Capacitação eleitoral no enfrentamento à desinformação: por uma abordagem que supere a competência crítico-informacional[*]

Electoral training in combating disinformation: for an approach that goes beyond critical-informational competence

Lígia Vieira de Sá e Lopes[**]
Maurício da Silva Duarte[***]

Recebido em: 15/7/2024
Aprovado em: 19/7/2024

Resumo

O artigo aborda a capacitação, em especial as comunicações pedagógicas, sobre desinformação realizada pelos Tribunais Regionais Eleitorais nos anos de 2022 e 2023. Na análise, foi considerada a diferença entre a abordagem

[*] O presente artigo é um dos produtos resultantes das atividades desenvolvidas pelos Grupos de Pesquisa do Tribunal Superior Eleitoral (TSE – Escola Judiciária Eleitoral – EJE, Secretaria de Gestão de Pessoas – SGP e Assessoria de Inclusão e Diversidade – AID) sob a coordenação-geral do Ministro Floriano de Azevedo Marques Neto, coordenação adjunta da Ministra Edilene Lôbo e coordenação científica do Prof. Dr. Rogério Bastos Arantes (Edital n. 1/2023 EJE-SGP-AID). A Linha 3, "Democracia em Redes", ao qual este artigo se vincula, desenvolveu os seus trabalhos sob a orientação da Profa. Dra. Marisa von Büllow e do Prof. Dr. Frederico Batista Pereira.

[**] Analista judiciária do Tribunal Regional Eleitoral do Ceará. Possui graduação em Direito pela Universidade de Fortaleza (unifor). Especialista em Direito Eleitoral pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG). Cursou um módulo do Doutorado em Direito Penal do Programa de Pós-Graduação em Direito na Universidad de Buenos Aires (UBA). Especialista em Processos Educacionais pela Universidade Católica de Fortaleza (PUC-CE). Também é especialista em Direito Processual pela Universidade Anhanguera Uniderp. Atualmente ocupa a função de assessora nível III de Gabinete de Juízes, tendo atuado como chefe de cartório, assistente nível I e assistente nível III da Ouvidoria do TRE-CE. *E-mail*: ligiasa@tre-ce.jus.br.

[***] Analista judiciário do Tribunal Regional Eleitoral do Rio de Janeiro (TER-RJ), exercendo a função de assistente III (FC III) da Escola Judiciária Eleitoral. Possui graduação em Jornalismo (UFF) e História (UFF). É mestre em Sociologia (IUPERJ-SBI) e doutor em Comunicação e Cultura (UFRJ). Concluiu neste ano o pós-doutorado em Comunicação na UFRJ, sob a supervisão da Profa. Dra. Marialva Carlos Barbosa. Atuou como professor de Comunicação Social na UFF (substituto), Unesa e Universo. E-mail: mauricio.duarte@tre-rj.jus.br.

pedagógica restrita à competência técnico-informacional e a possibilidade de letramento, ou seja, uma orientação pedagógica que vai além da competência técnico-informacional, ao incluir compreensão mais ampla das dinâmicas sociais, culturais e políticas que permeiam a produção, disseminação e recepção de informações, a capacidade de interpretar contextos e reconhecer relações de poder e dominação subjacentes aos enunciados dos discursos. Propõem-se, portanto, um reenquadramento dos produtos pedagógicos, para que abarquem os mecanismos publicitários de funcionamento das plataformas, superando o foco na competência crítico-informacional. Percebeu-se ainda a necessidade de que os Tribunais Eleitorais trabalhem de forma colaborativa e reticular para potencializar o alinhamento e alcance dos discursos, além de sanar as diferenças de estrutura entre os Tribunais.

Palavras-chave: Justiça Eleitoral; desinformação; letramento; competência informacional; integridade eleitoral.

Abstract

The article addresses training, especially pedagogical communications, on disinformation carried out by the Regional Electoral Courts in the years 2022 and 2023. In the analysis, the difference between the pedagogical approach restricted to technical-informational competence and the possibility of literacy skills, that is, a pedagogical orientation that goes beyond technical-informational competence, by including a broader understanding of the social, cultural and political dynamics that permeate the production, dissemination and reception of information, the ability to interpret contexts and recognize relationships of power and domination underlying the statements of speeches. Therefore, a reframing of pedagogical products is proposed, so that they encompass the advertising mechanisms that operate platforms, overcoming the focus on critical-informational competence. It was also noted the need for regional electoral courts to work in a collaborative and reticular way to enhance the alignment and reach of speeches, in addition to remedying differences in structure between the regional courts.

Keywords: Electoral Justice; literacy skills; disinformation; training; electoral integrity.

Introdução

O presente estudo analisa as estratégias de capacitação desenvolvidas pela Justiça Eleitoral para enfrentar a desinformação durante os processos eleitorais. Para combater e reduzir os efeitos nocivos da desinformação no processo eleitoral, em 2021 o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) implementou o Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação[1], responsável por abrir diálogo e realizar parcerias com partidos políticos, plataformas digitais e outros atores políticos. Entre outras medidas, o programa propõe-se também a capacitar servidores e magistrados eleitorais.

Nosso foco, porém, é nas iniciativas realizadas pelos Tribunais Regionais Eleitorais (TREs) entre 2022 e 2023, disponibilizadas aos servidores por meio das plataformas digitais Moodle e YouTube. As relevantes iniciativas e políticas protagonizados pelo Tribunal Superior no enfrentamento à desinformação possuem grande visibilidade pública. Isso não costuma ocorrer com as iniciativas e ações no âmbito regional, embora os TREs sejam atores fundamentais, podem ter atuação significativa na produção dessas ações de enfrentamento à desinformação, o que, aliás, já vem ocorrendo em alguns Tribunais.

O objetivo principal da pesquisa é traçar o panorama das iniciativas de capacitação e comunicações pedagógicas produzidas regionalmente, para avaliar as temáticas desses produtos pedagógicos, especialmente no que diz respeito à capacidade de eles oferecerem quadro amplo dos mecanismos de funcionamento das plataformas digitais.

A crescente disseminação da desinformação nas esferas públicas tem desafiado agências governamentais em todo o mundo, incluindo a Justiça

[1] O Tribunal Superior Eleitoral instituiu o Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação pela Portaria-TSE n. 510 de 4 de agosto de 2021, com a finalidade de enfrentar a desinformação relacionada à Justiça Eleitoral e aos seus integrantes, ao sistema eletrônico de votação, ao processo eleitoral em suas diferentes fases e aos atores nele envolvidos. A portaria está disponível em: https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/prt/2021/portaria-no-510-de-04-de-agosto-de-2021.

Eleitoral brasileira, a fortalecerem suas capacidades técnicas em informação. No entanto, a complexidade desse fenômeno vai além da mera competência técnica, envolvendo intricadas camadas de crenças, valores e desconfiança nas instituições.

