

PROGRAMA PERMANENTE DE ENFRENTAMENTO À DESINFORMAÇÃO NO ÂMBITO DA JUSTIÇA ELEITORAL

RELATÓRIO DE AÇÕES E RESULTADOS ELEIÇÕES 2022

Brasília
TSE
2023

©2023 Tribunal Superior Eleitoral

É permitida a reprodução parcial desta obra desde que citada a fonte.

Secretaria de Gestão da Informação e do Conhecimento
SAFS, Quadra 7, Lotes 1/2, 1º andar
Brasília/DF – 70095-901
Telefone: (61) 3030-9225

Secretário-Geral da Presidência

José Levi Mello do Amaral Júnior

Diretor-Geral da Secretaria do Tribunal

Rogério Augusto Viana Galloro

Secretário de Gestão da Informação e do Conhecimento

Cleber Schumann

Coordenador de Editoração e Publicações

Washington Luiz de Oliveira

Assessoria Especial de Enfrentamento à Desinformação

Assessor-Chefe

José Fernando Moraes Chuy

Autoria do Plano Estratégico das Eleições 2022: Aline Rezende Peres Osorio, Frederico Franco Alvim, Giselly Siqueira, Julia Rocha de Barcelos, Marco Antonio Martim Vargas, Tainah Pereira Rodrigues e Thiago Rondon.

Autoria do PROFI: Frederico Franco Alvim.

Equipe Executora: Beatriz Barbosa, Décio Seo, Diogo Cruvinel, Eduardo Tagliaferro, Eduardo Stipp, Fábila Galvão, Frederico Alvim, Giselly Siqueira, José Fernando Moraes Chuy, Juliana Greimel Bernardes, Lara de Paula, Laura Gracindo, Marco Antonio Martim Vargas, Mayra Villela Ferreira, Raquel Ribeiro Teles, Tainah Pereira Rodrigues, Tatiana Cochlar, Thiago Rondon e Vitor Monteiro.

Comissão Executiva da FRENTE: Frederico Rafael Almeida e Tatiana Kolly Wasilewski Rodrigues (Região Sul); Elder Maia Goltzman e Maíra de Barros Domingues (Região Norte); Igor Ignacio e Juliana Freire dos Santos (Região Sudeste); Adriano Meireles Borba e Leticia Bernardes Barcelos (Região Centro-Oeste); Patrícia Vieira Minami e Volgane Oliveira Carvalho (Região Nordeste).

Capa, projeto gráfico

Rauf Soares e Wagner Castro

Seção de Editoração e Programação Visual (Seprov/Cedip/SGIC)

Diagramação

Leila Gomes

Seção de Editoração e Programação Visual (Seprov/Cedip/SGIC)

Revisão

Harrison da Rocha e Mariana Lopes

Seção de Preparação e Revisão de Conteúdos (Seprev/Cedip/SGIC)

Conferência de editoração

Harrison da Rocha e Mariana Lopes

Seção de Preparação e Revisão de Conteúdos (Seprev/Cedip/SGIC)

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Tribunal Superior Eleitoral – Biblioteca Professor Alysson Darowish Mitraud

Brasil. Tribunal Superior Eleitoral.

Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação no âmbito da Justiça Eleitoral [recurso eletrônico] : relatório de ações e resultados : eleições 2022 / Tribunal Superior Eleitoral. – Dados eletrônicos (104 páginas). – Brasília : Tribunal Superior Eleitoral, 2023.

“Autoria do Plano Estratégico das Eleições 2022: Aline Rezende Peres Osorio, Frederico Franco Alvim, Giselly Siqueira, Julia Rocha de Barcelos, Marco Antonio Martim Vargas, Tainah Pereira Rodrigues e Thiago Rondon. Autoria do PROFI: Frederico Franco Alvim”. – Verso p. rosto.

Disponível, também, em formato impresso.

Versão eletrônica (PDF).

Modo de acesso: Internet:

<<https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/>>

1. Brasil. Tribunal Superior Eleitoral. Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação – Relatório – 2023. 2. Desinformação – Brasil – Programa. 3. Eleições (2022) – Brasil. 4. Justiça Eleitoral – Brasil. I. Título.

CDD 324.981
CDU 324(81)

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL

Presidente

Ministro Alexandre de Moraes

Vice-Presidente

Ministra Cármen Lúcia

Ministros

Ministro Nunes Marques

Ministro Benedito Gonçalves

Ministro Raul Araújo

Ministro Floriano de Azevedo Marques

Ministro Ramos Tavares

Procuradora-Geral Eleitoral

Elizeta de Paiva Ramos

Vice-Procurador-Geral Eleitoral

Paulo Gonet Branco

SUMÁRIO

1. Sumário executivo	6
2. Execução e resultados nas Eleições 2022	13
2.1. O Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação com foco nas Eleições 2022 ...	13
2.2. O Programa de Fortalecimento Institucional a partir da gestão da imagem da Justiça Eleitoral	14
2.3. Execução dos programas à luz das estratégias não regulatórias e multissetoriais	15
2.3.1. Combate à desinformação com informação	15
2.3.2. Combate à desinformação com capacitação	49
2.3.3. Combate à desinformação com foco em controle de comportamentos inautênticos	67
Apêndice	
1. Status de cumprimento de metas do plano.....	73
1.1 Eixo 1 – Informar: disseminação de informação de qualidade	77
1.2 Eixo 2 – Capacitar: alfabetização midiática e capacitação	86
1.3 Eixo 3 – Responder: identificação e contenção da desinformação	94

