

Fake News e Organizações da Justiça: Análise do Tribunal Superior Eleitoral

Kassia Hellen Martins (UP)
Caroline Coradassi Almeida Santos (UP)
Edson Ronaldo Guarido Filho (UP)

Resumo

A conexão entre política, eleição e internet pode ser um dos maiores desafios da última década para o Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Isso, pois, como explica o jurista Ricardo Campos, não se discute mais questões políticas em cafés como no século XIX. É patente que o direito não pode se furtar de reconhecer que a internet mudou a referência de velocidade da comunicação entre as pessoas, assim, é de se esperar avanços na disseminação de mentiras - que por sua vez sempre existiram. Com efeito, instrumentos como redes sociais fomentaram liberdade de expressão e impacto social em tempo integral, além da globalização da comunicação. Doutra parte, nota-se um descaso com a ética e com a verdade. Esses dois fatores passaram a levantar preocupação do TSE ao se perceber os impactos da desinformação que visa o enfraquecimento das organizações e instituições de ordem democrática. Objetivou-se com o presente trabalho, de natureza descritiva, analisar as reações do TSE frente à desinformação. tipos de frames: i.) *frames* vinculados a aspectos de justiça que se referem à indignação moral expressa em palavras e que apresentam denúncias e culpados; ii.) *frames* de agência vinculados a transmissão de ideias e recortes de temas ampliados e tratados em destaque; e iii.) *frames* de identidade vinculados as definições entre as formas de reações.

Palavras-Chaves: *fake news*, eleições, debates políticos, Tribunal Superior Eleitoral.

1 Introdução

Decorrente do amplo acesso à internet, foi possível obter facilidades de comunicação e troca de informações. Porém, na mesma proporção avançou o desenvolvimento pela disseminação de notícias inverídicas, distorcidas e/ou fraudulentas.

A preocupação com a *fake news* tem sido questão de forte concentração e importância em organizações institucionalizadas, especialmente à justiça eleitoral. E espera-se certa autoridade do Tribunal Superior Eleitoral frente ao combate à desinformação, contudo, combater a *fake news* é em verdade combater um conteúdo. O que significa uma análise da mensagem a fim de qualificar como uma possível notícia que pode ser removida ou que possa ser impedida da sua publicação por diretrizes normativas.

Neste cenário, a abordagem que se propõe é consultar o que se entende por *fake news* partindo para como a ação institucional no âmbito da Justiça se mobiliza para reagir e responder a grande onda de notícias inverídicas que foi marcado em pleito brasileiro a partir das eleições presidenciais de 2018.

Partindo da premissa que a *fake news* não contempla de definição unânime, compreendemos o termo a partir da contextualização feita pelo estudioso da psicanálise Gregory Bateson (1980) que constatou uma relação meta-comunicativa em um de seus estudos, em que é possível perceber determinada ação em razão da troca de sinais que é transmitida entre os atores. A proposta do autor foi de compreender a esquizofrenia no processo psicoterápico por meio da comunicação, ressaltando as interações psicopatológicas. Bateson (1980) parte de uma distinção de vários níveis presentes na comunicação, como denotativo, metalinguístico e

metacomunicativo. O nível denotativo refere-se ao conteúdo, porquanto o metalinguístico é como a mensagem repensa a linguagem por meio de sinais implícitos e explícitos. Já o nível metacomunicativo envolve elementos que definem a relação entre as partes. E, para representar a teoria, o autor observou dois macacos procurando critérios comportamentais que pudessem indicar a situação. Foi percebido que, embora os macacos estivessem brincando, havia certas condutas típicas de uma briga, portanto, a metacomunicação de ambos os animais concluiu que o evento se tratava de uma brincadeira e não de uma briga ou combate.

Nesta constatação, Bateson (1980) propõe o conceito de *enquadre* na comunicação entre terapeuta e paciente, em âmbito da psicoterapia. Tal conceito dispõe de instruções para compreender diversas mensagens em determinada situação. Assim, todo *enquadre* metacomunicação, sendo, portanto, necessário que as partes estejam atentas a contextualização e delimitação da mensagem, a fim de “fornecer uma resposta adequada à situação presente e melhor corroborar a construção da comunicação em curso” (Ribeiro & Garcez, 2002, p. 86).

Essas ideias também são trabalhadas por Erving Goffman (1986), que objetivou investigar sobre pequenas interações que organizam as pessoas cotidianamente no mundo. Interações que indaga o questionamento “o que está acontecendo aqui?”. Neste sentido, para o autor, enquadramento é o que permite responder o questionamento. Nesta via é que se percebe que em uma única situação é possível ter mais um enquadramento, o que o autor chama de quadros, que por sua vez pode se sobrepor um ao outro e ainda, algum ou alguns quadros (ou *frames*) podem ser invisibilizados de acordo com a cultura e experiência de cada sujeito. Para explicar os quadros, o autor subdivide a categoria em: quadros primários e *footing*. Enquanto a preocupação da sobreposição de quadros fica esclarecido pelo *footing*, pois elucida sobre o posicionamento dos interlocutores que estão engajados em determinada interação. Assim, o autor explica que o *footing* é construído e transformado a partir de discursos dos atores de uma interação e que “uma mudança de *footing* implica uma mudança no alinhamento que assumimos para nós mesmos e para os outros presentes, expressa na maneira como conduzimos a produção ou a recepção de uma elocução.

Esse relacionamento prévio, de enquadramento, permite sinalizar que uma única situação pode ser transmitida por diferentes *frames*, o que nos leva a uma análise mais próxima sobre a *fake news* e/ou como a interação de atores políticos causa engajamento social, sendo ele verdadeiro, mentiroso ou parcialmente verdadeiro e parcialmente mentiroso – indo para além do raciocínio binário da análise.

Para demonstrar o impacto das *fake news* foram coletados dados de janeiro de 2022 até o final de março de 2022, que demonstraram que o Tribunal Superior Eleitoral passou a se organizar em reuniões e em seminários com o objetivo de discutir, em âmbito nacional e internacional, medidas práticas e eficazes de combate a informação fraudulenta. Não obstante foram notadas as inúmeras campanhas em redes sociais, mudança no *layout* do site oficial que visou a facilitação no acesso, bem como o uso intensivo das agências de checagem, que passou a ser um dos maiores artifícios do Tribunal Superior Eleitoral para combater as mentiras que circulam a internet.

Considerando que notícias fraudulentas objetivam causar insegurança jurídica sobre as organizações da democracia, a ofensiva direta e indireta contra o Judiciário Eleitoral e procedimentos relacionados às eleições, o estudo apresenta as reações do Tribunal Superior Eleitoral frente ao combate do conteúdo de *fake news* a partir de pesquisa em indexador Google, sites oficiais do Poder Eleitoral, sessão plenária e julgamentos, bem como projetos de leis e as parcerias firmadas pelo Tribunal Superior Eleitoral, cuja finalidade objetiva o combate a disseminação da desinformação.