Este estudo mapeou a capacitação de servidores da Justiça Eleitoral promovida por iniciativa dos Tribunais Regionais Eleitorais em relação à desinformação, com o pressuposto de que, em razão da autonomia desses Tribunais, essas iniciativas ocorrem, em geral, de forma regional e isolada. A maior parte das capacitações é decidida pela alta gestão a partir de consulta sobre o interesse de cada unidade dos Tribunais para a elaboração do Plano Anual de Capacitação. O interesse das unidades é manifestado a partir da percepção própria do gestor e das equipes sobre necessidades internas de aprimoramento.

As escolhas selecionadas e constantes do Plano dos Tribunais Regionais Eleitorais definem orçamento específico direcionado à contratação dos treinamentos. A grande exceção são os cursos e os treinamentos de servidores e magistrados cujo tema atende à demanda direta do Conselho Nacional de Justiça ou do Tribunal Superior Eleitoral, o que pode ocorrer a qualquer tempo ao longo do ano. Também as comunicações pedagógicas publicadas nas redes sociais são construídas a partir de um projeto e sua execução ocorre usualmente após a aprovação da Presidência do Tribunal. A referência do projeto é o Plano Estratégico plurianual da instituição.

A pesquisa possui dados sobre a capacitação realizada por meio do ensino a distância ou no modelo presencial, com módulos gravados e disponibilizados ao público interno. Entretanto, há quantidade significativa de vídeos de comunicação pedagógica sobre desinformação, produzidos por iniciativa dos Tribunais e disponíveis no perfil oficial do YouTube. Esses vídeos permitem perceber o enquadramento que os Tribunais responsáveis fazem do tema e sobre como e por que fazer o esclarecimento aos públicos interno e externo sobre ataques ao processo eleitoral.

Este estudo propõe-se avaliar as iniciativas mapeadas de capacitação promovidas pelos atores regionais da Justiça Eleitoral, oferecendo panorama de como as respostas aos ataques ao processo eleitoral têm sido preparadas regionalmente. A atenção aos regionais na escolha do *corpus* do trabalho deve-se à proximidade dos agentes públicos desses Tribunais Eleitorais do cidadão. São os regionais os responsáveis pelo atendimento direto aos cidadãos nas zonas eleitorais.

A título de comparação, a experiência dos tribunais inferiores nos Estados Unidos com o treinamento de seus funcionários demonstrou a relevância do trabalho dessas instituições na vida dos cidadãos, o que motivou a investigação minuciosa dos métodos pedagógicos empregados. Para os tribunais americanos inferiores (*low courts*) e seus funcionários, como os escreventes judiciais (*clerks*)[2], a formação contínua é vista como crucial. Esses tribunais lidam diretamente com casos que podem estabelecer precedentes e influenciar a sociedade de maneira imediata.

Da mesma forma, por analogia, no Brasil, é vital que os servidores das instâncias regionais da Justiça estejam bem preparados para identificar, analisar e combater a desinformação, pela influência que a produção industrial de mentiras tem na vida quotidiana dos cidadãos, em áreas como a competição eleitoral ou a vacinação e saúde pública.

A desinformação afeta diretamente a administração da justiça, exigindo abordagens distintas e estratégias pragmáticas, frequentemente escassas em instituições tradicionais (Cooke, 2017). No cenário do desenvolvimento e do avanço tecnológico, é primordial reconhecer a educação como sistema dinâmico e adaptável às mudanças conceituais e comportamentais exigidas em diversos setores econômicos globais. A educação posiciona-se como ponto de partida para a expansão dessas mudanças, assegurando a preparação adequada para enfrentar os desafios futuros. Na linha de Freire (1974), é preciso pensar a educação como "uma intervenção no mundo", enfatizando seu papel transformador.

[2] Federal Judicial Center. Thurgood Marshall Federal Judiciary Building, One Columbus Circle NE, Washington DC 20002.

Nesse contexto, a capacitação dos servidores deve ser vista não apenas como correção pontual, mas essencial para a melhoria da qualidade educacional, favorecendo abordagem reflexiva e o aprimoramento constante (Delors, 2003).

A estrutura do presente artigo se desdobrará da seguinte maneira: inicialmente, serão exploradas abordagens inovadoras, transitando da competência informacional para o letramento. Em seguida, serão discutidos os desafios relacionados às plataformas digitais e seus mecanismos publicitários, abarcando a capacitação na esfera da Justiça Eleitoral, incluindo a coleta e a análise de dados, culminando em considerações e recomendações decorrentes deste estudo.

1 Uma outra abordagem: da competência informacional ao letramento

O fenômeno da desinformação pode ser definido como o faz Mariana Choratto (2022, p. 9), pelo "dolo de enganar as pessoas, com o objetivo de manipular o público-alvo e fazê-lo se comportar ou pensar de uma determinada forma". Numa percepção imediata, a questão principal torna-se então a de formar um público competente em informação, como propõem Brisola e Romeiro (2018, p. 3), para quem "é desejável que a pessoa cidadã tenha competência em informação, enfatizando o pensamento crítico, consciência crítica e pensamento reflexivo".

Em geral, atribui-se às notícias falsas a eficácia de enganar e chamar a atenção do leitor ao fato de elas serem apresentadas de forma "sensacionalista", polêmica, apelativa e dramática. Assim, as *fake news* teriam como terreno fértil para sua proliferação as fragilidades intelectuais e psicológicas dos cidadãos, aproveitando-se do "viés de confirmação" de suas crenças ou da "dissonância cognitiva".

Embora esse seja um aspecto relevante do enfrentamento à desinformação, a suficiência dessa explicação é pouco convincente, quando se coloca em jogo a experiência e treinamento médio do corpo técnico dos

servidores e magistrados da Justiça Eleitoral em questões relativas ao processo eleitoral, em especial se considerarmos que os artifícios de manipulação estão desde sempre presentes nas competições eleitorais reguladas pelo órgão do Poder Judiciário.

As iniciativas educacionais, em geral, voltadas ao combate à desinformação frequentemente enfatizam o desenvolvimento da competência em gerir informações, que se concentra principalmente em habilidades cognitivas e técnicas para avaliar a veracidade e a confiabilidade das fontes de informação. Esse tipo de competência técnico-informacional capacita os indivíduos a discernirem entre informações precisas e falsas, utilizando métodos como verificação de fontes, checagem de fatos e análise crítica.

Por outro lado, existe outra possibilidade de orientação pedagógica instruída pelo conceito de letramento, que vai além da competência técnico-informacional, ao incluir compreensão mais ampla das dinâmicas sociais, culturais e políticas que permeiam a produção, disseminação e recepção de informações. O letramento envolve não apenas a habilidade de processar informações, mas também a capacidade de interpretar contextos e reconhecer relações de poder e dominação subjacentes aos enunciados dos discursos.[3]

Assim, enquanto a competência técnico-informacional se concentra nas habilidades cognitivas e técnicas necessárias para discernir a verdade factual, o letramento engloba abordagem que considera o contexto social, cultural e político em que a desinformação surge e se propaga, incluindo sua relação com teorias conspiratórias, discursos de ódio e outros padrões discursivos[4]. Portanto, o esforço de letramento para o enfrentamento à

[3] Ver, por exemplo, COSTA, Giselda dos Santos. *Mobile learnign: explorando potencialidades com o uso do celular no ensino-aprendizagem da língua inglesa como língua estrangeira com alunos de escola pública.* 2013. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2013. p. 14-16.