[Ir ao sumário](#)

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

AEED – Assessoria Especial de Enfrentamento à Desinformação

Asepa – Assessoria de Exame de Contas Eleitorais e Partidárias

CGE – Corregedoria-Geral Eleitoral

Coalizão – Coalizão para Checagem – Eleições 2022

FRENTE – Frente Nacional de Enfrentamento à Desinformação

JE – Justiça Eleitoral

Osint – Open Source Intelligence

PGE – Procuradoria-Geral Eleitoral

PPED – Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação

PROFI – Programa de Fortalecimento Institucional a partir da Gestão da Imagem da Justiça Eleitoral

SA – Sistema de Alerta de Desinformação Contra as Eleições

Secom – Secretaria de Comunicação e Multimídia

SMG – Secretaria de Modernização, Gestão Estratégica e Socioambiental

STI – Secretaria de Tecnologia da Informação

TRE – Tribunal Regional Eleitoral

Tribunal – Tribunal Superior Eleitoral

TSE – Tribunal Superior Eleitoral

[Ir ao sumário](#)

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

O Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação (PPED), criado com o objetivo de enfrentar os efeitos negativos das narrativas fraudulentas à imagem e à credibilidade das instituições eleitorais, recebeu para as Eleições de 2022 um plano de ação estruturado em três eixos com medidas de curto, médio e longo prazos: (i) informar; (ii) capacitar; e (iii) responder.

A partir dessa estrutura, foi elaborado um plano estratégico com informações sobre a gestão do Tribunal e a execução dos trabalhos, os critérios de seleção de instituições parceiras, além do plano de trabalho. O PPED tem três grandes pilares.

Primeiro, *enfrentar a desinformação com informação*, por meio da criação e da difusão de informações oficiais, verificáveis e de qualidade, para que as pessoas formem convicções de modo informado e consciente. Segundo, *enfrentar a desinformação com capacitação*, notadamente com investimento na qualificação das servidoras e servidores da Justiça Eleitoral, assim como na capacitação de parceiras e de parceiros estratégicos(as) e da população em geral. Terceiro, *enfrentar a desinformação com foco no controle de comportamentos e, excepcionalmente, com controle de conteúdo*, a partir do monitoramento de dados abertos de mídias sociais e do direcionamento de recursos tecnológicos contra comportamentos inautênticos e ações coordenadas para a propagação de desinformação.

O PPED foi direcionado ao enfrentamento de duas formas de desinformação: (i) *desinformação contra a integridade das instituições eleitorais*, com conteúdos fraudulentos que afetam: a) o processo eleitoral nas diferentes fases, desde o registro de candidaturas até a diplomação das eleitas e dos eleitos; b) o funcionamento das urnas eletrônicas e dos demais aspectos do sistema eletrônico de votação; c) a Justiça Eleitoral, membras, membros e demais colaboradores(as); d) outros atos relativos à organização e à realização das eleições; e (ii) *desinformação contra o Estado democrático de direito*, com conteúdos direta ou indiretamente relacionados com a promoção de pautas de natureza golpista.

Em complemento ao PPED, o Programa de Fortalecimento Institucional (PROFI) surge a partir da percepção de que o fenômeno da desinformação promove uma dissociação entre a qualidade dos serviços prestados e a percepção social das instituições eleitorais perante as cidadãs e os cidadãos. Propõe, assim, o desenvolvimento de ações que elevem as impressões positivas em torno das instituições eleitorais, assim como a percepção em torno da imparcialidade, do profissionalismo e da importância da Justiça Eleitoral.

Os programas contaram com a contribuição de mais de 160 entidades e organizações que executaram ações e adotaram medidas concretas para minimizar os impactos da desinformação no panorama político-eleitoral, de acordo com as respectivas áreas de atuação institucional. Dentre essas parcerias, destacam-se aquelas realizadas com agências de checagem de fatos, plataformas de mídias sociais, organizações da sociedade civil, entidades acadêmicas, órgãos públicos, veículos e associações da imprensa.

O presente relatório tem como objetivo apresentar um balanço das ações e dos resultados desses programas, bem como avaliar o cumprimento das metas previstas nos respectivos planos de trabalho.