2 Procedimentos Metodológicos

Considerando o avanço da internet e a possibilidade de comunicação ilimitada, o uso estratégico das notícias cresceu de forma a promover maior interação com o público-alvo. Segundo Entman (1993) a forma como a mensagem é estruturada depende do público-alvo que o enunciador deseja alcançar. O que significa dizer que um único evento tem diversos *frames* que serão disparados de acordo com os grupos de interações. Nesse sentido, os *frames* que dizem respeito a *fake news*, os quais tinham objetivo direto ou indireto de ameaçar organizações institucionalizadas da democracia foram analisados a partir do ano de 2018. Justifica-se o período por entender que o termo *fake news* foi reconhecido mundialmente a partir das eleições presidenciais norte-americanas do ano de 2016, sendo que em território brasileiro o conteúdo teve sua primeira onda nas eleições presidenciais de 2018.

O período de coleta se deu entre dezembro de 2021 a março de 2022, sendo ao total 352 dados, que foram analisadas a fim de demonstrar quais foram as maiores estratégias adotadas pelo Tribunal Superior Eleitoral no âmbito da desinformação, bem como a quantidade de projetos de leis elaborados no período de 2018 a 2022 (dados coletados até março de 2022). Além disso, objetivou-se analisar as notícias de maior relevância sobre a temática por meio do Indexador Google, site oficial do Tribunal Superior Eleitoral, indexador do YouTube e sites oficiais do Senado e Câmara Municipal.

O estudo percorre a abordagem qualitativa que se desenvolve a partir de materiais bibliográficos e documentos oficiais, documental-bibliográfica, a fim de compreender as reações do Tribunal Superior Eleitoral face às *fake news*. Na etapa de coleta de dados foram utilizadas fontes como: i.) indexador Google; ii.) indexador do YouTube; iii.) site oficial do Tribunal Superior Eleitoral; iv.) projetos de leis;

Em relação a busca pelo indexador Google, o critério utilizado se deu da seguinte maneira: relevância de dados encontrados nas 3 primeiras páginas de resultado da pesquisa procurada como reações do TSE sobre *fake news*. Na coleta por meio do indexador YouTube, foram coletados os conteúdos das 5 primeiras páginas. Já a coleta do site oficial do Tribunal Superior Eleitoral, foram coletadas as matérias de maior relevância (corte do próprio site), informativos oficiais, julgados do TSE em âmbito da desinformação, bem como as 10 primeiras páginas do indexador do site oficial sobre as matérias de 2018 a 2022. A exemplo, veja-se:

O que?	Origem
Fake news e combate TSE	Indexador Google (01.01.18 - 12.07.20)
Fake news e combate TSE	Indexador Google (12.07.20 - 28.02.22)
Reações TSE fake news	Indexador Google (relevância)
Reação TSE fake news	Youtube (relevância)
Fake news e combate TSE	Indexador TSE (relevância)
Desinformação	Indexador TSE (relevância)
Projeto de Lei fake news	Câmara dos Deputados
Projeto de Lei fake news	Senado

Consta como total 352 dados coletados, que passaram por processo de leitura das matérias e documentos oficiais e acompanhamento dos vídeos do indexador YouTube, partindo para a análise das matérias, documentos e vídeos. Para a análise dos dados foram utilizados programas como: *tableau* e *maxqda*. Na sequência da análise, os dados foram categorizados

por: a) estratégia que mais foi adotada pelo Tribunal Superior Eleitoral; b) em que consiste os projetos de lei; c) julgamentos realizados pelo Poder Eleitoral; d) *fake news*; e e) outros.

A análise de conteúdo considerou o estudo de Gregory Bateson (1980) e Erving Goffman (1986), que desenvolve o conceito de enquadramento, em *Frame analysis: an essay on the organization of experience* (1986), em que se delimita e aplica o conceito de enquadramento em sistemas sociais, cujo foco principal incide em identificar o que está acontecendo nas pequenas interações sociais a partir da organização de pequenas interações do dia a dia. De tal modo que, Goffman define *frame* como organizações que governam acontecimentos sociais com envolvimento humano subjetivo nesses acontecimentos (Goffman, 1986).

3 Referencial Teórico

Partindo da premissa que a *fake news* não contempla de definição unânime, compreendemos o termo a partir da contextualização feita pelo estudioso da psicanálise Gregory Bateson (1980) que constatou uma relação meta-comunicativa em um de seus estudos, em que é possível perceber determinada ação em razão da troca de sinais que é transmitida entre os atores. A proposta do autor foi de compreender a esquizofrenia no processo psicoterápico por meio da comunicação, ressaltando as interações psicopatológicas. Bateson (1980) parte de uma distinção de vários níveis presentes na comunicação, como denotativo, metalinguístico e metacomunicativo.

O nível denotativo refere-se ao conteúdo, porquanto o metalinguístico é como a mensagem repensa a linguagem por meio de sinais implícitos e explícitos. Já o nível metacomunicativo envolve elementos que definem a relação entre as partes. E, para representar a teoria, o autor observou dois macacos procurando critérios comportamentais que pudessem indicar a situação. Foi percebido que, embora os macacos estivessem brincando, havia certas condutas típicas de uma briga, portanto, a metacomunicação de ambos os animais concluiu que o evento se tratava de uma brincadeira e não de uma briga ou combate.

Nesta constatação, Bateson (1980) propõe o conceito de *enquadre* na comunicação entre terapeuta e paciente, em âmbito da psicoterapia. Tal conceito dispõe de instruções para compreender diversas mensagens em determinada situação. Assim, todo *enquadre* metacomunicação, sendo, portanto, necessário que as partes estejam atentas a contextualização e delimitação da mensagem, a fim de “fornecer uma resposta adequada à situação presente e melhor corroborar a construção da comunicação em curso” (RIBEIRO e GARCEZ, 2002, p. 86).

Essas ideias também são trabalhadas por Erving Goffman (1986), que objetivou investigar sobre pequenas interações que organizam as pessoas cotidianamente no mundo. Interações que indaga o questionamento “o que está acontecendo aqui?”. Neste sentido, para o autor, enquadramento é o que permite responder o questionamento. Nesta via é que se percebe que em uma única situação é possível ter mais um enquadramento, o que o autor chama de quadros, que por sua vez pode se sobrepor um ao outro e ainda, algum ou alguns quadros (ou *frames*) podem ser invisibilizados de acordo com a cultura e experiência de cada sujeito. Para explicar os quadros, o autor subdivide a categoria em: quadros primários e *footing*. Do primeiro, compreende-se que a aplicação de acordo com a cultura, que permite “situar, perceber, identificar e rotular um número quase infinito de ocorrências concretas definidas em seus termos” (Goffman, 1986, pp. 21). Enquanto a preocupação da sobreposição de quadros fica esclarecido pelo *footing*, pois elucida sobre o posicionamento dos interlocutores que estão

engajados em determinada interação. Assim, o autor explica que o *footing* é construído e transformado a partir de discursos dos atores de uma interação e que “uma mudança de footing implica uma mudança no alinhamento que assumimos para nós mesmos e para os outros presentes, expressa na maneira como conduzimos a produção ou a recepção de uma elocução”. (Goffman, 2022, p. 113).

