
O combate à desinformação como função de comunicação pública: estudo de caso da Justiça Eleitoral¹

Maurílio Luiz Hoffmann da SILVA²
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

RESUMO

O artigo de abordagem exploratória e caráter descritivo apresenta uma análise documental do programa de enfrentamento à desinformação com foco nas eleições 2020 e os resultados dele decorrentes publicados pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Partido dos conceitos de comunicação pública e desinformação, descreve o estudo de caso citado, propõe o conceito de desinformação eleitoral e a atualização das atividades exercidas pelos profissionais de comunicação pública de forma que o combate à desinformação passe a ser considerado uma função da comunicação pública, tendo em vista principalmente que um de seus fundamentos é a defesa da democracia, a qual é ameaçada pela desinformação eleitoral.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Pública; Desinformação; Justiça Eleitoral; Democracia. Desinformação Eleitoral.

1 INTRODUÇÃO

Não é de hoje que as *fake news* estão enganando pessoas e causando danos materiais, físicos e até morte. O *pizzagate*³ nos Estados Unidos é apenas um dos casos emblemáticos. No Brasil, os boatos espalhados pela Internet também são comuns e acabaram tirando o sossego de Nilson Papinho⁴, o fenômeno viral conhecido como Vovô Slime, e o envolvendo em denúncias falsas de pedofilia orquestradas por grupos

¹ Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando em Comunicação no 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) - Reconhecido no Brasil como Mestrado em Ciência Política (UFMG). Mestre em Comunicação e Sociedade (PPGCOMS/UFT). Servidor efetivo do quadro do Tribunal Regional Eleitoral do Tocantins. E-mail: mauhoff@gmail.com.

³ Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Pizzagate_conspiracy_theory>. Acesso em: 13 jun. 2022.

⁴ Disponível em: <<https://theintercept.com/2019/02/10/nilson-papinho-vovo-slime-bolsonaristas-feministas/>>. Acesso em: 13 jun. 2022.

políticos; além de levarem à morte de Fabiane Maria de Jesus, no Guarujá, em 2014⁵, erroneamente acusada de envolver crianças em rituais de magia negra. Como apontam Tandoc Jr., Wei Lim e Ling (2018), a expressão já vem sendo usada há bastante tempo, mas ultimamente se tornou uma *buzzword*. Apesar de sua popularização, o uso da expressão *fake news* não é recomendado e, neste artigo, adota-se a denominação desordem informacional, a partir dos apontamentos trazidos por Wardle e Darakhshan (2017).

Para combater a desordem informacional, pesquisadores recomendam várias estratégias passando pela educação midiática da sociedade, pela divulgação e checagem por agências especializadas de *fact-checking* e pela responsabilização das plataformas, entre outras (RECUERO et al., 2021). Neste sentido, este artigo, de caráter exploratório e descritivo, busca investigar quais instrumentos são utilizados pela Justiça Eleitoral no combate à desinformação.

A partir do conceito de comunicação pública e do princípio de combate à desinformação elencado no guia publicado pela Associação Brasileira de Comunicação Pública (ABCPública), objetiva-se neste artigo, a partir do estudo de caso citado, sugerir a inclusão no rol de atividades inerentes aos profissionais de comunicação pública e como função das instituições públicas o combate à desinformação sobre temas a elas relacionados, principalmente por se acreditar que conteúdos enganosos causam danos difíceis de mensurar na sociedade e, ainda, especificamente em se tratando da Justiça Eleitoral, colocam em xeque inclusive a democracia brasileira.

No restante deste trabalho, apresenta-se uma contextualização teórica sobre comunicação pública e desinformação. Além disso, descreve-se, a partir de uma análise documental exploratória e descritiva, ações desenvolvidas pela Justiça Eleitoral voltadas ao combate da desinformação relacionada às eleições de 2020. Propõem-se, com base nas análises, o conceito de desinformação eleitoral.

Os resultados demonstram que esta justiça especializada vem atuando em diversas frentes e com várias iniciativas diferentes. Destaca-se, ainda, que pensar estratégias e ações de combate à desinformação passam a ser atividades desenvolvidas pelos profissionais de comunicação atuantes nas instituições públicas e, conseqüentemente,

⁵ Disponível em:

<<https://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2014/05/mulher-espacada-apos-boatos-em-rede-social-morre-em-guaruja-sp.html>>. Acesso em: 13 jun. 2022.

defende-se que, na atualidade, combater a desinformação passe a figurar entre as funções da comunicação pública.