[Ir ao sumário](#)

Iniciativas destacadas

1. Instituição da Assessoria Especial de Enfrentamento à Desinformação, com composição multidisciplinar, constantemente capacitada e com dedicação exclusiva.
2. Lançamento do Programa de Fortalecimento Institucional a partir da Gestão da Imagem da Justiça Eleitoral (PROFI).
3. Criação do Sistema de Alerta de Desinformação Contra as Eleições, ferramenta que busca combater as notícias falsas por meio do encaminhamento de desinformação para um canal privilegiado, ligado às plataformas digitais, em nível de moderação.
4. Aprimoramento do *chatbot* em parceria com o WhatsApp, com acesso a notícias checadas, tira-dúvidas sobre o processo eleitoral e, a partir de 2022, recebimento de notificações não solicitadas com mensagens contra a desinformação, com número superior a 6,2 milhões de usuárias e usuários ativos(as), sendo um dos maiores *chatbots* da plataforma no mundo.
5. Criação do *canal oficial no Telegram*, que permite às eleitoras e aos eleitores acessar notícias checadas e saber mais sobre a integridade do processo eleitoral. Foram quase 375 mil usuárias e usuários ativos(as) no período eleitoral, sendo o maior canal de instituições públicas do Brasil e, ainda, com o TSE como o primeiro organismo eleitoral no mundo a ter termo de cooperação com a plataforma.
6. Manutenção de uma *central de notificações* nos aplicativos da Justiça Eleitoral (e-Título, Mesários) que permitiu a comunicação direta entre a Justiça Eleitoral e os cerca de 40 milhões de usuárias e de usuários desses aplicativos.
7. Ampliação da *rede de difusoras e de difusores de conteúdos de qualidade* sobre as instituições eleitorais e sobre o fortalecimento da cultura democrática, que contou com a adesão de associações da mídia, plataformas digitais, influenciadoras, influenciadores, entidades públicas e privadas, bem como lideranças religiosas para a difusão de mensagens relacionadas com as campanhas Paz e Tolerância nas Eleições, incentivo à participação do(a) jovem eleitor(a) e enfrentamento ao assédio eleitoral.
8. Aperfeiçoamento da página Fato ou Boato, com a inserção de ferramenta de buscas que facilita a identificação de matérias de checagem de notícias falsas.
9. Ampliação de uma *rede de monitoramento de dados abertos em mídias sociais para detecção de narrativas falsas, violentas ou antidemocráticas*, para identificar de forma célere a incidência de comportamentos inautênticos e práticas de desinformação em geral.
10. Contratação de serviço de *monitoramento digital de narrativas falsas, violentas ou antidemocráticas*, com a tripla finalidade de ampliar o arco da varredura realizada em parceria, obter relatórios customizados com análises de tendências, e transferir expertise à equipe da AEED.
11. Instituição da *Frente Nacional de Enfrentamento à Desinformação (FRENTE)*, composta por mais de 2,1 mil voluntárias e voluntários vindos da Justiça Eleitoral.

[Ir ao sumário](#)

12. Desenvolvimento de ferramenta de *Business Intelligence* (BI), para registro e acompanhamento de eventos e atividades desenvolvidos no âmbito da FRENTE em todo o país.
13. Lançamento do *Pause!! – Boletim de Enfrentamento à Desinformação*, periódico semanal distribuído digitalmente, destinado a desmentir narrativas falsas virais, incentivar o engajamento na luta contra a desinformação e fornecer dicas e informações.
14. Lançamento do *Manual de Enfrentamento à Desinformação e Defesa Reputacional da Justiça Eleitoral* para as servidoras e os servidores da Justiça Eleitoral.
15. Lançamento do *Guia Básico de Enfrentamento à Desinformação* com um conjunto de alternativas claras e simplificadas para atenuar a presença da desinformação nas discussões públicas acerca do processo eleitoral brasileiro.
16. Lançamento do *Guia da Urna*, que apresenta, com linguagem simples, clara e acessível, todos os elementos jurídicos e técnicos que asseguram a transparência, a segurança e a auditabilidade do processo eletrônico de votação.
17. Lançamento do *Guia para Parceiras e Parceiros Institucionais do TSE*, com vistas a ampliar o número de alianças estratégicas e orientar as parcerias oficiais quanto à execução de ações relacionadas com o combate à desinformação e com a defesa da democracia.
18. Elaboração do *Mapa de Esclarecimentos* de casos emblemáticos de desinformação contra as eleições, apresentados às servidoras e servidores nos finais de semana do primeiro e do segundo turno das eleições, como ferramenta para acesso rápido às matérias de checagem na página Fato ou Boato da Justiça Eleitoral.
19. Criação da série *Pílulas pela Democracia*, com cursos rápidos nas mídias sociais por meio de lições diárias objetivas sobre temas-chave nos perfis e grupos oficiais do TSE no Twitter, no Instagram e no Telegram.
20. Desenvolvimento de ações de treinamento *on-line* no formato de encontros nacionais, que capacitaram aproximadamente 800 servidoras e servidores de Cartórios Eleitorais de todo o país sobre desinformação e temas correlatos.
21. Realização de 19 *caravanas de mobilização* no TSE e nos TREs para conscientizar, sensibilizar e engajar na luta contra a desinformação e pela defesa das instituições eleitorais e democráticas brasileiras com mais de 6.000 servidoras e servidores.
22. Realização periódica de *oficinas de intercâmbio* com organismos eleitorais internacionais (INE-México, JNE-Peru, TSE-Costa Rica, TE-Panamá), a fim de trocar experiências e discutir desafios, tendências e formas de colaboração conjunta para o combate à desinformação.
23. Realização de *visitas técnicas de intercâmbio* com 16 organizações que participam da vanguarda mundial no combate à desinformação, sediadas na Bélgica, França e Alemanha, com apoio financeiro e logístico da União Europeia.

