Comunicação do TSE para entender como o órgão se preparou estrategicamente para o evento.

Os resultados demonstram que a atuação do TSE foi inovadora e estrategicamente pensada para levar as informações verídicas à população por meio dos canais de comunicação direta e pela imprensa. Dessa forma, é possível entender e designar o combate à desinformação não apenas como uma competência do comunicador público, mas como uma função da própria instituição pública, principalmente no que tange à proteção da democracia brasileira.

DESINFORMAÇÃO NO BRASIL

De acordo com a Organização Mundial da Saúde (WHO, 2021) vive-se hoje um contexto de infodemia mundial, ou seja, o excesso de informação que circula pode ser comparado a uma doença capaz de causar confusão e levar as pessoas a agirem perigosamente. Neste mundo adoecido pelo excesso de informação, um fenômeno que vem causando ainda mais estrago é a desinformação.

No contexto brasileiro, o problema da desinformação é agravado pelas próprias lideranças políticas, que divulgam informações não comprovadas ou descontextualizadas, agravando ainda mais a situação.

Quando as próprias lideranças políticas são apoiadoras e protagonistas nas mais diversas formas de dinâmicas de circulação da desinformação, e vão de encontro à informações provenientes de fontes de instituições científicas, torna difícil o cidadão diferenciar o que é confiável ou não (OLIVEIRA, 2020, p.16).

Wardle e Derakhshan (2017, p. 5) nomeiam este fenômeno complexo e sistêmico como desordem informacional e identificam três diferentes tipos de conceitos:

- a. *Dis-information* (desinformação): quando um conteúdo sabidamente falso é intencionalmente compartilhado com o objetivo de causar dano ou prejuízo a outrem;
- b. *Mis-information* (informação incorreta): quando há a divulgação de conteúdos falsos mas sem intenção de causar mal a ninguém, como por desconhecimento ou engano;
- c. *Mal-information* (má informação): quando conteúdos verídicos são intencionalmente vazados para causar algum mal.

Os pesquisadores propõem, ainda, a distinção de três fases distintas quando se estuda a desordem informacional: a criação, a (re)produção e a distribuição. Além disso, eles também destacam três elementos: o agente, as mensagens e os intérpretes (WARDLE e DERAKHSHAN, 2017). Cada um dos três elementos possuem características próprias a serem analisadas, que são esquematizadas no Quadro 1.

Agente	Tipo de ator:	Oficial Não oficial
	Nível de organização:	Nenhuma Solta Fechada Em rede
	Tipo de motivação:	Financeira Política Social Psicológica
	Nível de automação:	Humano Ciborgue Bot
	Intenção de causar dano:	Sim Não
	Intenção de enganar:	Sim Não
Mensagem	Duração:	Longa Curta Baseada em evento
	Precisão:	Enganosa Manipulada Fabricada
	Legalidade:	Legal Ilegal
	Tipo de impostor:	Nenhum Marca Indivíduo
	Alvo da mensagem:	Indivíduo Organização Grupo Social Sociedade
Intérprete	Leitura da mensagem:	Hegemônica Oposição Negociada
	Ação tomada:	Ignorada Compartilhada em apoio Compartilhada em oposição

Quadro 1: Elementos da desinformação. Fonte: adaptado de Wardle e Derakhshan (2017). Tradução nossa.

Outro fator importante a se considerar é que a desinformação estimula a adesão emocional e irracional dos indivíduos aos conteúdos e, por este motivo, espalha-se com facilidade. Elas utilizam estratégias como manchetes sensacionalistas, chamadas para ação (CTAs), espalhamento em larga escala em redes sociais abertas e privadas, utilizando perfis falsos e bots com intuito de atingir objetivos tanto financeiros quanto políticos de seus criadores (MASSUCHIN et al., 2021).

Ainda neste contexto, Recuero (2020) salienta que as características e *affordances* das mídias sociais, como replicabilidade e escalabilidade (BOYD, 2010), juntamente com o argumento de autoridade contribuem ainda mais para o espalhamento de informações inverídicas na internet.