2 COMUNICAÇÃO PÚBLICA E DESINFORMAÇÃO

Miola e Marques (2017, p. 4) fazem uma revisão de literatura sobre os trabalhos na área da comunicação pública (CP) e afirmam que estes podem ser divididos em quatro dimensões básicas: 1) quem “faz” a comunicação; 2) qual é a natureza do conteúdo produzido; 3) quais são os veículos utilizados; e 4) qual é o lugar do público no processo comunicativo. Neste artigo busca-se de alguma forma perpassar todas estas dimensões: (1) como agente da CP destaca-se o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e seu corpo de profissionais de comunicação; (2) sobre a natureza do conteúdo estuda-se estratégias adotadas pelo TSE no combate à desinformação; (3) os veículos são os adotados pelo tribunal e listados no estudo de caso; e (4) entende-se o público como vulnerável, passível de ser enganado pelo conteúdo falso e, por isso, prioritário para a CP do TSE.

Dentre os teóricos da CP, Duarte (2012) é um dos que associam um viés profissional ao conceito. Ele afirma que esta área de estudo detém particularmente o interesse dos profissionais de comunicação que atuam nos Três Poderes. No Brasil, segundo o pesquisador, a expressão não especifica um conjunto de conhecimento, áreas, profissões ou estrutura, mas aproxima-se de ser um etos, uma postura, que visa a utilização da comunicação como instrumento de interesse público para fortalecer a cidadania.

Ainda de acordo com o professor, a atuação em CP exige do profissional de comunicação: (a) o compromisso em privilegiar o interesse público em relação ao interesse individual ou corporativo; (b) centralizar o processo no cidadão; (c) tratar a comunicação como processo mais amplo do que informação; (d) adaptar os instrumentos às necessidades, possibilidades e interesses dos públicos; e (e) assumir a complexidade da comunicação, tratando-a como um *todo uno* (DUARTE, 2012).

Destaca-se a centralização do processo no cidadão e a adaptação dos instrumentos às necessidades e possibilidades desse cidadão. As ações de CP precisam

ter claramente definidos os públicos os quais pretende alcançar, levando em consideração vários aspectos sociais e demográficos. Como salienta Duarte (2012, p. 61),

a comunicação pública coloca a centralidade do processo de comunicação no cidadão, não apenas por meio da garantia do direito à informação e à expressão, mas também do diálogo, do respeito a suas características e necessidades, do estímulo à participação ativa, racional e corresponsável.

Esta atenção voltada ao cidadão enquanto receptor no processo de comunicação se relaciona à abordagem mais acadêmica do francês Pierre Zémor, cuja influência é notável e inclusive destacada entre os pesquisadores brasileiros (BRANDÃO, 2012). Zémor (2008, p. 25) afirma que

em sua prática, a comunicação pública assume diferentes formas ligadas às missões das instituições públicas de colocar às informações disponíveis para o público, estabelecer uma relação de diálogo para tornar o serviço esperado e preciso, apresentar os serviços oferecidos pelas instituições públicas, tornar as próprias instituições públicas conhecidas, e, por fim, conduzir campanhas de informação e ações de comunicação de interesse geral.

Destaca-se dos ensinamentos de Zémor, além da divulgação institucional; o foco no interesse geral (em oposição ao privado); e a prestação de um serviço ao público. Além de conduzir campanhas de informação, um dos objetivos deste trabalho é propor a inclusão da condução de campanhas de combate à desinformação à missão das instituições públicas, como mais uma competência associada ao profissional de CP.

Ainda neste sentido, Weber (2011) destaca que o Estado cumpre com os princípios da CP quando, baseado no interesse público, informa, disponibiliza, habilita, ouve os cidadãos e assim contribui para o exercício da democracia.

Weber (2017) argumenta que a CP pode ser entendida como um indicador de qualidade da Democracia de um país. Para a pesquisadora, a definição de CP é complexa,

pois serve de argumento de interesses a debates políticos, institucionais, econômicos, ideológicos e acadêmicos. Neste sentido, é necessário relacionar comunicação pública ao interesse público, tanto do ponto de vista da teoria quanto da práxis na perspectiva normativa das políticas públicas de comunicação; na produção de informação das instituições públicas; na comunicação da sociedade e de grupos; na atuação da imprensa e das mídias

e até nas estratégias de comunicação nas empresas privadas associadas em defesa de algum fragmento de interesse público (WEBER, 2017, p. 40).