[4] Dourado e colegas propõem, por exemplo, que os discursos são uma forma de ação e podem ter efeitos nocivos diretos e indiretos, especialmente quando integrados em contexto político, além de evocarem sistemas de crenças e inflamarem tendências ideológicas iliberais. Entre os tipos de discurso analisados em sua influência mútua estão o "incivil", "conspiratórios", "perigosos", "de ódio". Cf. DOURADO, Tatiana; PIAIA, Victor; CHAGAS, Viktor;

desinformação exige ir além de apenas identificar erros factuais e efetuar checagens, mas também busca capacitar os indivíduos a compreenderem os mecanismos de funcionamento das plataformas.

Essa diferença entre uma abordagem restrita à competência técnico-informacional e a possibilidade de letramento foi levada em consideração na análise dos produtos de comunicação pedagógica produzidos pelos Tribunais Regionais.

2 As plataformas e seus mecanismos publicitários

Tim Wu (2016, p. 11-18) narra em detalhe a história do homem de negócios Benjamin Day e do nascimento do mercado da atenção no verão de 1833, nos Estados Unidos. Empreendedor, Day amplia o mercado de leitores vendendo jornais abaixo do custo de produção (1 centavo de dolar ou *penny*) para criar o modelo de negócio da *penny press,* baseado na revenda em bloco aos publicitários da audiência dos leitores conquistados por seus jornais sensacionalistas.

A compreensão da recente plataformização dessa economia da atenção, que subjaz ao uso imediato (político ou econômico) da desinformação, é talvez a grande ausência notada nos temas dos produtos pedagógicos mapeados, como veremos a seguir. Antes, porém, é preciso esclarecer brevemente as relações motivadas pela economia da atenção, que subjazem à circulação das desinformações, inclusive as proferidas contra o processo eleitoral e as instituições democráticas em geral.

Gigantescas e multibilionárias, as plataformas digitais atuam num mercado desregulado da atenção, que é ultracompetitivo e predatório, o que faz com que seja estruturado principalmente em função de um "vale-tudo" pelo engajamento dos usuários. A competição concorrencial pela audiência

DIENSTBACH, Dalby; RUEDIGER, Marco Aurélio; MATOS, Eurico; SANTOS, João Guilherme Bastos dos. Online disinformation in Brazil: a typology of discursive action of harmful political content on whatsApp and facebook. *International Journal of Communication,* v. *18, 2024*. Disponível em: http://ijoc.org. Acesso em: 27 nov. 2024.

existe com o objetivo de valorizar as próprias plataformas, redes sociais e aplicativos como espaços publicitários e de produção de dados digitais.

D'Ancona (2018, p. 51) resume o novo modelo de negócio, baseado no acesso gratuito a conteúdos em troca dos dados pessoais dos usuários: "E cada interação, postagem, compra ou busca, os usuários revelam algo mais a respeito de si mesmos; informação que se tornou a *commodity* mais valiosa do mundo".

Esses espaços virtuais publicitários concentram boa parte das disputas de interesses políticos, econômicos e culturais sem que o público tenha pleno conhecimento dos mecanismos de funcionamento dessas plataformas digitais, que permanecem opacos. Os usuários concordam com termos e condições de uso longos e confusos ou nem se dão conta de ler esses textos, sem se importar de ter acesso aos serviços gratuitos em troca das informações, como advertiu Tim Berners-Lee[5].

Interfaces, recomendações e experiências nas redes sociais são moldadas pela automação massiva dos algoritmos, que atuam na construção publicitária de perfis, filtros-bolha e *microtargeting*[6] dos comportamentos e emoções dos usuários, que, por sua vez, são simultaneamente produtores e consumidores de conteúdos. "Nós nos tornamos tão seguros em nossas bolhas que começamos a aceitar apenas informações, verdadeiras ou não, que correspondem às nossas opiniões, em vez de basearmos nossas opiniões nas

[5] Na carta em que o criador da World Wide Web publicou para marcar o 28º ano desse sistema "www". *Apud* D'Ancona, Op.Cit., p. 51.

[6] O filtro-bolha altera fundamentalmente a maneira como encontramos as informações na internet. O conteúdo oferecido para cada pessoa é personalizado de acordo com os rastros de suas atividades anteriores no ambiente virtual. Assim, é um mecanismo que molda a navegação do usuário e o que ele vai encontrar *online*. Já a coleta e mineração de dados pessoais são aproveitadas para fins comerciais e políticos. Essas informações possibilitam a antecipação e indução de comportamento (inclusive políticos e eleitorais) e criação de estratégias que consolidam rastreamentos psicológicos e perfilamento individualizado dos usuários individuais ou grupos para os mais diversos interesses. As plataformas Google, Amazon, Facebook, Apple e Microsoft administram o maior banco de dados e sistemas de arquivos da história (D'Ancona, Op.Cit., p. 51).

evidências", disse Barack Obama, no discurso de despedida da Casa Branca, em janeiro de 2017[7].

Esses filtros-bolha teriam como consequência o reforço das opiniões compartilhadas e uma maior dificuldade de contestar as mentiras, uma vez que "a mídia social e os mecanismos de busca, com seus algoritmos e *hashtags*, tendem a nos dirigir para o conteúdo que vamos gostar e para as pessoas que concordam conosco. Muitas vezes, rejeitamos como *trolls* aqueles que se atrevem a discordar"[8].

Os "influenciadores digitais" ocupam posição de destaque nesse mercado de opinião e atenção pública. Além de produzirem conteúdos, eles constroem vínculos com a audiência para obter parte da verba publicitária distribuída pelas plataformas. Muitas celebridades, inclusive, aumentam artificialmente o número de seguidores pela contratação de "fazendas de cliques" – trabalhadores precarizados contratados para curtir, comentar e seguir os influenciadores, como explica Grohmann (2021).

Especificamente em relação às fazendas de cliques, elas são empresas ligadas ao *marketing* digital. No Brasil, essas empresas estão situadas fora dos grandes centros urbanos e têm como clientes celebridades, influenciadores e políticos.

Nessas fazendas de cliques, a principal venda é a de seguidores, como estratégia de validação dos discursos dos *coaches* e influenciadores e credibilidade, como explica Grohmann (2021). Os trabalhadores descobrem essas plataformas por meio de canais do YouTube e outras redes sociais, prometendo ganhar renda extra. Entre as atividades catalogadas nessa pesquisa de 2021[9], os trabalhadores eram pagos para curtir em vídeos do YouTube (além de comentar nas contas dos clientes), o que mostra a relação

[7] *Apud* D'Ancona, 2018, p. 52.

[8] *Ibidem*, p. 53.

[9] Ver também Grohmann (2021b, introdução).

entre trabalhadores pagos e as redes de ódio. Esses trabalhadores revelam também a dimensão equivocada do impacto de boa parte dos influenciadores.