Somando-se o excesso de informação à disposição dos sujeitos, a divulgação de informações não comprovadas e descontextualizadas pelas próprias lideranças políticas e a facilidade de espalhamento de desinformação, acrescenta-se também o descrédito nas próprias instituições tradicionais, que, como explica Marinelli (2016, p. 1176), “podem ser apontadas como indício de uma crise epistemológica [...] isso representa um desafio

inédito à sociedade contemporânea”. Alguns estudos, como o de Ribeiro (2011), já vinham apontando para o aumento dessa desconfiança nas instituições. O autor afirma não haver consenso entre os motivos para o aumento desse descrédito. Entre as explicações estão: o desejo de participação e autonomia que não estariam sendo satisfeitos pelas instituições tradicionais; a decepção por essas instituições; e avaliações e repercussões negativas diante do desempenho, entre outros.

Dessa forma, enquanto líderes políticos buscam descredibilizar instituições públicas cujo objetivo constitucional é zelar pela democracia — como é caso do TSE —, as instituições precisam buscar estratégias na comunicação pública para poder, além de defender e zelar por sua reputação institucional, ainda levar informação verídica e oficial às populações cada vez mais vulneráveis e desconfiadas.

A COMUNICAÇÃO PÚBLICA NO BRASIL

Miola e Marques (2017) chamam a atenção para a profusão de pesquisas e trabalhos publicados na área da comunicação pública nas últimas décadas. Os autores destacam, ainda, a inconsistência teórica existente o que exige dos pesquisadores na área algum esforço teórico-conceitual antes de desenvolverem suas análises.

Didaticamente, os pesquisadores demonstram que boa parte dos trabalhos na área da comunicação pública se orientam por quatro questionamentos: “a) quem “faz” a comunicação; b) qual é a natureza do conteúdo produzido; c) quais veículos são utilizados; e d) qual é a posição ocupada pelo público no processo comunicativo” (MIOLA e MARQUES, 2017, p. 3). Neste artigo, busca-se explorar principalmente a natureza do conteúdo produzido — aquele com viés informativo e de esclarecimento, visando ao combate de informações falsas. Quem faz (TSE) e o veículo (Twitter) são intencionalmente definidos. Além disso, entende-se que neste caso o público está vulnerável e sujeito a ser enganado pelas informações inverídicas publicadas por uma autoridade política.

Em um artigo referência no campo da comunicação pública, Brandão (2012) coloca o termo como um conceito ainda em construção, e o associa a cinco aspectos, sendo eles: comunicação pública identificada com comunicação organizacional; como comunicação científica; como comunicação do Estado e/ou governamental; com comunicação política;

e com estratégias de comunicação da sociedade civil organizada. Diante de todos esses aspectos e da bibliografia pesquisada pela autora, ela resume:

dentre os múltiplos significados da expressão Comunicação Pública é possível encontrar um ponto comum de entendimento que é aquele que diz respeito a um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para construir a cidadania (BRANDÃO, 2012, p. 9).

Outra contribuição importante para o entendimento do conceito de comunicação pública é a trazida por Duarte (2012). O autor defende que a expressão, no Brasil,

não especifica um conjunto de conhecimento, áreas, profissões ou estruturas, estando mais próximo de se caracterizar como um ethos, uma postura de perceber e utilizar a comunicação como instrumento de interesse coletivo para fortalecimento da cidadania (DUARTE, 2012, p. 60).

O autor ainda aponta que ao exercer a comunicação pública, o profissional precisa: a) privilegiar o interesse público; b) centralizar os processos nos cidadãos e cidadãs; c) tratar a comunicação como um processo mais amplo que a informação; d) adaptar os instrumentos aos públicos; e e) assumir a complexidade da comunicação.

Kunsch (2012) mostra que até a comunicação organizacional pode adotar uma perspectiva de promoção da comunicação pública, quando colocada não somente em seu aspecto instrumental, mas também em sua função social, em sua dimensão humana. Neste caso, a comunicação promove direitos, empodera, abre espaço para representatividade, quando é levada a “pensar essa Comunicação e suas principais dimensões numa perspectiva crítica e interpretativa, superando a visão meramente mecanicista e instrumental tão presente no dia a dia do ambiente organizacional” (KUNSCH, 2012, p. 288).

Outra contribuição fundamental é de Pierre Zémor (2012). Para o pesquisador francês, a comunicação pública

é encarregada de tornar a informação disponível ao público, de estabelecer a relação e o diálogo capazes de tornar um serviço desejável e preciso, de apresentar os serviços oferecidos pela administração, pelas coletividades territoriais e pelos estabelecimentos públicos, de tornar as próprias instituições conhecidas, enfim, de conduzir campanhas de informação e ações de comunicação de interesse geral. A esses registros, soma-se aquele de natureza mais política, ou seja, da comunicação do debate público que acompanha processos decisórios (ZÉMOR, 2012, p. 214).