Dessa forma, pode-se entender a CP como uma área da comunicação fundada em três pilares: cidadania, interesse público e democracia. Os órgãos públicos são assim emissores natos, pois estes devem buscar o fortalecimento da cidadania e a divulgação de informações importantes para a sociedade.

Entende-se, dessa forma, que a comunicação exercida por profissionais e desenvolvida por instituições públicas, enquanto braços do Estado — como é o caso da Justiça Eleitoral —, deve estar focada nas necessidades dos cidadãos assistidos por essas instituições, não apenas informando seus direitos e deveres, como também ouvindo suas críticas e sugestões e esclarecendo e desmentindo notícias falsas e conteúdos enganosos que circulem pela sociedade.

Unindo os dois conceitos fundamentais para este trabalho — comunicação pública e desinformação — destaca-se o trabalho da ABCPública que, em seu guia publicado em 2021, lista doze princípios da CP, dentre os quais está o enfrentamento à desinformação. Segundo a publicação, a CP “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; CHIRNEV, 2021, p. 10). Mas o que vem a ser desinformação?

Em relatório referência nos estudos de desinformação, Wardle e Derakhshan (2017, p. 5) nomeiam este atual fenômeno como como parte da “desordem informacional” e identificam três diferentes variações e conceitos:

- *Mis-information* (informação incorreta): ocorre quando há a divulgação de conteúdos falsos mas sem intenção de causar mal a ninguém, como por desconhecimento ou engano, por exemplo;
- *Mal-information* (má informação): ocorre quando conteúdos verídicos são intencionalmente vazados para causar algum mal. Por exemplo: fotos íntimas ou conversas privadas.
- *Dis-information* (desinformação): ocorre quando um conteúdo sabidamente falso, fabricado ou manipulado é intencionalmente compartilhado com a intenção de causar dano ou prejuízo a um grupo ou a outrem;

Wardle e Derakhshan (2017) fazem também a separação da desordem informacional em três fases distintas: a criação, a (re)produção e a distribuição. Além disso, eles também destacam três elementos inerentes ao fenômeno: o agente, as mensagens e os intérpretes (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017). Cada um dos três elementos possuem características próprias que podem ser analisadas e que estão esquematizadas no Quadro 1.

Quadro 1 - Elementos da desinformação

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:	Eganosa 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

Fonte: WARDLE; DERAKHSHAN, 2017. Tradução nossa.

Wardle e Derakhshan (2017) defendem não utilizar a expressão *fake news* por ela ser insuficiente para tratar o tamanho da poluição informacional causada e por ela ter sido adotada por políticos para se referir a veículos de imprensa que publicam peças jornalísticas que os desagradam. Além disso, seu uso é desencorajado por profissionais da área, por acreditarem se tratar de um paradoxo, uma vez que não existem notícias falsas, já que notícias para serem notícias precisam ser apuradas de acordo com o rigor e

a ética jornalísticos. No entanto, Recuero e Gruzd (2019) lembram que, no contexto brasileiro, é possível entender *fake news* como sinônimo de desinformação.

Neste trabalho, portanto, utiliza-se o conceito de desinformação para tratar de publicações, textos, peças, fotos ou imagens que circulem principalmente nas mídias sociais e aplicativos de conversa cujo conteúdo falso, enganoso, manipulado ou fabricado é criado e distribuído com a intenção de causar mal a alguém, a um grupo ou a uma instituição.

Assim, acredita-se que passa a ser dever das instituições buscar estratégias na CP para poder, além de defenderem e zelar por sua reputação institucional, ainda levar informação verídica, checada e oficial às populações cada vez mais vulneráveis a conteúdos desinformativos.

Pesquisas empíricas envolvendo os dois aportes teóricos deste trabalho são relativamente recentes, porém já é possível destacar alguns trabalhos, como o de Oliveira e Colpo (2021) que analisa um pronunciamento do Presidente Jair Bolsonaro no início da pandemia de Covid-19 e associa trechos do discurso presidencial à conteúdos desinformativos que circularam logo depois na mídia social.