Para essas plataformas, em princípio, o conteúdo é indiferente e todo investimento vale naquilo que captar mais a atenção do público. Sem os limites impostos ao Jornalismo[10], que é um modelo de negócio orientado apenas pelo lucro, o algoritmo recomenda indiferentemente a produção e consumo de conteúdos, mesmo aqueles que incentivam teorias da conspiração:

> Que fique bem claro, isso não é um defeito de projeto. É aquilo que os algoritmos se destinam a fazer: conectar-nos com as coisas que gostamos, ou podemos vir a gostar. Trata-se de algo bastante responsivo ao gosto pessoal e – até agora – bastante cego à veracidade. A *web* é o vetor definitivo da pós-verdade, exatamente porque é indiferente à mentira, à honestidade e à diferença entre os dois (D'Ancona, 2018, p. 55).

Historicamente, na modernidade, recorremos ao prestígio e à autoridade das instituições socialmente de referência para a produção ou certificação do conhecimento, com seus métodos e rigor conceituais, como a universidade e outros órgãos de ciência e pesquisa, os professores, os pesquisadores e os cientistas. A autoridade do jornalismo e dos jornalistas, por exemplo, foi por um bom tempo a garantia de relatos noticiosos certificados como verdadeiros.

Essas referências não mantêm o mesmo prestígio nesse novo ecossistema construído com a digitalização da vida. Os algoritmos, entretanto, não controlam os usuários "da forma linear com que costumamos pensar relações de causa e efeito", explica Cesarino (2022, p. 18). Podemos conhecer os efeitos sociais provocados por eles apenas de forma indireta, em especial na "desestabilização das estruturas que organizavam o ambiente político, científico, legal, midiático no século passado" Cesarino (2022, p. 18). Nesse sentido, as crises de confiança na democracia, na ciência e na

[10] Como vimos com Wu (2026) esse modelo de negócio nasce e se dissemina com o jornalismo anglo-saxão no século XIX. Entretanto, a deontologia do Jornalismo, mesmo o sensacionalista, exige a certificação dos fatos (o que não impede e enquadra a narrativa pelo viés do escândalo).

imprensa fazem parte da mesma crise, de enfraquecimento dos mediadores do sistema de peritos com que havíamo-nos acostumado anteriormente.

Wilson Gomes e Tatiana Dourado (2019) argumentam uma mudança do "estatuto epistemológico" com as narrativas, interpretações de fatos e histórias (narrações dos acontecimentos ou relatos dos fatos), que concorrem no ambiente virtual. Há disputas entre compreensões alternativas dos acontecimentos pela produção de relatos presumivelmente reais e verdadeiros, que são postos em disputa com relatos divergentes pela atenção pública.

As posições da extrema direita em ascensão se fortalecem com a aposta nessa crise epistêmica. Há investimento na desqualificação daquelas instituições "tradicionalmente dotadas de credibilidade para arbitrar sobre o conhecimento socialmente aceito sobre fatos (ciência, universidade e jornalismo)" (Gomes; Dourado, 2019). Criada para produzir informações em conformidade com os princípios e os valores da extrema-direita política, a nova ecologia instaura como fator de definição dos fatos verdadeiros "o universo simbólico das comunidades *online* de produção e consumo de conteúdos" (Gomes; Dourado, 2019).

Gomes e Dourado (2019) propõem então que é criada uma "epistemologia tribal", em que os relatos são verdadeiros ou falsos menos em função dos fatos e evidências a que se referem, e mais em função dos valores que reforçam, dos princípios que sustentam essas comunidades e esses grupos.

A desinformação, portanto, constitui-se como fenômeno social coletivo, cuja arquitetura estratégica inclui pujante mercado por um lado, e, por outro, aproveita-se de fluxos digitais e de aparatos de receptividade de narrativas sensacionalistas e emocionais, entre outras características. Como explicam Rêgo e Paulino (2022, p. 40), a desinformação "extrapola a simples *fake news* e se coloca como um produto híbrido que mescla morfologicamente a composição das narrativas: fatos, mentiras, descontextualizações temporais e espaciais".

Assim, a desinformação possui tanto uma estética chamativa quanto uma composição morfológica híbrida, que incorpora a fraude, o engano, mas também fatos descontextualizados.

Não se trata apenas da ausência da mediação editorial que caracteriza a imprensa tradicional, nem da existência ou ausência de profissionais responsáveis pela verificação das informações[11]. Segundo Goltzman (2022), "Para que se entenda a desinformação é preciso haver um olhar plural, envolvendo as perspectivas do direito e de outras esferas do saber, como a comunicação social, a ciência da informação e até mesmo a psicologia".

Assim, a desinformação é um fenômeno multidimensional que se aproveita do modelo de negócios e das estratégias de *marketing* das plataformas sociais para, nos termos de Rêgo e Paulino (2022), "colocar sob suspeição instituições autorizadas como lugares de verdade" da modernidade, a exemplo do jornalismo, da ciência, da história, da academia, entre outros.

Uma indicação de que a reflexão sobre o fenômeno deve ir além da percepção e consciência do engano ou verdade é a de que os próprios consumidores de notícias digitais mostram crescente preocupação em relação à veracidade das informações que recebem. Em uma pesquisa conduzida em 38 países com 75 mil usuários de notícias pelo Reuters Institute[12], cinquenta e cinco porcento dos participantes expressaram preocupação com a distinção entre informações verdadeiras e falsas na internet. De acordo com o Reuters Digital News Report de 2019, o Brasil lidera essa preocupação, com 85% dos respondentes demonstrando insegurança em relação às informações disponíveis *online*[13].

A que caminhos aponta a complexidade desse debate sobre a desinformação nos processos eleitorais para a capacitação dos colaboradores da

[11] Essa é uma reivindicação de Branco, Paulo Gustavo Gonet e Branco, Pedro Henrique de Moura Gonet. "*Fake News – Desafios para a Democracia*". In Eleições e Democracia na Era Digital, coordenado por Paulo Gustavo Gonet Branco *et al*. São Paulo: Almedina, 2022.

[12] NEWMAN, N. *et al*. *Reuters Institute Digital News Report* 2020.

[13] *Ibidem*.

Justiça Eleitoral na proteção da integridade e legitimidade dos procedimentos eleitorais?

Como enfatizado por Pippa Norris (2012)[14], a integridade eleitoral abrange conceitos, ideais e critérios das eleições democráticas que são universalmente relevantes e aplicáveis. A integridade eleitoral é fundamental em todas as etapas do processo, desde o período pré-eleitoral até o período pós-eleitoral, refletindo-se como uma pedra angular indispensável da democracia. A proteção da democracia deve, então, compreender a percepção pelos colaboradores da Justiça Eleitoral desse fenômeno em suas múltiplas perspectivas.

3 A capacitação na Justiça Eleitoral

No âmbito da Justiça Eleitoral brasileira, a crescente preocupação com a necessidade de qualificação nesse âmbito começou a ganhar destaque com a instauração do Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições por meio da Portaria-TSE n. 949[15] de 7 de dezembro de 2017, quando o Tribunal Superior Eleitoral, sob a presidência do ministro Gilmar Mendes, formou grupo diversificado incumbido de realizar pesquisas sobre as normativas eleitorais nacionais, para aprimorar as regulações existentes e avaliar a influência da internet nas eleições brasileiras.