Neste âmbito, a ABCPública publicou em 2021 um guia no qual lista doze princípios da comunicação pública, dentre os quais está o enfrentamento à desinformação. Segundo a publicação, a comunicação pública “deve combater a desinformação, garantindo a transparência, a oferta de dados precisos, a rapidez na checagem de fatos e a disseminação de correções e informações verificadas” (MEDEIROS e CHIRNEV, 2021, p. 10).

A produção acadêmica envolvendo o uso da comunicação pública para enfrentar a desinformação ainda está no início e espera-se, com este trabalho, contribuir para o tensionamento das duas vertentes teóricas. Silva (2022), por exemplo, analisa as iniciativas desenvolvidas pelo Senado Federal, as quais tentam reforçar a imagem do órgão como fonte confiável e oficial. Motta e Del Bianco (2021) destacam a ineficácia das ações do Ministério da Saúde no combate à desinformação relacionada às vacinas contra poliomielite e sarampo nas campanhas oficiais de 2018. Já Oliveira e Colpo (2021) analisam um pronunciamento do presidente Jair Bolsonaro no início da pandemia de Covid-19, no qual o presidente minimiza os possíveis impactos da doença e associam declarações dele com peças desinformativas que circularam logo em seguida.

Neste contexto, analisar de que forma um órgão público com a importância institucional para o Estado democrático de direito brasileiro como o TSE utiliza a comunicação em defesa da democracia surge com uma interessante possibilidade de pesquisa.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Para investigar de que forma as instituições públicas podem, através de seus canais de comunicação, combater a desinformação que circula contra elas próprias ou sobre temas a elas relacionados propõe-se, neste trabalho, a análise de um estudo de caso específico.

A adoção desta abordagem metodológica de pesquisa segue sugestão de Braga (2008), para quem o estudo de caso pode ser usado nas pesquisas em comunicação como forma de, baseando-se nos indícios encontrados no corpus de pesquisa, avançar os pressupostos teóricos. Assim, busca-se, ao final deste artigo, unir as bases teóricas relacionadas à comunicação pública e à desinformação, fazendo do combate a esta, uma função daquela.

O caso estudado está relacionado a um pronunciamento ao vivo do presidente Jair Bolsonaro e, correlativamente, como o TSE enfrentou institucionalmente e por meio de sua conta no Twitter as desinformações produzidas pelo presidente durante o evento.

A transmissão da *live* ocorreu no dia 29 de julho de 2021, às 19 horas, está disponível em vários canais no YouTube e foi acompanhada pelo canal oficial do presidente¹. Apesar do formato similar a uma coletiva de imprensa, os jornalistas não puderam fazer perguntas².

Para coletar os *tweets* publicados pelo TSE durante a transmissão, utilizou-se a ferramenta Twitter *Archiving Google Sheet*³ (TAGS) que consulta a base de dados do Twitter para fazer as buscas e salva os resultados em planilhas no Google Drive.

Além disso, com o objetivo de se aprofundar no posicionamento institucional do TSE, foi realizada entrevista através do aplicativo Whatsapp com uma funcionária da Secretaria de Comunicação e Multimídia do TSE, cuja identidade será mantida em sigilo, por questões éticas.

ANÁLISE: A LIVE DE BOLSONARO E AS RESPOSTAS DO TSE

Logo no início da *live*, às 19h03, Bolsonaro declara: “Vale lembrar que o nosso sistema eleitoral só existe no Butão, Bangladesh e Brasil”. Às 19h49 o TSE publicou em seu Twitter a informação de que “Índia, Rússia, França e EUA estão entre os países que usam, em algumas regiões, o voto inteiramente digital (sem impressão)⁴”. A declaração de Bolsonaro parece ter a intenção de confundir a população, uma vez que cada país no mundo adota seu próprio sistema eleitoral, com uso ou não de urnas eletrônicas, seguindo os preceitos de sua Constituição e sistema de governo. É improvável que qualquer país adote o sistema eleitoral de outro por uma série de questões de organização política nas quais Bolsonaro não se aprofunda.