Segundo Cefaï (2007) o que acontece no mundo nos convoca a interagir em coletivo, sendo assim, os alinhamentos das operações de enquadramento são estudados nesses momentos, de coletivo, pessoas se unindo porque foram, de certa forma, convocadas a interagir em coletivo visto os acontecimentos e notícias de impacto.

Sendo que um dos impactos da interação coletiva é que os enquadres podem ser facilmente manipulados. Manipulados pela forma de comunicação, que para Van Gorp (2007) são os *frames*. Entende-se que o quadro permite identificar posicionamentos e engajamentos. Mas para, além disso, a identificação dos quadros ou do quadro permite identificar a interação do programa com a audiência, bem como a “expressão” cultural da sociedade a época dos fatos – considerando a constante alterações de padrões, mesmo que micro.

Dito isso, é possível perceber o uso de enquadre para discurso. Robert Entman (1993) entende que: enquadrar é selecionar alguns aspectos da realidade percebida e ressaltá-los em um texto comunicativo, promovendo uma definição particular de um problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral e/ou um tratamento recomendado. O que leva a seguinte questão: de que modo à mídia enquadra uma eleição?

Neste sentido, o autor explica que enquadrar envolve: nível textual, nível cognitivo, nível extra midiático e estoque de frames disponíveis para determinadas culturas. Considerando o exposto, para esta pesquisa, fica como foco a vertente de enquadre que dispõe da estratégia, que fomenta de modo mais próximo da disseminação de *fake news*, isso considerando a sua forma consciente, livre e espontânea e não aquela compartilhada sem conhecimento ou sem intenção de real manipulação ou disseminação de conteúdo mentiroso ou em parte inverídico. Além disso, levando em consideração que o enquadre é estratégico para proliferar e gerar determinado efeito, que no caso em tela, é a deslegitimação de instituições democráticas.

Outrossim, a psicologia cognitiva nos ajuda a compreender que enunciados impactantes despertam sentimentos tão fortes que muitas vezes o leitor nem sequer confere a veracidade, pois o impacto do enunciado foi suficiente. Efeito objetivado.

Dessa forma, pequenas alterações na forma de apresentar os fatos podem ser determinantes para a apreensão em massa. Sendo assim, pode-se informar que os *frames* são vieses constituídos pelo enunciador.

3.1 Legitimidade e Instituição

A legitimidade é definida como uma percepção generalizada ou ainda uma suposição de ações de uma entidade que são desejáveis, adequadas ou apropriadas dentro de um sistema normativo, com valores e crenças (Suddaby, Bitektine, & Haack, 2017). Legitimidade é o conceito central do institucionalismo organizacional e sua importância deriva da premissa de que as organizações, enquanto parte do sistema social, necessitam mais do que recursos técnicos e informação do ambiente, elas necessitam também de aceitação e credibilidade. A legitimidade organizacional é, portanto, a consequência da interpretação das ações a partir da comparação com valores socialmente legítimos (Suddaby, Bitektine, & Haack, 2017).

Assim, seguindo esta linha, quando um dos valores predominantes é a desinformação, aquilo que se enquadra no escopo de legitimidade organizacional tende a ficar enfraquecida a ponto da população descredibilizar organizações de ordem democrática, como é o caso das *fake*

news que envolvem o Tribunal Superior Eleitoral, evidentemente em manifestações ao manifestar pelo seu fechamento, bem como a solicitando o voto impresso, com identidade do *frame* de injustiça por quem acredita que a disseminação de inverdades é verídicas, são fatos.

Para Talcott Parsons (2005), as organizações são definidas como um sistema orientada para a realização de uma meta específica, que necessariamente devem contribuir com o sistema de forma ampla. Isto é, as organizações devem ser definidas a partir de uma contribuição real com a sociedade. Nesta linha, o autor coloca a legitimidade num aspecto importante da integração de elementos motivacionais e culturais de uma sociedade.

Consequentemente, os autores Berger e Luckmann (2008) definem que o papel de legitimação serve para a manutenção e transmissão de uma ordem social e terá seu desenvolvimento de maneira específica na construção social da sociedade como realidade objetiva. Neste escopo, as instituições são tipificadas a legitimação, qual recebe à ordem institucional por meio de “fórmulas legitimadoras” (Berger e Luckmann, 2008, p. 88).

Independente da linha de estudo sobre onde recaí a legitimidade, há que considerar, segundo o que ensina os estudiosos supracitados, é que as instituições têm legitimidade a fim de assegurar a ordem que implica e se destina a própria sociedade. Neste sentido, a legitimidade fica também sensível a interpretação da sociedade sobre suas ações, a partir da comparação com valores socialmente legítimos.

Por entender que as ações de instituições legitimadas podem não agradar a todas as pessoas, elas (instituições) estão a mira de ataques que nem sempre são fundamentados por argumentos reais. De toda forma, mesmo que por mera especulação e/ou manifestações mais organizadas, quando a sociedade ataca a uma instituição isso pode abalar e desestabilizar certa legitimação, ou então, ao menos, este pode ser o intuito da demonstração da rejeição.

Ora, o que está em discussão não é se instituições podem ou não ser alvo de críticas e debates. O que se discute é por qual fundamento, parte da sociedade se organiza em prol de desestabilizar certas instituições, como por exemplo o Tribunal Superior Eleitoral. Se as razões pelas quais as críticas são argumentadas forem de cunho inverídico, o TSE deve criar mecanismos para se reconhecer, perante a sociedade, novamente, e se manter confiável. Significa dizer que é perigoso que instituições sejam alvo por argumentos inverídicos que, por conseguinte, isso atinja a democracia e legitimação de uma instituição mantedora de ordem nacional e, mais uma vez, democrática.

3.2 Fake News como argumento contra as instituições

O termo *fake news* passou a ser utilizado durante as eleições presidenciais do Estados Unidos, especialmente pelo candidato a época Donald Trump que criticava os jornais tradicionais face a matérias que criticavam seus ideais e condutas. Neste sentido, Waisbord (2018) define *fake news* como uma estratégia usada por políticos de direita, comentaristas e até mesmo ativistas para punir organizações de notícias críticas, que, de algum modo, os atinjam. No Brasil, não foi de total diferença, já que a primeira onda de desinformação se deu em grande potencial nas eleições presidenciais de 2018.

Já o estudo realizado pelos pesquisadores Hunt Allcott e Matthew Gentzkow (2018), compreende que o termo é um disfarce de veículo jornalístico que difunde informações incorretas para enganar determinado grupo, o que vai além de mero boato.