Esse grupo, composto por representantes do próprio Tribunal, do Ministério da Justiça, da Agência Brasileira de Inteligência (Abin), da Fundação Getulio Vargas (FGV) e da associação SaferNet Brasil, discutia acerca da utilização de *bots* para difundir conteúdos de qualidade duvidosa. Posteriormente, com a iniciativa do Programa de Enfrentamento

[14] NORRIS, Pippa. *Making Democratic Governance Work*: How Regimes Shape Prosperity, Welfare, and Peace by PippaNorris. New York: Cambridge University Press, 2012. xii + 281.

[15] BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. *Portaria n. 949, de 7 de dezembro de 2017*. Institui o Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições. Disponível em: https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/prt/2017/portaria-no-949-de-7-de-dezembro-de-2017?texto=compilado. Acesso em: 10 de jun. 2024.

à Desinformação com Foco nas Eleições 2020, instituído pela Portaria-TSE n. 663[16] de 30 de agosto de 2019 assinada pela então presidente do TSE, ministra Rosa Weber, quatro das principais plataformas digitais do mundo aderiram ao projeto.

Sob a gestão do Ministro Luís Roberto Barroso, em outubro de 2020, o número de parceiros foi ampliado, agregando a contribuição de nove agências especializadas no desmantelamento de notícias falsas relacionadas ao processo eleitoral presentes na internet. Assim, a coalizão de verificação de informações e a página "Fato ou Boato"[17] foram estabelecidas, compilando as verificações produzidas por profissionais de agências renomadas como a AFP Checamos, Agência Lupa, Aos Fatos, Boatos.org, E-farsas, Estadão Verifica, Fato ou Fake, Projeto Comprova e UOL Confere, além do apoio de assessores de comunicação do TSE e dos 27 Tribunais Regionais Eleitorais[18].

Em 4 de agosto de 2021, novo passo em direção ao aprimoramento do combate às notícias falsas foi dado com a Portaria-TSE n. 510[19], transformando a iniciativa em pauta constante na agenda da Justiça Eleitoral. A partir dessa formalização, o ministro Edson Fachin, que presidiu o TSE entre fevereiro e agosto de 2022, criou a Assessoria Especial de Enfrentamento à Desinformação (AEED)[20].

---

[16] BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. *Portaria n. 663, de 30 de agosto de 2019*. Institui o Programa de Enfrentamento à Desinformação com Foco nas Eleições 2020 e disciplina a sua execução. Disponível em: https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/prt/2019/portaria-no-663-de-30-de-agosto-de-2019?texto=compilado. Acesso em: 2 jun. 2024.

[17] BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. *Fato ou Boato*. Disponível em: https://www.justicaeleitoral.jus.br/fato-ou-boato/. Acesso em: 2 jun. 2024.

[18] BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. *Programa de Enfrentamento à Desinformação com Foco nas Eleições 2020*: relatório de ações e resultados. Brasília: Tribunal Superior Eleitoral, 2021.

[19] BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. *Portaria n. 510, de 4 de agosto de 2021*. Institui o Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação no âmbito da Justiça Eleitoral e disciplina a sua execução. Disponível em: https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/prt/2021/portaria-no-510-de-04-de-agosto-de-2021?texto=compilado. Acesso em: 2 jun. 2024.

[20] BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. *TSE cria nova Assessoria com foco no combate à desinformação*. Disponível em: https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Marco/tse-cria-nova-assessoria-com-foco-no-combate-a-desinformacao. Acesso em: 2 jun. 2024.

A implementação do Programa de Enfrentamento à Desinformação com foco nas Eleições 2020, seguida da sua transformação em programa permanente, indica o reconhecimento pela Justiça Eleitoral da relevância do tema e da necessidade da promoção de ações concretas para enfrentar o problema, inclusive a capacitação de magistrados e servidores eleitorais.

Além do volume de treinamentos realizados, a principal questão que se apresenta é a forma com que são tematizadas essas capacitações. Elas restringem-se à questão da competência informacional? Tematizam os mecanismos de funcionamento das plataformas digitais? Tratam da economia da atenção e dos intermediários (influenciadores) que são referência dos algoritmos para segmentar a rede?

Por fim, esses treinamentos são proporcionalmente realizados em equidade pelos Tribunais Regionais? Caso a produção seja desproporcional, é possível uma solução colaborativa para que os conhecimentos produzidos estejam disponíveis a todo o corpo de colaboradores da Justiça Eleitoral, de qualquer região do país?

3.1 Coleta dos dados

Com o propósito de obter informações precisas acerca das atividades relacionadas ao enfrentamento à desinformação promovidas pelas Escolas Judiciárias durante os anos de 2022 e 2023, um questionário foi concebido e distribuído por meio eletrônico às referidas instituições. Esse instrumento, estruturado em formato de formulário, segmentado em seções específicas, inquiriu sobre as ações de capacitação realizadas, incluindo cursos, palestras, materiais educativos e outras medidas relevantes nessas esferas temáticas.

Após a coleta das respostas, os dados foram centralizados em um banco de dados, submetidos à análise para identificação de padrões e lacunas, e categorizados para ressaltar práticas recorrentes e áreas demandantes de maior atenção. Diante do retorno de apenas seis escolas judiciárias específicas do Brasil (Rondônia, Sergipe, Pernambuco, Paraná, Distrito Federal e Rio de Janeiro), o que limitou a abrangência da coleta de dados, a fim de complementar

os dados, foi realizada uma busca manual na plataforma YouTube. Para isso, navegou-se nas páginas oficiais dos 27 Tribunais Regionais Eleitorais na rede social, utilizando-se os termos "desinformação", "*fake news*" e "urna eletrônica" no mecanismo de busca. O intuito foi o de identificar conteúdos relevantes relacionados ao combate à desinformação e segurança da urna eletrônica, como cursos, vídeos informativos, eventos e seminários. A busca manual foi realizada na plataforma *moodle* dos Tribunais.

Adicionalmente, uma nova tentativa de contato foi feita com todas as escolas judiciárias do Brasil por meio de comunicações diretas por *e-mail*, resultando no retorno, até o dia 8 de julho de 2024, de outras três escolas: Escola Judiciária Eleitoral Paulista (EJE-SP), Escola Judiciária Eleitoral de Sergipe (EJE-SE) e Escola Judiciária Eleitoral de Minas Gerais (EJE-MG). Os resultados dessa interação variaram entre dificuldades técnicas e respostas detalhadas sobre as atividades relacionadas ao tema.

A investigação abrangeu informações da EJE-MG, que enfrentou obstáculos técnicos no acesso ao formulário, mas apresentou cursos e iniciativas relacionadas aos eixos de Educação e Cidadania, Propaganda, Poder de Polícia e Desinformação.