Já Motta e Del Bianco (2021) estudam as publicações do Ministério da Saúde sobre as campanhas de vacinação contra poliomielite e sarampo em 2018 e alertam para a escassa atenção dada pelos gestores das campanhas ao combate das crenças infundadas que levam cada vez mais pessoas a se recusarem a se vacinar e a vacinar suas crianças.

Em trabalho derivado de sua tese de doutoramento, Silva (2022) descreve as iniciativas adotada pelo Senado Federal em sua comunicação institucional a qual, além de buscar fortalecer a imagem da casa legislativa como fonte oficial e digna de confiança, também almeja discutir o assunto da desordem informacional com foco na educação da população.

Por fim, Comel e Gall (2022) analisam postagens realizadas na *fanpage* da Prefeitura de Curitiba no Facebook. As autoras percebem que das 94 postagens selecionadas, nenhuma trata de desmentir diretamente alguma informação inverídica. Elas ressaltam, no entanto, que a partir de entrevista realizada, o monitoramento de notícias falsas é considerado importante para a definição dos temas das publicações.

É neste cenário e para estas discussões que este trabalho visa a colaborar.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Acredita-se, com base em Braga (2008), que o estudo de caso, seja um recurso metodológico que pode ser acionado nas pesquisas em comunicação quando almeja-se avançar na teoria por meio de indícios existentes no material coletado.

Tendo em vista a complexidade e dinamicidade dos fenômenos comunicacionais e a diversidade dos processos sociais contemporâneos, busca-se, como escolha epistemológica, usar o estudo de caso para: buscar indícios que possam ajudar a explicar o fenômeno da desinformação; produzir mais conhecimento para os estudos da CP enquanto ferramenta de combate à desinformação; e avançar nos pressupostos teóricos da área.

A pesquisa exploratória de caráter descritivo realiza a análise documental (MOREIRA, 2017) de duas publicações editadas pelo Tribunal Superior Eleitoral: o Plano Estratégico e o Relatório de Ações e Resultados do Programa de Enfrentamento à Desinformação com Foco nas Eleições 2020 (BRASIL, 2020 e BRASIL, 2021). Segundo Moreira (2017, p. 276),

a análise documental, muito mais que localizar, identificar, organizar e avaliar textos, som e imagem, funciona como expediente eficaz para contextualizar fatos, situações, momentos. Consegue dessa maneira introduzir novas perspectivas em outros ambientes, sem deixar de respeitar a substância original dos documentos.

A partir da leitura e análise dos documentos, enumera-se as iniciativas e ações realizadas pelo TSE para as Eleições 2020 mais relacionadas à CP, com foco especial àquelas com envolvimento da Assessoria de Comunicação.

4 A JUSTIÇA ELEITORAL NO COMBATE À DESINFORMAÇÃO

O Programa de Enfrentamento à Desinformação com Foco nas Eleições 2020 (BRASIL, 2020) foi lançado em 30 de agosto de 2019, durante a presidência da ministra Rosa Weber. O principal objetivo do programa é “enfrentar os efeitos negativos

provocados pela desinformação à imagem e à credibilidade da Justiça Eleitoral, à realização das eleições aos atores nela envolvidos” (BRASIL, 2020, p. 4). A iniciativa conta com o apoio de mais de 60 parceiros, entre veículos de mídia, plataformas de mídia social, organizações da sociedade civil e partidos políticos e outros órgãos públicos.

A proposta apresentada no programa é composta por várias medidas de curto, médio e longo prazos, embasadas em diversas áreas do conhecimento e divididas em 6 eixos temáticos:

1. organização interna;
2. alfabetização midiática e informacional;
3. contenção da desinformação;
4. identificação e checagem de desinformação;
5. aperfeiçoamento do ordenamento jurídico;
6. aperfeiçoamento de recursos tecnológicos.

No decorrer desta análise documental, são destacadas as medidas elencadas no programa proposto pelo TSE e no relatório de ações e resultados (BRASIL, 2020 e BRASIL, 2021), com foco especial às ações correlatas à CP desenvolvida pelo ou em parceria com o setor de comunicação do órgão, ou seja, medidas voltadas unicamente para o público e organização internos, ou relacionadas apenas ao campo jurídico ou de tecnologia da informação estão fora do escopo de análise.