[Ir ao sumário](#)

24. Oferta de cursos de *capacitação de atores-chave*, com a colaboração das plataformas digitais, para treinamento de influenciadores, formadores de opinião e membros de partidos políticos.
25. Formalização de *acordo com 30 dos 31 partidos políticos com registro vigente* no TSE, com a realização de atividades voltadas à conscientização dos respectivos filiados a respeito da ilegalidade e do caráter antidemocrático das práticas de desinformação.
26. Atualização da *ferramenta de gestão de riscos*, com mapeamento de hipóteses e proposição de soluções antecipadas para resposta rápida e eficaz diante de eventos e narrativas prejudiciais à imagem das instituições eleitorais.
27. Implementação de rotina de *análise da cobertura jornalística* para identificar entrevistas, reportagens e matérias relacionadas a críticas, inovações e propostas de aperfeiçoamento das estratégias de combate à desinformação.
28. Formalização de *acordo com a Procuradoria-Geral Eleitoral* para a manutenção de um canal de comunicação célere e eficiente para o tratamento de denúncias relacionadas a práticas de comunicação em desacordo com a lei.
29. Formalização de *acordo com 14 líderes e entidades religiosas e parareligiosas* para a promoção de pautas relacionadas com a garantia da paz e da tolerância nas eleições.
30. Formalização de *acordo com 55 entidades acadêmicas e representativas de classe* com a organização de eventos científicos e publicações acadêmicas, concessão de entrevistas e a publicação de artigos de opinião em veículos da imprensa.
31. *Aprovação de normativo próprio*, composto por normas que visam assegurar a legalidade da comunicação eleitoral.
32. Criação do *Radar da Desinformação*, concebido para permitir, às servidoras e aos servidores da Justiça Eleitoral, acesso rápido e simplificado às *trends* da desinformação e às respectivas respostas oficiais ou matérias de verificação.
33. Realização de *pesquisa censitária interna*, com a participação de mais de duas mil servidoras e servidores de todos os Tribunais Eleitorais do país, que permitiu auxiliar no desenho de *políticas de incentivo* para ampliar a adesão de voluntárias e voluntários às iniciativas da FRENTE.
34. Realização de estudo sobre a *demografia da desconfiança* que, a partir de indicadores demográficos (gênero, idade, posição geográfica e grau de instrução) de pesquisas de confiança social, permitiu identificar públicos prioritários e formas de abordagem comunicativa.

[Ir ao sumário](#)

Os programas institucionais em números

- » **Número total de parceiros:** 162.
- » **Número de adesões em 2022:** 96 (aumento de 145%).
- » **Equipe do TSE diretamente envolvida:** 12 profissionais com formação diversificada nas áreas do Direito, Ciência Política, Desinformação, Comunicação Social e Tecnologia da Informação.
- » **Equipes dos TREs diretamente envolvidas:** 27 pontos focais de combate à desinformação, além das membras e dos membros de comitês estratégicos formados em parte desses tribunais e outros(as) servidoras e servidores envolvidos(as).
- » **Servidoras e servidores engajados(as):** captação de 2.102 voluntárias e voluntários da FRENTE, espalhados em todos os estados.

Combate à desinformação com informação

- » **Coalização para checagem – Eleições 2022:** foram publicados 252 conteúdos ao longo de 2022, sendo 112 matérias verificadas pela Justiça Eleitoral e outras 140 pelas agências de checagem.
- » **FRENTE:** 372 ações realizadas em níveis comunitário e local, com publicação de artigos acadêmicos e de opinião, entrevistas, participação em debates realizados pela imprensa, presença em palestras e organização de eventos temáticos sobre democracia, integridade eleitoral e combate à desinformação em todos os estados.
- » **Página Fato ou Boato:** 5,4 milhões de acessos de usuárias e de usuários únicos(as) entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2022.
- » **Notificações pelos aplicativos da Justiça Eleitoral:** notificações informativas enviadas a mais de 40 milhões de usuárias e de usuários únicos(as).
- » **Mensagens trocadas no chatbot no WhatsApp:** cerca de 177 milhões de mensagens trocadas entre o início de abril e o dia 31 de dezembro de 2022 (crescimento aproximado de 840% em relação a 2020).
- » **Notificações pelo Telegram:** publicação de 461 conteúdos informativos entre maio de 2022 e março de 2023, média de 36 publicações por mês, com alcance médio superior a 46 mil usuárias e usuários.
- » **Campanha promocional do chatbot:** veiculada em rede nacional de rádio e televisão por 97 dias, entre 4 de abril e 20 de julho de 2022, a campanha Assistente Virtual do TSE teve um alcance de 199.325.512 pessoas, o que representa 1.837.810.905 impactos no target ABCDE 16+ (Fonte: Ibope). Foram 26.342 inserções veiculadas no período.
- » **Manifestos de reconhecimento:** após um episódio de ataque com desinformação, o TSE recebeu o apoio expresso de 115 instituições nacionais, por meio de manifestos de reconhecimento da integridade das eleições brasileiras e da idoneidade da Justiça Eleitoral.