O Gráfico 1 apresenta o conjunto de iniciativas destacadas na investigação, englobando os dados provenientes das Escolas Judiciárias Eleitorais (EJEs) e as informações incorporadas pelos pesquisadores nas plataformas *online* Moodle e YouTube. Os URLs dessas fontes estão minuciosamente documentados em uma tabela designada, disponibilizada no apêndice do artigo para referência detalhada:

Gráfico 1 – Quantitativo de ações realizadas pelas Escolas Judiciárias do Brasil

Fonte: elaborado pelos autores a partir da resposta enviada por seis Escolas Judiciárias e levantamento manual em Plataforma Moodle, Google e YouTube. Dados coletados por Lígia Vieira de Sá e Lopes e Maurício da Silva Duarte, 2023.

4 Análise dos dados

A análise dos dados expôs uma disparidade significativa no número de iniciativas promovidas pelos Tribunais Regionais Eleitorais, refletindo a diversidade de abordagens adotadas pelas diferentes instâncias judiciárias, tornando evidente a urgência da adesão e implementação de medidas mais abrangentes em escala nacional para combater a propagação de informações falsas e fortalecer a segurança do sistema eleitoral.

Alguns TREs, como o TRE-SC e o TRE-BA, implementaram um conjunto de dez iniciativas cada, enquanto outros TREs demonstram uma produção mais restrita, mantendo um número consideravelmente menor de iniciativas[21].

[21] Não se trata aqui de julgar "proatividade" dos tribunais, pois as razões podem variar de dificuldades estruturais da organização, diferenças de recursos ou temas concorrentes sobre atividades eleitorais (o que obriga o direcionamento de recursos). Assim, aponta-se apenas abstratamente os quantitativos sem juízo de valor sobre as razões, que exigiriam uma outra pesquisa.

Esses esforços de alguns TREs para disponibilizar uma variedade de conteúdos educativos e preventivos poderia ser potencializado se houvesse compartilhamento com os demais Tribunais, especialmente aqueles que não produziram peça alguma de comunicação pedagógica.

Simultaneamente, houve um levantamento dos cursos relevantes no combate à desinformação em duas plataformas *online*, o YouTube e o Moodle. Os resultados preliminares apontam, contudo, insuficiência de iniciativas nessas plataformas, incluindo cursos, *workshops*, palestras e materiais educativos.

A amostra é quantitativamente significativa apenas em relação ao levantamento realizado nos perfis institucionais no YouTube, com 120 vídeos postados. A apuração de outros dados foi prejudicada pela baixa taxa de resposta dos Tribunais Regionais Eleitorais ao formulário da pesquisa. Apenas oito TREs responderam satisfatoriamente, a maioria reiterando os *links* de vídeos anteriormente coletados no YouTube. Embora manifestassem ter realizado cursos específicos, não havia *links* disponíveis dos treinamentos, que foram realizados presencialmente (sem gravação).

Em relação aos temas abordados nos vídeos do YouTube, os temas recorrentes são a "segurança do processo de votação", serviços de denúncia e principalmente dicas sobre como identificar desinformação e esclarecimento sobre o prejuízo que causam às eleições.

Esses temas são de inegável interesse e uma preocupação justificada pelo elevado ataque às urnas eletrônicas por extremistas, influenciadores e mesmo autoridades públicas ao longo do ano eleitoral de 2022. Apenas os Tribunais de Santa Catarina e Minas Gerais procuraram abordar temas mais complexos, relacionados ao discurso de ódio.

Prevalece, portanto, um recorte restrito à dimensão enunciativa, no sentido de falsidade ou verdade, de competência da gestão da informação, a ser solucionado com a ajuda também competente do Jornalismo ou das agências de checagem. No entanto, essa visão desconsidera a existência da indústria de desinformação, como vimos acima, que inclui desde sofisticado

agenciamento de relações públicas[22], práticas de *fairwashing*[23], até as fazendas de cliques, que absorvem um grande contingente de trabalhadores informais e mal pagos.

Observa-se a ausência de referências aos projetos socioeducativos da Justiça Eleitoral nos vídeos publicados. Um exemplo é o programa Eleitor do Futuro, que promove palestras em instituições de ensino abordando temas como cidadania e eleições. Uma estratégia viável para a alfabetização eleitoral digital envolveria a inserção da temática da "desinformação" nessas palestras realizadas em escolas por todo o território nacional.

Considerações finais

A Justiça Eleitoral possui grande capilaridade nacional e diferenças de estrutura regionais. As ações de capacitação contra a desinformação, em princípio, podem ter sua eficácia ampliada se forem desenvolvidas de forma colaborativa e reticular pelas diversas instituições que integram a Justiça Eleitoral.

O trabalho colaborativo permitiria, em especial, uma reorientação do destaque dado à habilidade técnica e individual do usuário das plataformas digitais de lidar com a desinformação. Como iremos argumentar a seguir, o ambiente digital é moldado por lucrativo modelo de negócios publicitários que incentiva a circulação de conteúdos enganosos, sem que fique transparente aos usuários esses mecanismos publicitários de funcionamento das plataformas.

[22] A matéria da Agência Pública "A máquina de propaganda do iFood", é um exemplo dessas estratégias de comunicação que se valem da desinformação. A reportagem mostra que a empresa iFood contratou uma agência de publicidade para desmobilizar os trabalhadores em movimento de paralisação (Cf. LEVY, Clarissa. A máquina oculta da propaganda do iFood. 4 de abril de 2022, disponível em: apublica.org/2022/04/a-maquina-oculta-de-propaganda-do-iFood). Grohman (2022) atribui essa estratégia de desinformação ao universo da comunicação eleitoral.

[23] O termo *fairwashing* tem sido usado para caracterizar o sentido de limpeza, lavagem de imagem e ocorre quando a empresa anuncia preocupações com a diversidade, a sustentabilidade ou simplesmente o bem-estar do trabalhador, mas se trata principalmente de uma manobra de comunicação institucional.

Para além de um enfoque apenas individualista na competência em informação, é crucial considerar essas dinâmicas sistêmicas que perpetuam e amplificam a desinformação na sociedade contemporânea. A sua ampla circulação associada ao crescente uso das mídias sociais e da polarização formam um conjunto de fatores que representa uma grave ameaça à integridade dos processos eleitorais e à qualidade da democracia[24].

Em que pese a criação da página "Fato ou Boato" em outubro de 2020[25] e iniciativas da Assessoria Especial de Enfrentamento à Desinformação (AEED)[26] do Tribunal Superior Eleitoral, entre fevereiro e agosto de 2022, ainda existe vácuo de atuação considerável a ser preenchido. É certo que o TSE, com apoio dos Tribunais Regionais, já vem coordenando a mitigação dos impactos da desinformação durante os períodos eleitorais.

Em princípio, porém, esse papel pode ser ampliado a partir da lógica da própria sociedade de dados, em que o esforço coordenado entre diferentes atores organize a atuação colaborativa e reticular dos atores sociais, partilhando instrumentos de capacitação e desenvolvimento de competências.