Combate à desinformação com informação

Nas eleições 2020, o TSE instituiu uma coalizão com nove instituições e agências de checagem, que publicou 274 matérias com informações verificadas pelo órgão. Além disso, as checagens também foram disponibilizadas na página “Fato ou Boato”⁶, uma solução pensada para agregar em um único local todas as verificações realizadas pelo órgão, o qual conseguiu ainda, mediante acordo com as operadoras de

⁶ Disponível em: <<https://www.justicaeleitoral.jus.br/fato-ou-boato/>>. Acesso em: 13 jun. 2022.

celular, a isenção da cobrança no pacote de dados dos usuários que acessassem a página (*zero rating*⁷).

Outra iniciativa foi a criação de um *chatbot* no *whatsapp*, com o objetivo de estabelecer um canal de comunicação direta entre os eleitores e eleitoras e o TSE. Através do aplicativo de mensagens, a pessoa poderia conseguir várias informações, como local de votação, procedimentos de segurança na hora de votar e *links* para as checagens publicadas na página Fato ou Boato. Mais de 18 milhões de mensagens foram trocadas com mais de 1 milhão de pessoas⁸.

Nas mídias sociais, o tribunal também organizou campanhas e tuitos em parcerias com diversas instituições e times de futebol. Um exemplo foi a campanha #NãoTransmitaFakeNews⁹, que contabilizou 2.371 *tweets* publicados por 18 clubes de futebol e alcançou quase 45 milhões de pessoas.

Combate à desinformação com capacitação

Dentre as ações educativas desenvolvidas pelo TSE, destaca-se a campanha denominada “Se for *fake news*, não transmita”¹⁰ que teve como personagem o biólogo e influenciador digital Átila Iamarino. O objetivo da campanha foi abordar a disseminação de notícias falsas no cotidiano social, com foco no impacto negativo causado pela transmissão delas. O tribunal estima que mais de 130 milhões de brasileiros tenham sido alcançados pelas peças veiculadas no rádio, na televisão e na Internet. Ainda segundo o órgão, esta campanha teve mais de 10 bilhões de visualizações durante o período de veiculação.

⁷ Disponível em:

<<https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2020/Setembro/operadoras-concedem-zero-rating-para-site-da-justica-e-leitoral-eleitor-nao-usara-pacote-de-dados-para-navegar>>. Acesso em: 13 jun. 2022.

⁸ Disponível em:

<<https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2020/Dezembro/tse-e-whatsapp-apresentam-resultados-da-parceria-para-combate-a-desinformacao-apos-as-eleicoes-2020>>. Acesso em: 13 jun. 2022.

⁹ Disponível em:

<<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2020/11/13/campanha-contra-fake-news.htm>>. Acesso em: 13 jun. 2022.

¹⁰ Disponível em:

<<https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2020/Julho/tse-faz-campanha-contra-a-desinformacao-201cse-for-fake-news-nao-transmita201d>>. Acesso em: 13 jun. 2022.

Outra ação desenvolvida pelo órgão foi a série “Minuto da checagem”¹¹, composta por oito miniprogramas com orientações e dicas sobre a prática de checar as informações recebidas antes de repassar. Os programas tratam ainda das *deepfakes* e alertam para que se desconfie de mensagens recebidas, mesmo que de pessoas conhecidas. Segundo o tribunal, a série conta com mais de 4,5 milhões de visualizações somente no *YouTube*.

Ainda com viés educacional, o tribunal realizou várias *lives* que foram transmitidas em todas as mídias sociais oficiais do órgão e desenvolveu um treinamento sobre o “Caminho do voto” que foi disponibilizado no *YouTube*¹² e que conta com quase 700 mil visualizações.

Combate à desinformação com foco em controle de comportamentos inautênticos

Outras duas iniciativas foram desenvolvidas pelo TSE para o controle de comportamentos inautênticos. A primeira foi a criação de um formulário de denúncia de disparos em massa em parceria com o *Whatsapp*, que recebeu mais de 5 mil denúncias e resultou em mais de mil números bloqueados. A outra ação voltou-se ao monitoramento das mídias sociais, que coletou 752 indicações de desinformação que foram analisadas e tratadas pelas áreas responsáveis.