[Ir ao sumário](#)

- » **Dúvidas e solicitações encaminhadas por meio da Ouvidoria Eleitoral:** durante o período eleitoral, a AEED analisou e respondeu 117 dúvidas ou pedidos de informações ou esclarecimentos relacionados ao tema da desinformação.

Combate à desinformação com capacitação

- » **Fato ou Boato na TV:** série com 78 vídeos com esclarecimentos sobre as principais desinformações que circularam no período eleitoral, veiculados na TV Justiça em emissoras parceiras e Youtube.
- » **Série Pílulas pela Democracia:** cursos rápidos oferecidos nos perfis do TSE no Twitter, Instagram e Telegram, com alcance estimado de 1,5 milhão de pessoas.
- » **Curso de Direito Eleitoral para jornalistas com foco nas Eleições 2022:** participação de diversos jornalistas em evento que abordou, dentre outros assuntos, a segurança do processo eletrônico de votação.
- » **Curso de combate à desinformação para partidos políticos:** treinamento oferecido na sede do TSE, com a participação de nove plataformas digitais (TikTok, Google, Youtube, Telegram, Facebook, Instagram, Kwai, WhatsApp e Twitter), que contou com 65 representantes de 20 partidos políticos.
- » **Curso sobre a segurança do processo eletrônico para influenciadores digitais:** parceria com o Youtube.
- » **Capacitação internacional:** participação de servidoras e de servidores da AEED e da Secom em curso internacional, virtual, sobre Mídia e Eleições, promovido pela Associação Mundial de Organismos Eleitorais (A-WEB), com sede na Coreia do Sul.
- » **Conscientização das cúpulas dos TREs:** realização de cinco eventos regionais de alinhamento com o tema O Papel dos Tribunais Regionais na Execução do PROFI e do PPED.
- » **Sessões de treinamento sobre termos de uso e padrões de moderação:** 26 sessões de treinamento com as equipes de enfrentamento à desinformação do TSE e de todos os TREs em parceria com as plataformas Twitter, Kwai, Facebook, Instagram, WhatsApp, TikTok, Youtube, LinkedIn, Spotify, Google e Telegram, num total aproximado de mil pessoas.
- » **Sessão informativa para embaixadas:** evento com informações técnicas para membras e para membros de embaixadas e representações consulares com foco no combate à desinformação e na segurança do processo eletrônico de votação, com a presença de mais de 140 representantes de 68 países estrangeiros.
- » **PAUSE!:** 16 edições digitais do Boletim Informativo com apresentação de dicas, casos práticos e iniciativas de enfrentamento à desinformação.
- » **Encontros nacionais da FRENTE:** duas capacitações nacionais, com palestras sobre integridade das eleições, segurança do processo eletrônico de votação, combate à desinformação, dentre outros temas, com alcance estimado de 800 servidoras e servidores de todos os TREs.

[Ir ao sumário](#)

- » **Capacitação de influenciadoras e de influenciadores:** o TSE recebeu um grupo de 30 participantes para treinamento sobre o sistema eleitoral brasileiro. A iniciativa é uma das seis contempladas no programa Jogo Limpo, do Centro Internacional para Jornalistas (ICFJ), com apoio do YouTube Brasil. Juntos, as influenciadoras e os influenciadores alcançam aproximadamente 10 milhões de seguidores.

Combate à desinformação junto a plataformas digitais e instituições públicas

- » **Sistema de Alerta de Desinformação Contra as Eleições:** 43.559 denúncias de irregularidades (aumento de 566% em comparação a 2020).
- » **Decisões judiciais em casos de desinformação grave contra as instituições democráticas e eleitorais:** após a publicação da Resolução-TSE n. 23.714/2022, foram proferidas mais de 100 decisões judiciais sobre narrativas de desinformação em mídias sociais.
- » **Irregularidades comunicadas à Corregedoria-Geral Eleitoral:** durante o período eleitoral foram enviados dois ofícios à CGE, com relatórios elaborados por entidades parceiras do PPED sobre diversos temas ligados à desinformação.
- » **Irregularidades comunicadas à Procuradoria-Geral Eleitoral:** no período eleitoral, foram enviados dois ofícios à PGE, com relatórios elaborados por entidades parceiras do PPED sobre diversos temas ligados à desinformação.
- » **Representações formalizadas perante a Procuradoria-Geral Eleitoral:** foram encaminhadas à PGE, via Sala do Cidadão, 46 representações com possíveis práticas ilícitas eleitorais no campo da desinformação.
- » **Irregularidades comunicadas à Assessoria de Exame de Contas Eleitorais e Partidárias:** durante o período eleitoral, foi enviado à Asepa ofício com suspeitas de irregularidades vinculadas ao impulsionamento de conteúdos em mídias sociais, por parte de candidatas e candidatos registrados nas Eleições 2022.
- » **Relatórios sobre atividades antidemocráticas com potenciais crimes:** ao longo do período eleitoral, foram elaborados 93 relatórios com aplicação de técnicas de Osint.