A proposta de realizar um levantamento das iniciativas regionais da Justiça Eleitoral no enfrentamento à desinformação encontrou obstáculos em fatores contextuais, como o tempo exíguo para o levantamento e a baixa taxa de respostas ao formulário (provavelmente pela sobrecarga gerada nos anos eleitorais). Mesmo assim, o panorama percebido a partir do levantamento

[24] Esse argumento tem sido sustentado por variados autores. Ver, por exemplo, como esclarecem, por exemplo, Tucker *et al*. no relatório *Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature*, de março de 2018. A própria plataforma Meta, à época ainda denominado Facebook, reconheceu não poder garantir que as plataformas de mídias sociais sejam boas para a democracia, em comunicado publicado em 2018. Nele, a empresa afirmava que o Facebook havia sido criado para conectar amigos e familiares, que a apropriação para fins políticos tinha se tornou um "resultado imprevisto". Sobre isso, ver DOURADO, 2020, p. 91.

[25] BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. *Fato ou Boato*. Disponível em: https://www.justicaeleitoral.jus.br/fato-ou-boato/. Acesso em: 2 jun. 2024.

[26] BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. *TSE cria nova Assessoria com foco no combate à desinformação*. Disponível em: https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Marco/tse-cria-nova-assessoria-com-foco-no-combate-a-desinformacao. Acesso em: 2 jun. 2024.

da comunicação pedagógica disponível nos perfis institucionais no YouTube permite uma primeira percepção dos pressupostos que orientam as estratégias definidas até aqui pelos Tribunais Regionais na produção dos vídeos de esclarecimento público sobre o fenômeno.

Há uma evidente desproporção entre a capacidade de elaboração desse tipo de comunicação pedagógica, certamente derivado das diferenças de estrutura entre os Tribunais. Bahia, Minas Gerais, Santa Catarina, Paraná, São Paulo e Rio de Janeiro estão entre os principais produtores de conteúdo. Essas diferenças regionais acentuam a necessidade de um trabalho coordenado e reticular, que reforce o alinhamento institucional. Essa colaboração entre os regionais tem a vantagem de proporcionar ainda a disseminação das mensagens a toda a Justiça Eleitoral e aos cidadãos das cidades mais distantes desses centros produtores.

Há, porém, desafios a serem enfrentados no que diz respeito à construção e estruturação dessas iniciativas. Em especial, é preciso abordar dimensões pouco tematizadas da desinformação e da plataformização da vida. A segurança do processo eleitoral, as variadas formas de auditoria da urna eletrônica, a divulgação da página de checagens da Justiça Eleitoral são iniciativas fundamentais, mas insuficientes.

Parece pouco provável que o enfrentamento à desinformação possa ser feito de forma eficaz apenas por meio de uma educação midiática tradicional ou por meio de iniciativas de checagem de fatos, como o modelo seguido com entusiasmo pelo Paraná, que chegou a criar uma agência própria de checagem, a "Gralha Confere". Isso ocorre quando a indústria da desinformação se utiliza de expedientes, como o exército de trabalhadores precarizados que alimentam perfis de influenciadores para disseminar desinformações de caráter político.

As empresas de plataforma estão entre os principais financiadores de projetos na América Latina dedicados ao combate à desinformação e investiram pelo menos 9 milhões e 300 mil dólares em projetos do gênero entre 2017 e 2022 (Thales Lelo *et al*. 2022). A maior parte dos investimentos é em iniciativa de checagens de fatos.

O projeto Educamídia, lançado pelo Instituto Palavra Aberta, foi financiado pelo Google. De acordo com o *site* do Educamídia, o objetivo do projeto é difundir o tema de educação midiática no Brasil e fornecer suporte e ferramentas para que crianças e jovens desenvolvam habilidades necessárias para consumir informações de forma segura e responsável.

Assim, as mesmas plataformas que monetizam com a desinformação, que mantêm opacos os recursos publicitários que as sustentam, como as recomendações algorítmicas, também são empresas que podem fazer grandes financiamentos no enfrentamento à desinformação, desde que restrito às ferramentas de checagem e à lógica de uma educação para a competência na gestão da informação.

No fim das contas, como alerta Thales Lelo (2022), essa lógica atribui exclusivamente aos usuários a responsabilidade pelo consumo de informação verdadeira. Se há consumo de desinformação, é porque há falta de competências necessárias para distinguir as informações verdadeiras das falsas. É preciso, portanto, dar um passo adiante. Novo enquadramento deve problematizar as formas como ocorrem as interações mediadas pelas *big techs*, incluindo o papel estratégico da indústria da desinformação, com a sua produção de relações públicas, especialistas e trabalhadores precarizados.

Assim, é preciso pensar a forma de letramento no enfrentamento à desinformação, que vai além da competência técnico-informacional e incluir uma compreensão mais ampla das dinâmicas sociais, culturais e políticas que permeiam a produção, disseminação e recepção de informações. Deslocar a estratégia de processar informações com competência para incluir a interpretação dos contextos e das relações subjacentes aos enunciados, chamando à responsabilidade as plataformas sobre a transparência dos seus mecanismos, em especial nas atividades em que estão em jogo o respeito aos valores democráticos e aos direitos humanos.

Ao avaliar a qualidade das iniciativas promovidas para melhorar a compreensão e a transparência sobre o funcionamento do mercado de

atenção no ecossistema digital, torna-se imprescindível sublinhar a escassez de ações específicas destinadas a mitigar a opacidade prevalente nesta área. Em particular, a abordagem à temática dos "discursos de ódio" foi limitadamente abordada, conforme demonstrado pela produção de apenas três vídeos. Esses materiais, dois originados em Santa Catarina e um em Minas Gerais, representam os esforços isolados dentro de um contexto que demandaria uma abordagem mais abrangente.

O pressuposto de que a competência em informação deve ser a principal estratégia de enfrentamento à desinformação forma hoje, talvez, o "senso comum" em matéria de capacitação, especialmente quando se segue a cartilha da prevenção à proteção de dados (checagem das informações, das fontes de informação, se há erros ortográficos, atenção à urgência e sensacionalismo, etc.). Nada disso é banal ou dispensável.

Nosso argumento é que os treinamentos e vídeos educativos devem incluir outras estratégias e metodologias que tematizem e reflitam sobre os algoritmos programados conforme modelo de negócios exclusivo de cada plataforma. Sobre como as redes sociais são fortemente estruturadas pela publicidade e pelo *marketing*, ou como os grupos de WhatsApp, fóruns, *timelines* e outras bolhas podem ser organizados como verdadeiros "redutos eleitorais" ou mesmo "currais digitais de voto". A importância dos influenciadores digitais para circulação de discursos nocivos e de ódio, para mobilizações de pauta nessas bolhas e estratégias afins contribuem para a conformação de ambiente hostil às instituições eleitorais e democráticas, criando uma disposição prévia para os impactos da desinformação.

Em suma, este artigo evidencia a importância do aprimoramento contínuo das iniciativas de capacitação da Justiça Eleitoral no combate à desinformação e na garantia da integridade do processo eleitoral. Mesmo diante de um mapa incompleto dessas iniciativas, ele é suficiente para apontar a necessidade de ações mais integradas e colaborativas entre os regionais, bem como novas formas de abordagem e metodologia.

Referências

BARBOSA, J. A.; SILVA S. A. R. Políticas de formação de professores para a educação profissional: trajetórias e desafios. *Brazilian Journal of Development*, [s. l.], v. 5, n. 10, jan. 2019. DOI: 10.34117/bjdv5n10-032.