5 DISCUSSÃO

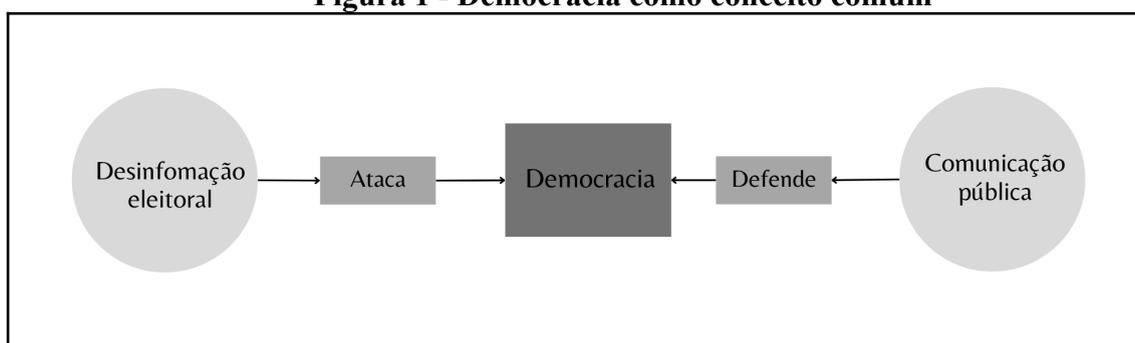
Com base na análise documental realizada, propõe-se neste artigo a definição do conceito de desinformação eleitoral, o qual refere-se ao conteúdo falso, enganoso, fabricado ou manipulado que é criado e publicado com a intenção de causar descrédito às eleições, tendo como alvo a Justiça Eleitoral, seus órgãos, seus funcionários, seus processos e aparatos tecnológicos, como, por exemplo, o processo eletrônico de votação e a própria urna eletrônica.

¹¹ Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/imprensa/campanhas-publicitarias/minuto-da-checagem>>. Acesso em: 13 jun. 2022.

¹² Disponível em: <<https://youtu.be/HSPuG6L28ug>>. Acesso em: 13 jun. 2022.

Ao mesmo tempo em que a desinformação eleitoral tem grande potencial danoso à democracia, a CP tem como um de seus fundamentos a defesa desta mesma democracia. A união destes dois conceitos (desinformação eleitoral e comunicação pública), portanto, surge de um outro conceito comum a ambas: a democracia. Enquanto a primeira a ataca, a segunda a defende.

Figura 1 - Democracia como conceito comum



Fonte: elaborada pelo autor.

Da análise documental realizada, depreende-se a diversa gama de ações desenvolvidas e coordenadas pelo setor de comunicação social do TSE no combate à desinformação eleitoral. Destaca-se, ainda, o grande leque de competências inerentes aos profissionais de comunicação atuantes no órgão. Pensar e executar estratégias e ações de combate à desinformação passam a ser, portanto, competências necessárias à atividade cotidiana dos comunicadores públicos.

Dessa forma, defende-se como argumento deste trabalho a atualização do conceito de CP, de forma que passe a figurar entre suas funções o combate à desinformação voltada às instituições públicas ou a temas à elas relacionados.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A desinformação eleitoral e as ações de combate à ela desenvolvidas no âmbito do TSE representam apenas um recorte, um exemplo do que Wardle e Derakhshan (2017) denominam desordem informacional. Esta desordem é sistêmica e afeta diversas

outras áreas e contextos. Os movimentos de terraplanistas e anti-vacinas são apenas dois exemplos hodiernos populares.

Faz-se necessário, portanto, desenvolver nos profissionais de comunicação atuantes no mercado de trabalho — no caso da CP, especialmente aqueles lotados nas instituições públicas — competências técnicas e gerenciais para combater o fenômeno da desinformação em suas áreas de atuação.

Assim, além de zelar pela reputação do órgão, torná-lo conhecido, levar informação de interesse público e estabelecer canais de comunicação com a sociedade, combater a desinformação também passa a ser uma função da CP contemporânea.

Este artigo apresenta um recorte arbitrário e intencional a partir do julgamento subjetivo do pesquisador uma vez que os limites para definição das ações que configuram práticas como ações de CP são difíceis de definir. No entanto, este recorte não desmerece a quantidade de ações realizadas pelo TSE com o único foco de combater a desinformação eleitoral nas eleições de 2020.