Na tentativa de definir o termo, estudiosos como Tandoc, Lim e Ling (2018) compreendem que a *fake news* deve ter intenção de enganar, mas dada a amplitude e diversos frames existem dimensões da *fake news* que são utilizadas de acordo com o público-alvo. Assim, os autores relacionam duas dimensões de *fake news*: i) fabricação de conteúdo que tenha

um pouco de relação com os fatos em verdade, mas com alta intenção de enganar determinado público-alvo; e ii) fabricação de conteúdo em forma de sátira. Para eles, ambas têm como fator central a intenção de enganar.

Nesta ceara, cumpre destacar que alguns autores discordam que a sátira seja considerada como uma dimensão de *fake news*, pois, em tese, sátira é aquilo que é “improvável que seja mal interpretado como fato”, porém não há garantia que a sátira será interpretada de acordo com o que deseja o enunciador, de modo que pode ser interpretada erroneamente (KLEIN E WUELLER, 2017).

Diante do que se expõe, é possível compreender que não há definição unânime sobre o termo *fake news*. Assim, através das leituras e análises sobre a temática, entendo *fake news* como uma arma política que intencionalmente causa danos públicos e democráticos. Se o termo teve suas primeiras aparições em debates políticos nas eleições presidenciais norte-americanas, é assim que pretendo manter – em âmbito eleitoral.

3.3 A Desinformação e a Atuação do Tribunal Superior Eleitoral

No âmbito de capacitar a população e disponibilizar informações relevantes para o eleitorado brasileiro, a Assessoria de Comunicação do Tribunal Superior Eleitoral disponibilizou dez páginas, portais, para informações qualificadas, são: i) Fato ou Boato; ii) Desinformação; iii) Portal das Eleições; iv) Jovem Eleitor; v) Segurança do Processo Eleitoral; vi) Teste Público de Segurança; vii) Conheça a Justiça Eleitoral; viii) Biometria; ix) Título Eleitoral; e x) #ParticipaMulher. Além disso, o Tribunal Superior Eleitoral alterou o *layout* do site oficial, a fim de torná-lo mais intuitivo, atraente e amigável.

Em busca pelo indexador do site oficial do TSE sobre *fake news* e as reações do TSE, percebeu-se que o Tribunal esteve em diversos debates e seminários nacionais e internacionais para discutir a *fake news* e estratégias para combater a disseminação da desinformação.

O Projeto TSE contra *fake news* foi finalista do 16º prêmio *Innovare*. O aludido projeto teve foco no monitoramento da disseminação da desinformação e, através do Comitê de Contrainformação, às *fake news* eram respondidas, a fim de esclarecer a veracidade da transmissão daquela desinformação.

Por meio da Portaria TSE nº 510 de 04 de agosto de 2021, que institui o Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação no âmbito da Justiça Eleitoral, o qual considerando a difusão de informações falsas que representem ameaça e risco a bens e valores essenciais à sociedade, como a democracia, bem como da necessidade de combater a disseminação de notícias fraudulentas, efetiva parcerias com as principais plataformas digitais que operam no Brasil, com estratégias para combater a *fake news*. A parceria foi renovada no dia 15 de fevereiro de 2022 em evento ao vivo e transmitido pelo canal de YouTube do TSE. Considerando o bom desempenho, a medida requer cooperação para as eleições gerais do ano de 2022.

Em maio de 2020, foi apresentado no Senado Federal a Proposta de Lei nº 2.630/2020, denominado como Lei das *fake news*. O referido projeto, em sua originalidade previa que houvesse exigência de documentos de identificação para abrir contas em redes sociais, assim, evitando perfis de boots e anônimos que possam gerar conteúdo fraudulento. Curiosamente, a versão aprovada eliminou esse ponto.

Considerando, portanto, que *frame* não diz respeito a estratégia construída apenas pelo enunciador, pelo qual trata-se de estrutura por meio de encontro entre sujeitos em determinada situação social. Assim, Louis Quéré (1995, 2000) buscou refletir como se insere certos *frames* e explica que é identificado, organizado e dada às interações, de modo que é possível identificar o modo mais adequado de orientar determinada ação.

Por meio de leituras e análises envolvendo o que se entende por enquadramento e *frame*, relaciona-se com a disseminação da desinformação e reconhece que em anúncios com notícias viciadas e fraudulentas, que objetivam causar insegurança jurídica sobre as organizações institucionais democráticas, é feita uma seleção de *frame* (quadros) a fim de estabelecer maior interação.

O avanço da internet possibilitou um forte avanço na interação e na mesma proporção avançou o desenvolvimento pela disseminação de notícias inverídicas. A partir da Lei nº 13.488/2017, que altera a Lei das Eleições, passou a ser possível a utilização da internet em redes como blogs, redes sociais e aplicativos de mensagens instantâneas para que os(as) candidatos(as) políticos fomentem propaganda eleitoral, no período eleitoral. A referida lei se equiparou as diretrizes do Marco Civil da Internet, o qual limita conteúdos apenas nos casos de ofensas a honra ou fatos inverídicos.

Embora o Superior Tribunal Eleitoral tenha informado que dispunha de tratativas e medidas a fim de controlar as desinformações na rede de internet, as eleições presidenciais de 2018 ficaram marcadas pelo uso das *fake news*, que infelizmente fugiu do alcance de controle da instituição.

Os *frames* (Louis Quéré, 1995 - 2000) são utilizados nos mais diversos tipos de comunicação, desde o jornalismo cidadão até em conversas via aplicativos de mensagens instantâneas e pessoalmente. Decidir o enquadramento de determinado quadro tem-se como requisito saber com quem o enunciador vai conversar para que haja maior interação. Assim, grupos que disseminam falsas informações em alto, médio ou baixo nível, viabilizam êxito na interação.

Para além do objetivo central de um enunciado que desinforma conteúdos, há forte motivação financeira que envolve grupos e fábricas de transmitirem *fake news* de modo avançado, rápido e eficaz e podem ser categorizados como: a) os robôs; b) os ciborgues; c) os robôs políticos; d) o fake clássico; e) os ativistas em série (Wardle & Derakhshan, 2017). Cada categoria tem em comum disparar desinformação com viés de favorecer candidato político e/ou razão financeira.

Embora a mentira no âmbito eleitoral não seja algo que surgiu a partir de 2018, no Brasil, ao passo que a tecnologia avança o eixo de preocupação continua sendo a comunicação e manipulação do voto.

Na tentativa de intervenções e combate às *fake news*, a pesquisa intitulada *The spread of true and false news online*, conduzida por Soroush Vosoughi, Deb Roy e Sinan Aral (2018), identifica duas categorias de intervenção: a) as que buscam mudanças estruturais destinadas a e visa a exposição das *fake news*; b) aquelas que visam capacitar os indivíduos a avaliar o que são às *fake news* e como identificá-la.

Ante o exposto e com base na coleta de dados, foi possível perceber que nos últimos anos o Tribunal Superior Eleitoral realizou uma série de ações, campanhas e programas objetivando combater à desinformação, bem como buscou por ressaltar a credibilidade da Justiça Eleitoral, a democracia, a transparência do sistema de votação, além da segurança e sigilo.