BRANCO, Paulo Gustavo Gonet e Branco; GONET, Pedro Henrique de Moura. Fake News: desafios para a Democracia. *In*: *Eleições e democracia na era digital*, coordenado por Paulo Gustavo Gonet Branco *et al*. São Paulo: Almedina, 2022.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. *TSE cria nova Assessoria com foco no combate à desinformação.* Disponível em: https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Marco/tse-cria-nova-assessoria-com-foco-no-combate-a-desinformacao. Acesso em: 2 jun. 2024.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. *Programa de Enfrentamento à Desinformação com Foco nas Eleições 2020:* relatório de ações e resultados. Brasília: Tribunal Superior Eleitoral, 2021.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. *Portaria n. 510, de 04 de agosto de 2021.* Institui o Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação no âmbito da Justiça Eleitoral e disciplina a sua execução. Disponível em: https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/prt/2021/portaria-no-510-de-04-de-agosto-de-2021?texto=compilado. Acesso em: 2 jun. 2024.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. *Portaria n. 949, de 7 de dezembro de 2017.* Institui o Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições. Disponível em: https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/prt/2017/portaria-no-949-de-7-de-dezembro-de-2017?texto=compilado. Acesso em: 10 jun. 2024.

BRISOLA, A. C.; ROMEIRO, N. L. A competência crítica em informação como resistência: uma análise sobre o uso da informação na atualidade. *Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação*, São Paulo, Online First, 2018. Disponível em: https://rbbd.febab.org.br/rbbd/issue/view/82. Acesso em: 1 jul. 2024.

CESARINO, Letícia. *O mundo do avesso*: verdade e política na era digital. São Paulo: Ubu Editora, 2022.

COOKE, Nicole A. Posttruth, truthiness, and alternative facts: information behavior and critical information consumption for a new age". *The Liberty Quarterly*: information, community, policy, v. 87, n. 3, p. 211-221, 2017.

COSTA, Giselda dos Santos. Mobile learnign: explorando potencialidades com o uso do celular no ensino-aprendizagem da língua inglesa como língua estrangeira com alunos de escola pública. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Pernambuco. 2013. Recife. UFPE, 2013. p. 14-16.

CHORATTO, Mariana C. G. Fake news: visão geral sobre o tema. 1. ed. Salvador: 2022.

CHORATTO, Mariana C. G. Fake news: visão geral sobre o tema. 1. ed. Salvador: 2022. *E-book*.

D'ANCONA, Matthew. *Pós-verdade*: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news. Trad. Carlos Szlak. Barueri: Faro Editorial, 2018.

DELORS, J. *Educação*: um tesouro a descobrir. 8. ed. São Paulo: Cortez; Brasília, DF: MEC: UNESCO, 2003.

DOURADO, Tatiana. Fake news na eleição presidencial de 2018 no Brasil. Tese (Doutorado) – Universidade Federal da Bahia. 2020. Salvador, UFBA, 2020.

DOURADO, Tatiana; PIAIA, Victor; CHAGAS, Viktor; DIENSTBACH, Dalby; RUEDIGER, Marco Aurélio; MATOS, Eurico; SANTOS, João Guilherme Bastos dos. Online disinformation in Brazil: a typology of discursive action of harmful political content on whatsApp and facebook. *International Journal of Communication,* v. 18, 2024. Disponível em: http://ijoc.org. Acesso em: 2 jul. 2024.

FEDERAL JUDICIAL CENTER. *Thurgood marshall federal judiciary building*. Washington DC: One Columbus Circle NE, 2002.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia da autonomia*: saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 1996. (Coleção Leitura)

GOLTZMAN, E. M. *Liberdade de expressão e desinformação em contextos eleitorais*: parâmetros de enfrentamento com base nas sentenças da Corte Interamericana de Direitos Humanos. Belo Horizonte: Fórum, 2022.

GOMES, Wilson; DOURADO, Tatiana. Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, v. 16, n. 2, p. 33-45, jul./dez. 2019.

GROHMANN, R. Trabalho digital: o papel organizador da comunicação. *Comunicação, Mídia e Consumo,* São Paulo, v. 18, n. 51, p. 162-180, 2021. Disponível em: https://bit.ly/3K0ki9w. Acesso em: 4 jul. 2024.

GROHMANN, R. (org). Os laboratórios do trabalho digital: entrevistas. São Paulo: Boitempo, 2021b.

LELO, T. V. Verdade e hegemonia nas estratégias jornalísticas de combate à desinformação. *Comunicação Mídia e Consumo,* São Paulo, v. 19, n. 55, 2022. DOI: 10.18568/cmc.v19i55.2637. Disponível em: https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/view/2637. Acesso em: 8 jul. 2024.

LELO *et al*. Comunicação e trabalho no contexto de plataformização e da desinformação: Um diálogo com pesquisadores. *In*: PRATA, Nair; JACONI, Sonia; GABRIOTI, Rodrigo; NASCIMENTO, Genio; ANDRÉ, Hendryo; MATOS, Silvio Simão de (org.). *Comunicação e ciência*: reflexões sobre desinformação. São Paulo: Intercom, 2022. p. 51-79.

NEWMAN, N. *et al*. *Reuters Institute*. Digital News Report, 2020.

NORRIS, Pippa. *Making democratic governance work*: how regimes shape prosperity, welfare, and peace by PippaNorris. New York: Cambridge University Press, 2012. xii + 281 p.

RÊGO, Ana Regina; PAULINO, Fernando de Oliveira. Ciências da comunicação contra a desinformação. *In*: PRATA, Nair; JACONI, Sonia; GABRIOTI, Rodrigo; NASCIMENTO, Genio; ANDRÉ, Hendryo; MATOS, Silvio Simão de (org.). *Comunicação e ciência:* reflexões sobre desinformação. São Paulo: Intercom, 2022. p. 30-49.

WU, Tim. *The attention merchants:* the epic scramble to get inside our heads. New York: Alfred A. Knopf, 2016.

Como citar este artigo:

LOPES, Lígia Vieira de Sá e; DUARTE, Maurício da Silva. Capacitação eleitoral no enfrentamento à desinformação: por uma abordagem que supere a competência crítico-informacional. *Estudos Eleitorais*, Brasília, DF, v. 18, n. 1, p. 310-338, jan./jun. 2024.

APÊNDICE

TRIBUNAL	QUANTIDADE DE INICIATIVAS
Acre	1
Alagoas	3
Amapá	2
Amazonas	1
Bahia	10
Ceará	1
Distrito Federal	1
Espírito Santo	0
Goiás	1
Maranhão	0
Mato Grosso	2
Mato Grosso do Sul	3
Minas Gerais	5
Pará	1
Paraíba	1
Paraná	3
Pernambuco	1
Piauí	0
Rio de Janeiro	6
Rio Grande do Norte	2
Rio Grande do Sul	2
Rondônia	0
Roraima	1
Santa Catarina	10
São Paulo	1
Sergipe	1
Tocantins	1