Bolsonaro fala ainda sobre a necessidade que o voto de determinada pessoa seja atribuído a ela, para que ela possa conferir no futuro. Ressalta-se aqui a importância do

1 Disponível em: <<https://youtu.be/C4sE3OAVpHY>>. Acessado em 28 de novembro de 2021.

2 Disponível em: <<https://bit.ly/3M5I7e4>>. Acessado em 28 de novembro de 2021.

3 Disponível em: <<https://tags.hawksey.info/>>. Acessado em 25 de novembro de 2021.

4 Disponível em: <<https://twitter.com/TSEjusbr/status/1420879288182640642>>. Acessado em 29 de novembro de 2021.

voto secreto para a democracia brasileira. O segredo do voto é uma forma de preservar o eleitor, e resulta de uma evolução do contexto histórico-político do país. De acordo com o site do TSE⁵, não se admite a possibilidade de que o cidadão seja fiscalizado em sua orientação política ao exercer suas escolhas. O sigilo do voto é, assim, a base para a liberdade de escolha. Insinuar este “controle” por parte do eleitor é flertar com a época do voto de cabresto, quando autoridades locais (os chamados coronéis) exigiam a comprovação do voto dado em troca de favores e ameaças.

Às 19:10, Bolsonaro declara: “Desculpe se eu vou ser forte agora. É justo, que quem tirou o Lula da cadeia, quem o tornou elegível, seja o mesmo que vai contar o voto numa sala secreta no TSE? Cadê a contagem pública dos votos?”. Às 19:20, o TSE publicou o seguinte *tweet*⁶:

A apuração dos resultados é feita automaticamente pela #UrnaEletrônica ao encerramento da votação. Os dados criptografados são transmitidos ao @TSEjusbr, que checa a autenticidade/integridade e faz a totalização, em processo PÚBLICO e auditável: <https://bit.ly/ApuracaoNaUrna>

Ainda sobre o argumento de não existir uma forma de averiguar e conferir os votos, o TSE afirma⁷:

Por meio de um aparelho celular, o eleitor pode conferir o resultado de seções eleitorais e atestar a confiabilidade do sistema eletrônico de votação, comparando o extrato da seção com o que foi enviado para o site do @TSEjusbr.

Destaca-se neste ponto a rapidez com que o órgão reagiu. Segundo a funcionária do TSE, algumas respostas já haviam sido preparadas *a priori*, “pois percebemos um aumento muito grande de circulação de boatos antigos. A maioria deles já havia sido desmentida em outras oportunidades”.

Ainda durante a transmissão é apresentada uma série de vídeos que comprovariam fraudes nas urnas eletrônicas e é ressaltado que eles foram retirados da internet, gravados por pessoas comuns, ou seja, são informações sem nenhuma comprovação ou checagem.

5 Disponível em: <<https://bit.ly/3x0K9YJ>> . Acessado em 14 de janeiro de 2022.

6 Disponível em: <<https://twitter.com/TSEjusbr/status/1420871921529499652>>. Acessado em 29 de novembro de 2021.

7 Disponível em: < <https://twitter.com/TSEjusbr/status/1420810847576809472>>. Acessado em 17 de janeiro de 2022.

O TSE publicou uma sequência de *tweets*⁸ sobre o assunto, explicando que nas eleições é feito o processo de assinatura digital e lacração dos sistemas eleitorais, em cerimônia pública, como definido nas normas eleitorais.

Mais ao final da transmissão, o TSE publicou ainda⁹:

As urnas eletrônicas foram, mais uma vez, alvo de notícias falsas e, novamente, o @TSEjusbr esclarece os fatos. Vídeo publicado nas redes por Antônio D'Agostino, ex-candidato pelo PRTB, tenta provocar dúvidas sobre a lisura do processo eleitoral de 2004: <https://t.co/gSBuLPJiQ8>

A transmissão chega ao fim sem apresentar provas sobre possíveis fraudes nas eleições. Às 19h31, Bolsonaro diz: “os que me acusam de não apresentar provas, eu devolvo a acusação, apresente provas que ele não é fraudável”. A funcionária do TSE reforça que todas as ações foram feitas com intuito de esclarecer as desinformações e reforça que “o processo eleitoral é sigiloso, seguro e auditável”. Ela chama algumas desinformações de “recicladas”, pois já circularam e foram esclarecidas anteriormente e ressalta que as ações realizadas pelo TSE não se restringiram ao Twitter:

Durante a transmissão ao vivo, a equipe de comunicação do TSE fez treze publicações no Twitter e enviou ao menos sete boletins com esclarecimentos de informação à imprensa. Ao final da live, foi distribuída uma mensagem final com todos os pontos abordados na live, 18 no total, e link para o esclarecimento. Bom ressaltar, que alguns pontos tinham mais de um esclarecimento feito pelo TSE ao longo dos meses, o que reforça a tese de “reciclagem da desinformação”.