A partir da análise de dados é possível perceber que a estratégia adotada pelo TSE teve como foco primordial o combate à desinformação de modo objetivo. Das 352 coletas de dados, foram categorizados entre: a) combate; b) projeto de lei; c) pesquisa civil; d) fake news; e e) outros. Veja-se que a categoria “combate” foi a mais utilizada para romper com a disseminação de desinformação e ressaltar a credibilidade do Tribunal Superior Eleitoral. Veja-se:

Figura 1. Principais termos vinculados ao combate as fake news

projeto de lei outro combate pesquisa civil fakenews

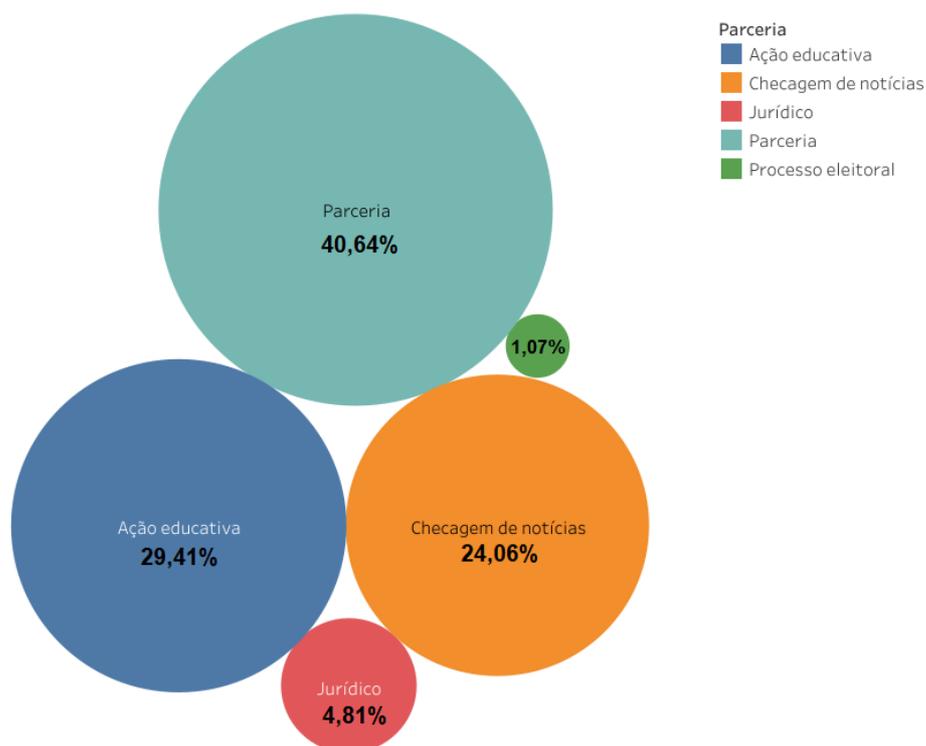
Fonte: dados da pesquisa (2022)

4 Análise de dados e resultados

Fica evidente que dentre as estratégias de combate a informação fraudulenta, o Tribunal Superior Eleitoral buscou estratégias de combate. Contudo, para melhor compreender esse panorama, veja-se os *frames* da aludida estratégia.

Figura 2. Reações de combate as fake news

COMBATE



Fonte: dados da pesquisa (2022)

Neste cenário, que ganhou maior relevância pelo Tribunal Superior Eleitoral, a instituição buscou por parcerias que pudessem disseminar a importância da instituição, bem como a condução de notícias verídicas, objetivando, para tanto, formas identificação sobre notícias compartilhadas e não lidas – literatura do título. Desse modo o apoio nas redes sociais, imprensa e outros meios de comunicação foram indispensáveis, de tal maneira que 40,64% da

coleta de dados que foi enquadrado como “combate” é a parceria efetiva com as redes de informações.

Não distante é a ação educativa adotada pelo então Tribunal, que participou ativamente de seminários nacionais e internacionais, debates, comentários à imprensa e até mesmo apresentando respostas a questionário executado pelas Forças Armadas. O referido questionário contou com perguntas acerca a votação eletrônica, cujo objetivo do Tribunal Superior Eleitoral, dentre tantos, foi de apresentar respostas a todas as perguntas a fim de aumentar a transparência do processo eleitoral.

A participação em seminários e debates, por sua vez, teve como principal intuito compreender como a disseminação da desinformação afeta as instituições em anos eleitorais e discutir maneiras de romper com o *déficit* de informação e efetivar maior transparência e confiança nas instituições. Sendo que nesta, especificamente nos seminários, o Tribunal apresentava as estratégias adotadas para o combate à desinformação.

E, por falar em agências de checagem, segundo os dados coletados, é possível perceber que desde as Eleições Presidenciais de 2018, o Tribunal Superior Eleitoral tem trabalhado no desenvolvimento de estratégias para enfrentar o fenômeno da *fake news*, o que veio a revelar grande potencial em seminários internacionais cujo Tribunal Superior Eleitoral apresentou suas estratégias para combater à desinformação. As estratégias de combate que foram adotadas contra a *fake news*, cujo foco foi o esclarecimento de matérias e notícias por meio de sites de checagem como: Fato ou Boato, Fato ou Fake e outros. Sobre o tema, a Ministra Rosa Weber (2019) destaca que “São sérios e graves os danos que a desinformação pode causar à imagem e à credibilidade da Justiça Eleitoral, à execução das atividades a ela incumbidas e aos atores envolvidos. Nesse sentido, o TSE atuou firmemente dentro dos limites de suas atribuições para reduzir os impactos causados pelas chamadas *fake news*”.

Com uma porcentagem de estratégia mais baixa, porém com muita relevância, é o jurídico, que não diz respeito a atuação do Tribunal Superior Eleitoral em julgamentos e/ou decisões sobre a temática. Trata-se de notícias verdadeiras sobre como o TSE pode atuar em casos de parlamentares que espalharem *fake news* ou ainda, sobre quais os impactos na atuação do TSE determinados Projetos de Lei podem causar, bem como possíveis cassação de mandatos e outros.

Neste contexto, importa recordar que se para Cefaï (2007) os acontecimentos do mundo convocam uma interação coletiva que por sua vez versa sobre o enquadramento daquele momento, é nítida a ideia de que os impactos dessa interação podem ser facilmente manipulados. Não à toa é que a *fake news* se demonstra mais forte em anos eleitorais, já que, como afirma Waisbord (2018) a disseminação de *fake news* é uma estratégia adotada por políticos de direita, comentaristas e até mesmo ativistas para punir organizações de notícias críticas, que, de algum modo, os atinjam ou que não demonstrem passividade em condutas por estes mesmos políticos e/ou ações por eles desempenhadas.