[Ir ao sumário](#)

2. EXECUÇÃO E RESULTADOS NAS ELEIÇÕES 2022

2.1. O PROGRAMA PERMANENTE DE ENFRENTAMENTO À DESINFORMAÇÃO COM FOCO NAS ELEIÇÕES 2022

O PPED com foco nas Eleições 2022 foi lançado pelo TSE em fevereiro de 2022, com a finalidade de intensificar esforços para enfrentar e mitigar os efeitos negativos provocados pela desinformação à imagem e à credibilidade da Justiça Eleitoral por meio de ações de curto, médio e longo prazos. Criado na gestão da Ministra Rosa Weber, o programa se tornou permanente na gestão do Ministro Luís Roberto Barroso, ganhou impulso na gestão do Ministro Edson Fachin e aprofundou os trabalhos de inteligência voltados à identificação e responsabilização de propagadoras e de propagadores de desinformação na gestão do Ministro Alexandre de Moraes.

Pilares

O Programa de Enfrentamento à Desinformação com Foco nas Eleições 2022 se orientou a partir dos três pilares que nortearam as atividades dos ciclos anteriores:

1. **Pluralidade informativa:** *combater desinformação com informação*, por meio da criação e da disseminação de informações verdadeiras e de qualidade às cidadãs e aos cidadãos, para que possam votar e opinar sobre grandes questões públicas de modo esclarecido e consciente.
2. **Ação educacional:** *combater desinformação com capacitação*, pelo investimento na qualificação das servidoras e dos servidores da Justiça Eleitoral e das cidadãs e dos cidadãos, para que possam compreender o fenômeno da desinformação, ampliar a capacidade crítica, reconhecer conteúdos falsos e fraudulentos, bem como acessar fontes de informação confiáveis.
3. **Foco em comportamentos inautênticos:** *combater desinformação com foco em controle de comportamento e, excepcionalmente, com controle de conteúdo*, especialmente por meio de monitoramento de casos e práticas de desinformação, bem como do direcionamento de recursos tecnológicos e atividades preventivas e repressivas contra comportamentos inautênticos, uso de propaganda computacional e ações coordenadas de propagação de desinformação.

Escopo

O PPED busca combater conteúdos falsos e fraudulentos que afetam: (i) o processo eleitoral em suas diferentes fases, desde o registro de candidaturas até a diplomação dos eleitos; (ii) o funcionamento da urna eletrônica e demais aspectos do processo eletrônico de votação; (iii) a Justiça Eleitoral, suas membras, seus membros, servidoras, servidores e demais colaboradoras e colaboradores; e (iv) outros atos relativos à organização e à realização das eleições. Cuida, ainda, de manifestações antidemocráticas.

[Ir ao sumário](#)

2.2. O PROGRAMA DE FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL A PARTIR DA GESTÃO DA IMAGEM DA JUSTIÇA ELEITORAL

Criação de um programa focado na construção de confiança e no fortalecimento da imagem da Justiça Eleitoral. Com o PROFI, a Justiça Eleitoral passa a contar com um marco de trabalho específico para a construção de reputação positiva perante a população.

Eixos de ação

O PROFI se estrutura ao redor de dois eixos interligados: (i) *eixo preventivo* (relativo à gestão de riscos de reputação); e (ii) *eixo afirmativo* (ligado à construção de imagem sólida e favorável).

Eixo preventivo: gestão dos riscos reputacionais

Esse eixo privilegia a proteção da reputação por meio da identificação antecipada de fatores de risco.