Também durante a transmissão, o TSE publicou um fio¹⁰ com uma série de *tweets* esclarecendo fatos e convidando a população a participar mais ativamente do processo eleitoral. Dentre as informações contidas no fio destacam-se as auditorias existentes, o teste público de segurança realizado pelo órgão, o teste de integridade realizado no dia das eleições nas seções eleitorais, além do papel dos mesários e dos fiscais de partido.

Sobre as ações no dia da *live*, a entrevistada afirma que

8 Disponível em: <<https://twitter.com/tsejusbr/status/1420810853184593921>> Acessado em 17 de janeiro de 2022.

9 Disponível em: <<https://twitter.com/TSEjusbr/status/1420859112871632898>>. Acessado em 29 de novembro de 2021.

10 Disponível em: <<https://twitter.com/TSEjusbr/status/1420810842191372292>>. Acessado em 29 de novembro de 2021.

o Twitter foi a rede social escolhida pela Secom para concentrar os esforços contra a disseminação de notícias falsas no dia da live pelo caráter imediatista e informativo da rede. Muitos jornalistas usam o Twitter e as informações divulgadas no perfil do TSE poderiam ser rapidamente replicadas.

Importa salientar que a escolha do Twitter permitiu ao tribunal utilizar as *affordances* típicas da ferramenta. Apesar de não responder nem citar diretamente o presidente Jair Bolsonaro, o órgão usou de estratégias próprias das mídias sociais para transmitir suas informações. O uso de uma conta oficial e verificada, as publicações com imagens, a utilização de *hashtags* e *links* para mais informações são alguns destes recursos. Além disso, o órgão apostou na rápida possibilidade de espalhamento proporcionada pelo Twitter para alcançar o máximo de pessoas possível, além de jornalistas e veículos de imprensa.

Perguntada sobre o sucesso da ação, a entrevistada afirma que

foi um trabalho inovador para uma instituição pública, um case inédito, porque nós tínhamos um presidente da República fazendo uma *live* com possibilidade de uma denúncia a respeito da urna eletrônica. Tivemos que tomar a decisão de que era o momento de ter uma ação eficaz e rápida para esclarecer e minimizar ao máximo os impactos da desinformação. Nosso maior receio era deixar as informações equivocadas serem amplamente divulgadas sem ter a informação correta para contrapor. Isso nós conseguimos evitar na *live*.

Com base nos elementos da desinformação trazidos por Wardle e Derakhshan (2017), é possível sistematizar o presente estudo de caso conforme apresentado no Quadro 2. A avaliação dos intérpretes é proposta com base na leitura flutuante dos comentários do vídeo¹¹.

Agente	Tipo de ator:	Oficial
	Nível de organização:	Em rede
	Tipo de motivação:	Política
	Nível de automação:	Humano
	Intenção de causar dano:	Sim
	Intenção de enganar:	Sim

11 Comentários negativos podem ter sido apagados pelo administrador do canal.

Mensagem	Duração:	Baseada em evento
	Precisão:	Enganosa/Manipulada
	Legalidade:	Ilegal
	Tipo de impostor:	Indivíduo
	Alvo da mensagem:	Sociedade
Intérprete	Leitura da mensagem:	Hegemônica
	Ação tomada:	Compartilhada em apoio

Quadro 2: Elementos da desinformação no estudo de caso. Fonte: Autoria nossa com base em Wardle e Derakhshan (2017).

Com relação às fases da desinformação, tem-se mais forte a distribuição e reprodução de conteúdos em outras mídias do que necessariamente a criação, visto que, como apontado pela entrevistada, o presidente não trouxe nenhuma desinformação nova e ainda aproveitou o evento para reproduzir vídeos que já haviam circulado na internet.