Em meio as campanhas para o combate à desinformação, o TSE decide pela renovação da estratégia aderida no ano de 2019, após a experiência de ataques sofridos durante a campanha eleitoral de 2018. O referido projeto além de contar com as principais plataformas de mídias sociais e serviços como *Google* e *WhatsApp*, trabalhou conjuntamente com as empresas de agências de checagem de notícias, empresas de tecnologia da informação, provedores de internet, dentre outros.

Como forma de se preparar para as eleições municipais de 2020, o Tribunal Superior Eleitoral recorreu, novamente, para as empresas de redes sociais e plataformas digitais, solicitando renovação no programa de combate à desinformação. Ele veio a ocorrer no ano

vigente, que além das renovações terem sido efetivadas com êxito, o TSE conseguiu a parceria do TikTok, rede social que se tornou popular nos últimos dois anos.

No ano de 2021, o Programa de Enfrentamento à Desinformação levou o Tribunal Superior Eleitoral vencer o 18º Prêmio Innovare, na Categoria Tribunal, que teve foco o combate de informações inverídicas nas eleições locais do ano do ano de 2020. O referido programa objetivou combater a desinformação com informação verdadeira, movendo medidas para a capacitação e controle de comportamento, contanto, para tanto, com parceria de agências de checagem, mídias sociais, plataformas digitais, bem como a sociedade civil. Portanto, estabelecer uma rede nacional de verificação de informações se mostrou grandioso para o combate contra o fenômeno da *fake news*.

Ainda sobre as parcerias para o Programa de Enfrentamento à Desinformação, há que mencionar que no ano vigente, o Tribunal Superior Eleitoral percebeu a necessidade de propor ao *Telegram* a sua adesão ao programa em questão. Isso, pois, o aplicativo de mensagens instantâneas é utilizado para, dentre outras, a disseminação de *fake news* em massa.

Em primeiro momento, o TSE não recebeu nenhum retorno da empresa, pelo qual após reiterações do feito, o *Telegram* foi bloqueado por determinação do Ministro do Supremo Tribunal Federal (STF), Alexandre de Moraes. O que não durou muito tempo, uma vez que o *Telegram* justificou a falta de comunicação e passou a aderir a parceria ao Programa de Enfrentamento à Desinformação.

O que está em discussão no presente tema não é o bloqueio ou não da plataforma digital, mas sim o modo como o Tribunal Superior Eleitoral tem trabalhado de modo incisivo para tentar conter os impactos da *fake news* em 2022, que além de ser ano eleitoral advém de uma polarização política expressiva. Outrossim, o *Google Trends* mostra que em anos eleitorais a pesquisa por *fake news*, na categoria de “eleições e campanhas” cresce consideravelmente.

Importante informar que o filtro da pesquisa foi fixado anualmente, iniciando no ano de 2018, seguindo para 2019, 2022, 2021 e por fim 2022.

Figura 3. Evolução nas buscas pelo termo *fake news*

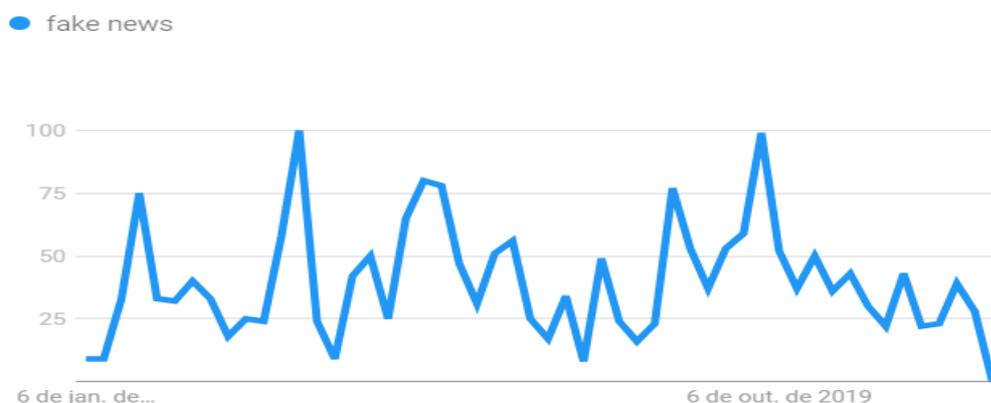


Brasil. 2018. Pesquisa Google na Web.

Fonte: Google Trends (2018)

Importante destacar que o período da crescente da busca foi no mês de que ocorreram as votações presidenciais. Já no ano de 2019, o Google Trends mostrou que embora relevante a busca no mês de outubro, a crescente pela busca na temática não foi expressiva como em 2018.

Figura 4. Evolução nas buscas pelo termo fake news

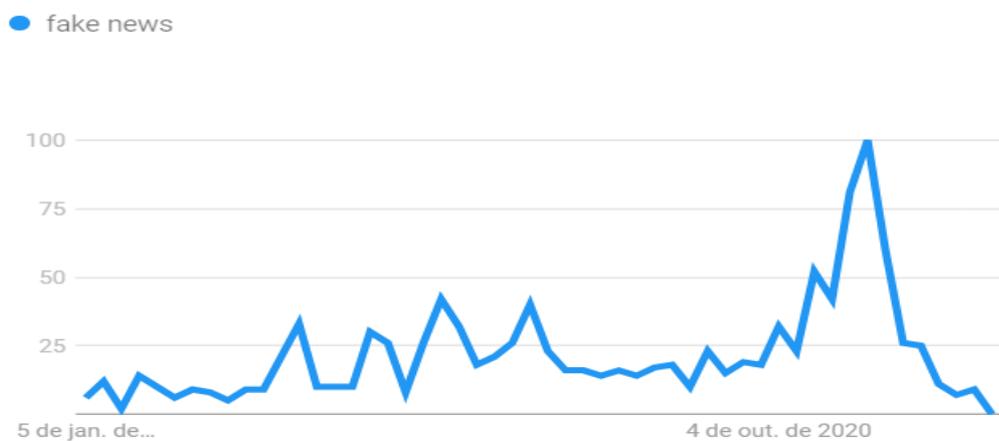


Brasil. 2019. Pesquisa Google na Web.

Fonte: Google Trends (2019)

Já em 2020, ano de eleição local, o cenário novamente volta a ter uma maior busca sobre *fake news* eleitoral e campanha no período de votação, conforme gráfico abaixo:

Figura 5. Evolução nas buscas pelo termo fake news

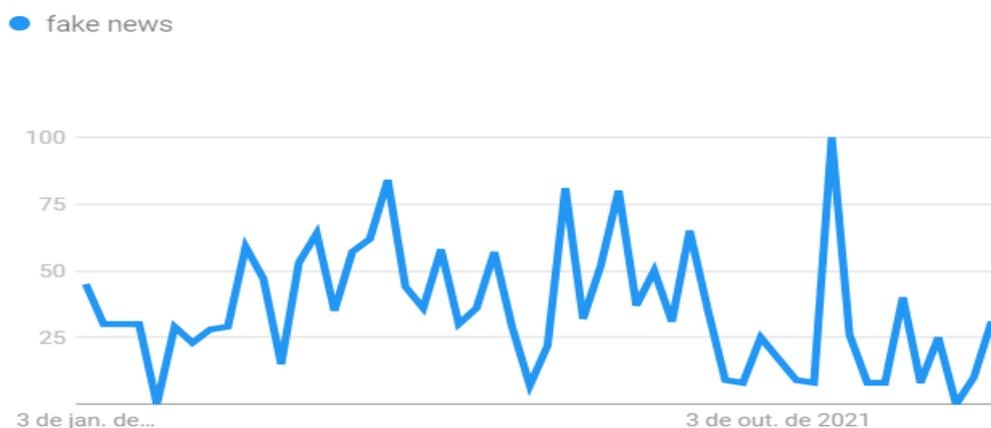


Brasil. 2020. Pesquisa Google na Web.