	Previsíveis	Tratamento (preventivo)	Tratamento (reativo)	Oportunidade
Riscos internos	Falhas em sistemas informatizados	Testes públicos de segurança Revisão interna de protocolos	Esclarecimento público (minimização do ocorrido)	Aperfeiçoamento (reposicionamento do sistema)
	Falhas de segurança eletrônica (ataques de hackers)	Investimento em cibersegurança	Esclarecimento público (minimização do ocorrido)	Enquadramento positivo (insucesso como atestação da segurança do sistema)
	"Fogo amigo"	Diálogos de aproximação	Desvinculação (opinião pessoal ≠ opinião institucional) <i>Debunking</i>	Reforço da imagem e do posicionamento
Riscos externos	Desinformação	Acordos com plataformas digitais (PPED)	Coalização de checagem (PPED)	Reforço da imagem e do posicionamento Heterocertificação da credibilidade da Justiça Eleitoral (JE)
	Cobertura jornalística negativa	Diálogos de aproximação Capacitação	Divulgação de notas oficiais	Reforço da imagem e do posicionamento
	Ataques institucionais (apologia à extinção)	Diálogos de aproximação (classe política) Defesa institucional direta e indireta (organização de eventos, publicações etc.)	Divulgação de notas oficiais Busca de notas oficiais assinadas por autoridades públicas/organismos internacionais Publicação de respostas via editoriais/artigos de opinião (autoridades/ <i>stakeholders</i>)	Reforço da imagem e do posicionamento Atestação externa da fundamentalidade da JE
	Incitação à recusa dos resultados eleitorais	Diálogos democráticos (eventos, publicações etc.)	Divulgação de notas oficiais Busca de notas oficiais assinadas por autoridades públicas/organismos internacionais Publicação de respostas via editoriais/artigos de opinião (autoridades/ <i>stakeholders</i>)	Reforço da imagem e do posicionamento Heterocertificação da credibilidade da JE Associação da imagem da JE com a defesa da democracia
	Incitação à violência	Diálogos democráticos visando à diminuição do radicalismo e da polarização (eventos, publicações etc.)	Divulgação de notas oficiais Busca de notas oficiais assinadas por autoridades públicas/organismos internacionais Publicação de respostas via editoriais/artigos de opinião (autoridades/ <i>stakeholders</i>)	Reforço da imagem e do posicionamento Heterocertificação da credibilidade da JE Associação da imagem da JE com a manutenção da paz social ²⁹

[Ir ao sumário](#)

Eixo afirmativo: da construção da reputação positiva

Focado em fortalecer a comunicação institucional, esse eixo recorre ao conhecimento acumulado nas áreas do *marketing* e do *branding* com o objetivo de elaborar estratégias aptas a transformar, positivamente, as percepções a respeito das instituições eleitorais.

Parcerias estratégicas

Durante as Eleições 2022, os programas institucionais do TSE contaram com a contribuição de 162 instituições que executaram ações e medidas concretas para minimizar os impactos da desinformação no processo eleitoral e na estabilidade do cenário político brasileiro.

2.3. EXECUÇÃO DOS PROGRAMAS À LUZ DAS ESTRATÉGIAS NÃO REGULATÓRIAS E MULTISSETORIAIS

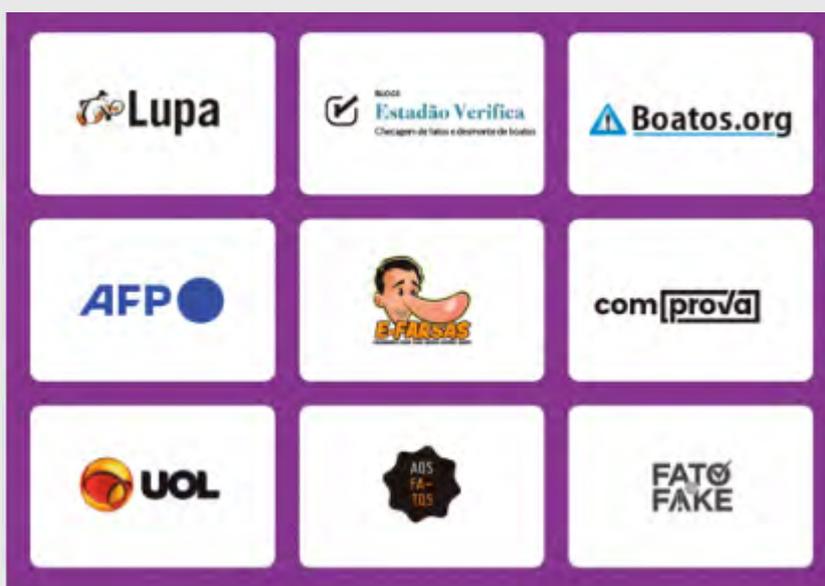
Desenvolvimento e resultados das principais ações realizadas durante as Eleições 2022.

2.3.1. Combate à desinformação com informação

A. Coalizão para checagem – Eleições 2022

Uma das principais medidas para conseguir levar às eleitoras e aos eleitores informações verdadeiras sobre o processo eleitoral e desmentir conteúdos falsos espalhados por meio das mídias sociais é a organização de uma rede de checagem de fatos, a “Coalizão para checagem – Eleições 2022”.

Participam do projeto jornalistas das nove principais instituições de checagem do Brasil e que colaboram com o TSE desde as eleições de 2020: AFP Checamos, Agência Lupa, Aos Fatos, Boatos.org, E-farsas, Estadão Verifica, Fato ou Fake (G1), Projeto Comprova e UOL Confere.



[Ir ao sumário](#)

Fato ou Boato

A Coalizão para checagem é aliada ao projeto Fato ou Boato, página no *site* da Justiça Eleitoral que reúne, além de esclarecimentos e notas oficiais da própria instituição, todas as checagens realizadas no âmbito da Coalizão.