Sobre os preceitos da comunicação pública elencados na revisão de literatura, pode-se destacar da atuação do TSE o foco no interesse público com a produção e veiculação de material informativo por meio do Twitter e contato com a imprensa. E, ainda, a divulgação de informação voltada para o fortalecimento da cidadania e a disponibilização de informações à sociedade.

Por fim, destaca-se o alinhamento com o princípio de enfrentamento à desinformação defendido pela ABCPública (MEDEIROS e CHIRNEV, 2021). Pode-se perceber, através deste estudo de caso, que instituições públicas podem usar de ferramentas já disponíveis de uso relativamente fácil e baixo custo para enfrentar e desmentir informações falsas que circulem sobre elas ou sobre temas à elas relacionados. O uso do Twitter é só um exemplo, visto que outras estratégias poderiam ter sido adotadas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No contexto do excesso de desinformação e na realidade brasileira onde autoridades políticas utilizam-se de meios oficiais para propagar informações inverídicas, combater a desinformação é um desafio para os gestores em comunicação de instituições públicas. As

declarações de Jair Bolsonaro, questionando a conduta do TSE, reforçam a chamada crise epistêmica e institucional, contribuindo para o descrédito das instituições tradicionais, como é o caso do tribunal analisado.

Este estudo de caso demonstrou como uma instituição pública pode usar de instrumentos de comunicação pública para combater a desinformação através de canais oficiais já existentes, ainda que não enfrente diretamente o agente produtor da desinformação.

A análise de viés qualitativo e caráter descritivo apresenta diversas limitações e não pode ser usada em generalizações. Trata-se de um estudo de caso específico e de escopo limitado, visto que analisou pontualmente a transmissão exibida no dia 29 de julho de 2021 e a estratégia adotada pelo TSE no Twitter nesse mesmo dia. Além disso, estudos de recepção seriam indicados para perceber como ambas as mensagens foram recebidas e mensurar qual das duas vertentes obteve mais impacto sobre a sociedade brasileira. Acredita-se, por fim, que mais ações como estas podem ser reproduzidas e utilizadas por outras instituições no intuito de desmentir informações falsas ou parcialmente falsas a que sejam atingidas.

Mesmo diante das limitações listadas, considera-se a importância deste estudo para a área da comunicação pública, especialmente voltada ao combate à desinformação, principalmente por ser um desafio novo ainda pouco explorado na academia.

Defende-se, assim, como argumento conclusivo, que o combate à desinformação passe a figurar entre as funções da comunicação pública e no rol de atividades desenvolvidas pelos comunicadores públicos na atualidade.

REFERÊNCIAS

BRAGA, J. L. Comunicação, disciplina indiciária. **MATRIZES**, [S. l.], v. 1, n. 2, p. 73-88, 2008. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v1i2p73-88. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38193>>. Acesso em: 23 maio 2022.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de comunicação pública. In: Duarte, Jorge (org). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012. p. 1-33.

BOYD, Danah. Social network sites as networked publics: affordances, dynamics, and implications. In: PAPACHARISSI, Z. (ed.). **A networked self: identity, community, and culture on social network sites**. Abingdon: Routledge, 2010. p. 39-58.

DUARTE, Jorge. Instrumentos de comunicação pública. In: Duarte, Jorge (org). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012. p. 59-71.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. As dimensões humana, instrumental e estratégica da Comunicação Organizacional: recorte de um estudo aplicado no segmento corporativo. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 267-289, Dez. 2012. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.1590/S1809-58442012000200014>

MARINELI, Fábio. O terraplanismo e o apelo à experiência pessoal como critério epistemológico. **Caderno Brasileiro de Ensino de Física**, [S.L.], v. 37, n. 3, p. 1173-1192, 16 dez. 2020. Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). <http://dx.doi.org/10.5007/2175-7941.2020v37n3p1173>.

MASSUCHIN, Michele Goulart; TAVARES, Camila Quesada; MITOZO, Isabele Batista; CHAGAS, Viktor Henrique Carneiro de Souza. A estrutura argumentativa do descrédito na ciência: uma análise de mensagens de grupos bolsonaristas de Whatsapp na pandemia da COVID-19. **Fronteiras - estudos midiáticos**. v. 23, n. 2, p. 160-174, 2021. Disponível em: <<https://doi.org/10.4013/fem.2021.232.11>>. Acesso em: 29 nov. 2021.