Fonte: Google Trends (2020)

Curiosamente, no ano de 2021, que não ocorreu nenhuma eleição em âmbito nacional, a busca pelo tema teve sua maior relevância no mês de outubro, contudo, nos meses anteriores e posteriores também teve relevância de busca.

Figura 6. Evolução nas buscas pelo termo fake news



Brasil. 2021. Pesquisa Google na Web.

Fonte: Google Trends (2021)

Outrossim, é importante destacar que o presente ano se trata de ano eleitoral e que embora a pesquisa esteja a alguns meses de distância do mês de outubro, onde percebeu-se que há grande crescente de busca pelo tema tratado, importa destacar como o assunto está sendo observado até a presente data.

Figura 7. Evolução nas buscas pelo termo fake news



Brasil. 2022. Pesquisa Google na Web.

Fonte: Google Trends (2022)

Os gráficos coletados por meio da plataforma do Google Trends foram buscados no dia 19 de junho de 2022. E fica nítido que em anos eleitorais e em meses de votação, há um impacto maior na sociedade sobre as *fake news* em eleições e campanhas eleitorais.

Sabe-se, que o enunciador almeja um maior alcance sobre aquela mensagem que dispara inicialmente. Mas, para além do objetivo central de um enunciado que desinforma conteúdos, há forte motivação financeira que envolve grupos e fábricas de transmitirem *fake news* de modo avançado, rápido e eficaz.

Ante o exposto, percebe-se que há um núcleo especializado na produção das matérias e notícias que passa a outro grande núcleo de divulgação, que por sua maioria são compostas por robôs. A divulgação que foi estruturada para alcançar o topo das notícias passam a beneficiar determinado núcleo político, que faz alusão do núcleo de produção para desempenhar argumentação sobre aquele evento fraudulento.

Neste sentido, faz-se necessário resgatar o entendimento de Waisbord (2018) que define *fake news* como uma estratégia usada por políticos de direita, comentaristas e até mesmo ativistas para punir organizações de notícias críticas, que, de algum modo, os atinjam.

Logo, compreendendo que o núcleo de divulgação é realizado para além de mãos humanas, e que consoante se tem uma rede de informações e desinformações grande, que não facilita a identificação da verídico ou não, é justificável as estratégias tomadas pelo Tribunal Superior Eleitoral no combate à desinformação, que não mediu esforços ao utilizar de parcerias com redes sociais e empresas de tecnologia para alcançar a sociedade civil para conscientizar, dentre outros, a importância de verificar os enunciados.

Outrossim, é importante destacar os Projetos de Leis entorno da temática, que em que pese não sejam de competência do Tribunal Superior Eleitoral (a minuta da proposta), cabendo a sua propositura ao Senado e Câmara de Vereadores, as discussões e principalmente a sua aprovação recaí sobre o cenário de decisões do Tribunal.

Neste sentido, assim como percebeu-se maior interesse pela busca de notícias sobre *fake news* nos anos eleitorais, o legislativo atuou de forma incisiva na projeção leis contra à desinformação. Assim é o que comprova a coleta de dados dentro dos sites oficiais do Senado e Câmara dos Deputados. Veja-se:

Projeto de Lei (Ano)	Projeto de Lei (quantidade)
2018	17
2019	10
2020	31
2021	14
2022	07

Embora o foco seja as reações do Tribunal Superior Eleitoral no combate à desinformação, a criação de Projetos de Lei demonstra que há impactos graves da disseminação de mensagens e notícias inverídicas, que prejudicam para além da legitimação do Tribunal Superior Eleitoral.

No VIII Congresso Brasileiro de Direito Eleitoral (2022) muito foi debatido sobre o Projeto de Lei Complementar nº 112/2021, que surge preocupado com a proteção institucional e do processo eleitoral, e debate sobre a punição à desinformação.

O então Projeto de Lei Complementar nº 112, de 2021, que dispõe sobre as normas eleitorais e as normas processuais eleitorais brasileiras, contempla de um título específico para crimes na campanha eleitoral e coloca, logo de início, vedação a divulgação de fatos inverídicos. O artigo 869, da PLC tem a seguinte redação “Divulgar ou compartilhar, no âmbito da propaganda eleitoral, a partir do início do prazo para a realização das convenções partidárias, fatos sabidamente inverídicos para causar atentado grave à igualdade de condições entre candidatos no pleito ou embaraço, desestímulo ao exercício do voto e deslegitimação do processo eleitoral: pena – reclusão, de 1 (um) a 4 (quatro) anos, e multa [...]”.

A entrada em vigor da referida apurará uma situação específica. Haverá a convivência com a comunicação enganosa em massa e a divulgação de fatos inverídicos. Desse modo a previsão do art. 869, criminaliza muito menos do que aquilo que se entende sobre o fenômeno

da *fake news*, que se destinam a deslegitimar o processo eleitoral e instituições democráticas. Assim, haverá uma convivência da disseminação de desinformação e dos fatos inverídicos levados como propaganda eleitoral.

Nitidamente que a sanção sobre a divulgação de notícias inverídicas para deslegitimar o processo eleitoral é importante, contudo, haverá um convívio com a desinformação que circula as redes sociais e plataformas digitais diversas. Pelo qual, será necessário fortalecimento sobre o Programa de Enfrentamento à Desinformação que tem sido trabalhado pelo Tribunal Superior Eleitoral, para que as *fake news* não prejudiquem o processo eleitoral e estruturas legitimadas de democracia.

A aprovação desse e outros projetos impactam diretamente nas ferramentas de atuação do Tribunal Superior Eleitoral frente a sanções às práticas de disseminação de desinformação por parlamentares, políticos e ou outras pessoas que beneficiem a essas pessoas. Nesta ceara pode-se dizer que a conexão entre política, eleição e internet é um dos maiores desafios da última década para o Tribunal Superior Eleitoral.