Espera-se que este trabalho exploratório sirva de guia e inspiração para outras pesquisas que analisem não apenas a Justiça Eleitoral e a atuação nas eleições de 2022, como também outras áreas da CP, como saúde e meio ambiente, por exemplo.

REFERÊNCIAS

BRAGA, José Luiz. Comunicação, disciplina indiciária. **MATRIZES**, [S. l.], v. 1, n. 2, p. 73-88, 2008. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/matrizzes/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.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Programa de Enfrentamento à Desinformação com Foco nas Eleições 2020**: plano estratégico / Tribunal Superior Eleitoral. – Dados eletrônicos (34 páginas). – Brasília : Tribunal Superior Eleitoral, 2020. Disponível em: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/Programa_de_enfrentamento_web.pdf>. Acesso em: 30 maio 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Programa de Enfrentamento à Desinformação com Foco nas Eleições 2020**: relatório de ações e resultados / Tribunal Superior Eleitoral. – Dados eletrônicos (134 páginas). – Brasília : Tribunal Superior Eleitoral, 2021. Disponível em:

<https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/Programa_de_enfrentamento_resultados.pdf>. Acesso em: 30 maio 2021.

COMEL, Naiza. GALL, Joana. Comunicação pública de saúde e combate à desinformação no contexto da Covid-19: uma análise do Facebook da prefeitura de Curitiba. **Revista temática**, [S. l.], v. 18, n. 5, p. 33-49, 2022. Disponível em: <<https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica/article/view/62909>>. Acesso em: 10 jun. 2022.

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.

MEDEIROS, Armando; CHIRNEV, Lilian (Orgs.). **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. In: Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (Compólitica), 7., 2017, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: 2017. Disponível em: <http://compolitica.org/novo/anais/2017_MIOLA-MARQUES.pdf>. Acesso em: 30 nov. 2021.

MOREIRA, Sonia Virgínia. Análise documental como método e como técnica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e técnicas pesquisa em comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2017. pp. 269-279.

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.

RECUERO, Raquel; GRUZD, Anatoliy. Cascatas de Fake News Políticas: um estudo de caso no Twitter. **Galáxia** (São Paulo) [online], n. 41, 2019. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1982-25542019239035>>. Acesso em 08 ago. 2021.

RECUERO, Raquel da Cunha; SOARES, Felipe Bonow; VINHAS, Otávio; VOLCAN, Taiane; ZAGO, Gabriela; STUMPF, Elisa Marchioro; VIEGAS, Paula; HÜTTNER, Luiz Ricardo; BONOTO, Carolina; SILVA, Gabriela; PASSOS, Iara; SALGUEIRO, Igor; SODRÉ, Giéle. **Desinformação, Mídia Social e Covid-19 no Brasil: Relatório, resultados e estratégias de combate**. Relatório de Pesquisa. 2020. Disponível em:

<<https://wp.ufpel.edu.br/midiars/files/2021/05/Desinformac%CC%A7a%CC%83o-covid-midiars-2021-1.pdf>>. Acesso em 13 maio 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.

Disponível em:

<<https://www.agendapolitica.ufscar.br/index.php/agendapolitica/article/view/360>>. Acesso em: 25 maio 2022.

TANDOC JR. Edson C.; WEI LIM, Zheng; LING, Richard. Defining “Fake News”. **Digital Journalism**, v. 6, n. 2, p. 137-153, 2018. Disponível em:

<<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1360143>>. Acesso em: 13 maio 2021.

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

<<https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>>. Acesso em: 28 nov. 2021.

WEBER, Maria Helena. Nas redes de comunicação pública, as disputas possíveis de poder e visibilidade. In: WEBER, Maria Helena; COELHO, Marja Pfeifer; LOCATELLI, Carlos (Orgs.). **Comunicação pública e política: pesquisa e práticas**. Florianópolis: Insular, 2017. pp. 23-56.

WEBER, Maria Helena. Opinião pública, estratégia e produtos de comunicação governamental. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2011. pp. 101-119.

ZÉMOR, Pierre. *La communication publique*. Paris: Presses Universitaires de France, 2008.

Disponível em: <<https://www.cairn.info/la-communication-publique--9782130564102.htm>>.

Acesso em: 29 jan. 2021.