MEDEIROS, Armando; CHIRNEV, Lilian. **Guia de comunicação pública**. Brasília: Associação Brasileira de Comunicação Pública, 2021. Disponível em: <https://abcpublica.org.br/wp-content/uploads/2021/10/Guia_de_Comunicac%CC%A7a%CC%83o_Pu%CC%81blica.pdf>. Acesso em: 29 nov. 2021.

MIOLA, Edna; MARQUES, Francisco Paulo Jamil. POR UMA DEFINIÇÃO DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA: tipologias e experiências brasileiras. **Compolitica**, Porto Alegre, 10 maio 2017. Disponível em: <http://compolitica.org/novo/anais/2017_MIOLA-MARQUES.pdf>. Acesso em: 30 nov. 2021.

MOTTA, Johnny Ribas da; DEL BIANCO, Nelia Rodrigues. Comunicação Pública e Desinformação em Saúde: análise das estratégias comunicacionais do Ministério da Saúde na cobertura da Campanha Nacional de Vacinação contra a Poliomielite e contra o Sarampo de 2018. In: Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas, 15., São Paulo/SP. **Anais...** São Paulo: 2021. Disponível em: <<http://portal.abrapcorp2.org.br/wp-content/uploads/2021/07/sff-165.pdf>>. Acesso em: 25 maio 2022.

OLIVEIRA, María Livia Pacheco de; COLPO, Caroline Delevati. Comunicação organizacional e desinformação: uma reflexão sobre comunicação pública no Brasil durante a pandemia da covid-19. **Organicom**, [S. l.], v. 18, n. 37, p. 49-61, 2021. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2021.187930. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/187930>>. Acesso em: 25 maio 2022.

OLIVEIRA, Thaianne Moreira de. Como enfrentar a desinformação científica? Desafios sociais, políticos e jurídicos intensificados no contexto da pandemia. **Liinc em Revista**, [S. l.], v. 16, n. 2, p. e5374, 2020. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/liinc/article/view/5374>>. Acesso em: 3 ago. 2021.

RECUERO, Raquel. #FraudenasUrnas: estratégias discursivas de desinformação no Twitter nas eleições 2018. **Revista Brasileira de Linguística Aplicada**, Belo Horizonte, MG, v. 20, n. 3. 2020. pp. 383-406. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rbla/a/vKngHPRMJxbybBVRLYN3YTB/abstract/?lang=pt#>>. Acesso em: 25 maio 2022.

RIBEIRO, Ednaldo Aparecido. Confiança política na América Latina: evolução recente e determinantes individuais. **Revista de Sociologia e Política**, [S.L.], v. 19, n. 39, p. 167-182, jun. 2011. FapUNIFESP (SciELO). Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0104-44782011000200012>>. Acesso em: 29 nov. 2021.

SILVA, Michel Carvalho da. A comunicação legislativa e a agenda pública: A campanha do Senado contra a desinformação. **Agenda Política**, [S. l.], v. 8, n. 2, p. 145–162, 2022. DOI: 10.31990/agenda.2020.2.8. Disponível em: <<https://www.agendapolitica.ufscar.br/index.php/agendapolitica/article/view/360>>. Acesso em: 25 maio 2022.

TSE. Tribunal Superior Eleitoral. **Programa do TSE contra desinformação é finalista do Prêmio Innovare**. 2021. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2021/Outubro/programa-do-tse-contra-desinformacao-e-finalista-do-premio-innovare>>. Acesso em: 28 nov. 2021.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policymaking**. Estrasburgo: Conselho Europeu, 2017.

WHO. World Health Organization. **Infodemic**. 2021. Disponível em: <<https://www.who.int/health-topics/infodemic>>. Acesso em: 28 nov. 2021.

ZÉMOR, Pierre. As formas da comunicação pública. In: Duarte, Jorge (org). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012. p. 214-245.

COMO CITAR ESTE ARTIGO

SILVA, Maurílio Luiz Hoffmann da; BENATO, Arielly Cristina de Moura Grande; MENDES, Mariana Reis. Comunicação pública no combate à desinformação: uma estratégia do Tribunal Superior Eleitoral no Twitter. **Revista Culturas Midiáticas**, João Pessoa, v. 18, pp: 4-21. DOI: <https://doi.org/10.22478/ufpb.2763-9398.2023v18n.63529>.