Embora a sociedade civil declare em pesquisa ao Datafolha (2022) que as redes sociais (*Facebook, Twitter e Instagram*) têm que excluir as *fake news* sobre eleições de forma imediata de seus usuários, não é tão simples assim, haja vista que o termo não contempla de conceituação unânime. 81% (oitenta e um por cento) das pessoas entrevistadas dizem defender a exclusão de desinformação pelas redes sociais, porquanto outras 14% avaliam que as plataformas devem deixar os conteúdos com indicação de que se trata de conteúdo inverídico, e para apenas 3% das pessoas as empresas não devem fazer nada quanto ao compartilhamento de notícias fraudulentas.

Tendo em vista a não definição do termo *fake news*, sobretudo pela polissemia aplicada ao termo que impossibilita a sua precisão, de modo que o significado fica cada vez mais amplo e diverso, compreende que o combate às *fake news*, é em verdade o combate ao conteúdo fraudulento.

A fim descritivo, o *frame* identificado como “outro” na nuvem de palavras é composto por matérias acerca da mobilização e crítica sobre a decisão tomada pelo TSE no Festival Lollapalooza, por exemplo.

Além disso, conta como “outro” a fomentação de artistas nacionais e internacionais na realização campanhas para votação de jovens nas eleições presidenciais de 2022 no Brasil, bem como a campanha para regularização do título eleitoral para com o mesmo objetivo: votar.

Conclusão

Ante todo o exposto, entende-se que embora mentiras em períodos eleitorais não sejam problemáticas dos tempos modernos, a crescente da internet que possibilitou a informação e contato de imediato, bem como uma globalização ampla de ideias e pensamentos, possibilitou avanços na matéria de disseminação de desinformação que restou marcado pelo intuito de enfraquecer instituições democráticas.

As chamadas milícias digitais, de forma estratégica, buscam por atacar três principais pilares fundamentais da democracia: i.) imprensa livre; ii.) eleições periódicas; e iii.) poderes independentes. Logo, a construção de um Programa de Enfrentamento à Desinformação pelo Tribunal Superior Eleitoral, como instituição e organização, precisou versar em pontos centrais a fim de estabilizar a turbulência causada pelo fenômeno da *fake news*.

Assim como William Gamson (1992), foram identificados tipos de frames: i.) *frames* vinculados a aspectos de justiça que se referem à indignação moral expressa em palavras e que apresentam denúncias e culpados; ii.) *frames* de agência vinculados a transmissão de ideias e

recortes de temas ampliados e tratados em destaque; e iii.) *frames* de identidade vinculados as definições entre as formas de reações.

Contudo, possibilitar uma rede nacional de verificação de informações não está sendo o suficiente, uma vez que a desinformação ainda se apresenta como uma estratégia utilizada por políticos a fim de deslegitimar candidatos outros e até mesmo a própria instituição, levando seu eleitorado a uma descrença sobre o Estado Democrático.

As respostas organizacionais devem ir além do rol que estabelece o Programa de Enfrentamento à Desinformação, deve sobretudo, atuar de maneira combatente em campo de atuação jurídica, possibilitando regras e normas que ensejem em sanções contra a grave ameaça à democracia e uma eleição fadada por desinformação.

Mas não só, veja-se pelo o que foi dito sobre o Projeto de Lei Complementar nº 112, de 2021. A entrada em vigor da referida lei é um mecanismo sobre uma barreira específica, não dispendo a nada sobre a convivência com a comunicação enganosa em massa e divulgação acelerada sobre o mesmo conteúdo.

Sabe-se, contudo, que ainda haverá uma convivência com a disseminação de desinformação e dos fatos inverídicos, cabe, portanto, maior rede de divulgação de canais de checagem e educação eleitoral a fim de conscientizar o uso das plataformas digitais, buscando, sobretudo, reestabelecer a legitimidade das instituições que se mostram agredidas por fruto da desinformação.

Referencias

Brasil. Tribunal Superior Eleitoral. Bibliografia selecionada: marketing e propaganda eleitoral. Brasília: TSE, 2012.

Creed, W.E. D., Langstraat, A. J. & Maureen A. A. Picture of the Frame: Frame Analysis as Technique and as Politics. *Scully Organizational Research Methods* 2002 5: 34.

Gragnai, Juliana. Como identificar os diferentes tipos de fakes e robôs que atuam nas redes. BBC News, 2017. Disponível em: <www.bbc.com/portuguese/brasil-42172154>. Acesso em 20 de jan. 2022.

Gross, Clarissa Piterman. Fake news e democracia: discutindo o status normativo do falso e a liberdade de expressão.

Guimarães, T. A., Guarido Filho, E. R & Luz, B. B. de C. Courts as organizations: Governance and legitimacy. *BAR – Brazilian Administration Review*

High Level Group. Relatório final do Grupo de Especialistas de Alto Nível sobre fake news e Desinformação Online. Disponível em: <[Relatório final do Grupo de Especialistas de Alto Nível sobre Fake news e Desinformação Online | Moldando o futuro digital da Europa](#)>. Acesso em: 05 de fev. de 2022.

High Level Group. *Uma abordagem multidimensional para a desinformação, 12.03.2018*. Disponível em: <[Combater a desinformação em linha: Grupo de Peritos defende uma maior transparência entre as plataformas em linha \(europa.eu\)](#)>. Acesso em: 05 de fev. 2022.

Mendonça, R. F. & Guimarães, P. (2012). Enquadramento: diferentes operacionalizações analíticas de um conceito.

Molina, D. M., Sundar, S. S., Le, T., & Lee, D. (2021). “Fake news” Is not simply false information: a concept explication and taxonomy of online content. *American Behavioral Scientist*, Vol. 65(2) 180–212. SAGE Publications Article reuse guidelines: sagepub.com/journals-permissions

Rais, Diogo, SALES Stela Rocha. Fake news, *deepfakes* e eleições.

Rais, Diogo. *Em vez de coibir internet na eleição, é preciso empregá-la para a fiscalização*. 19.11.2017. Disponível em: [[análise: Em vez de coibir internet na eleição, é preciso empregá-la para fiscalização - 19/11/2017 - Poder - Folha de S.Paulo \(uol.com.br\)](#)]. Acesso em: 29 jan. 2022.

Rais, Diogo. Fake news: a conexão entre a desinformação e o direito.

Rossini, L. (2016). O que é legitimidade organizacional? *Organizações & Sociedade*, 23(76), 110–129.

Selznick, P. (1992). *Theory of Institutions*. In *The Moral Commonwealth: social theory and the promise of community*. University of California Press. (Cap. 09).

Selznick, P. (1992). *Theory of Institutions*. In *The Moral Commonwealth: social theory and the promise of community*. University of California Press. (Cap. 09).

Selznick, P. *A liderança na administração; uma interpretação sociológica* Ipor! Philip Selznick. Trad. de Arthur Pereira e Oliveira Filho. Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, Servo de publicações, 1971.

Suddaby, R., Bitektine, A., & Haack, P. (2017). Legitimacy. *Academy of Management Annals*, 11(1), 451–478.

Wardle, C. & Derakhshan, H. 2017. *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Strasbourg: Council of Europe.