A página veicula diversos conteúdos produzidos para esclarecer e confrontar informações falsas sobre as instituições eleitorais. O Fato ou Boato inclui resumo sobre a checagem, acompanhado de *links* para que as matérias sejam diretamente acessadas nos *sites* das agências responsáveis.



De janeiro a dezembro de 2022, foram publicadas 214 matérias com esclarecimentos na página Fato ou Boato, que tiveram 5.595.787 acessos de usuárias e de usuários únicos(as) durante o ano eleitoral. Essas matérias conduzem a um conjunto de 198 conteúdos checados pelas agências participantes da Coalizão e esclarecimentos da Justiça Eleitoral, o que representa um aumento de 167% em relação a 2020, quando foram apenas 74 publicações.

Grupos de narrativas falsas verificadas

Durante o período eleitoral, foram propagadas nas mídias diversas narrativas falsas com ataques às instituições eleitorais, inclusive recuperadas de anos anteriores, que colocavam em dúvida a segurança das urnas eletrônicas e a veracidade dos resultados eleitorais. Em geral, os conteúdos verificados espalhavam falsidades separáveis em três categorias:

- » Narrativas falsas sobre a existência de fraude nas eleições.
- » Narrativas falsas sobre a inidoneidade da Justiça Eleitoral ou de suas autoridades.
- » Narrativas desestabilizadoras, com pautas antidemocráticas de natureza golpista.

Ir ao sumário

20/12/2022

Canal argentino dissemina novas mentiras sobre urnas, votação fantasma e transferência de votos em branco para candidato à Presidência

Alegações já foram desmentidas pelo TSE e por agências especializadas em checagem de notícias falsas que circulam na internet

28/11/2022

Resultado das eleições não está sob análise; relatório das Forças Armadas não apontou fraude no pleito

Publicações nas redes sociais distorciam teor do documento elaborado pela instituição

29/09/2022

É falso que urnas eletrônicas estariam sendo modificadas no sindicato dos metalúrgicos em São Bernardo do Campo (SP)

Zonas eleitorais do município dispõem de instalações próprias para o procedimento de preparação das urnas, que ocorre em evento público

Resultados

O número de reportagens e conteúdos verificados por período na página Fato ou Boato foram os seguintes:

- » Entre o início oficial da campanha (16/8) até a antevéspera do primeiro turno (30/9) foram 35 matérias.
- » No fim de semana do primeiro turno (1º e 2/10), foram 12 matérias.
- » Entre o fim do primeiro turno (3/10) e a antevéspera do segundo turno (28/10), foram 70 matérias.
- » No fim de semana do segundo turno (29 e 30/10), foram 10 matérias.
- » Entre a divulgação dos resultados (31/10) até a invasão das sedes dos Três Poderes por golpistas (8/1), foram 68 matérias.
- » Entre 9/1 e 21/3 foram quatro matérias.

Aumento da visibilidade da página Fato ou Boato

Entre o início oficial da campanha e o encerramento do primeiro turno (16/8 a 2/10), a página Fato ou Boato obteve 2,76 milhões de visualizações, sendo 526.697 mil apenas no dia da votação. Já entre o fim do primeiro turno ao término do segundo (3/10 a 28/10), os acessos alcançaram a marca de 4,05 milhões de visualizações, sendo 362.625 mil somente no dia da eleição. Em todo o ano de 2022, foram contabilizados 5.595.787 acessos de usuárias e de usuários únicos(as) na página.

Além do acesso às checagens, por meio da página Fato ou Boato, as verificações realizadas pela Coalizão foram divulgadas por associações de mídia parceiras do Programa.

O eleitorado também recebeu nos celulares – pelo *chatbot* no WhatsApp, pelo canal oficial no Telegram e pelas mídias sociais do TSE – os esclarecimentos em questão. As pessoas receberam,

[Ir ao sumário](#)

ainda, alertas enviados por meio da Central de Notificações dos aplicativos oficiais da Justiça Eleitoral (e-Título e Mesários).

O alcance das informações foi ampliado, ainda, a partir da disponibilização de dois *banners* no YouTube, com *link* para a *playlist* do Fato ou Boato.

B. Chatbot – Tira-Dúvidas Eleitoral no WhatsApp

Lançado em 2020, como a primeira parceria entre o WhatsApp e um organismo eleitoral em todo o mundo, o Tira-Dúvidas Eleitoral, desenvolvido em colaboração com a Infobip, facilitou o acesso de eleitoras e de eleitores a informações relevantes sobre as eleições e checagens de notícias falsas.

O relançamento foi objeto de intensa campanha nas mídias sociais em veículos da imprensa escrita e em emissoras de rádio e televisão. Veiculada em rede nacional de rádio e TV por 97 dias, entre 14 de abril e 20 de julho de 2022, alcançou 199.325.512 pessoas nas emissoras abertas ao longo de 26.342 exibições.



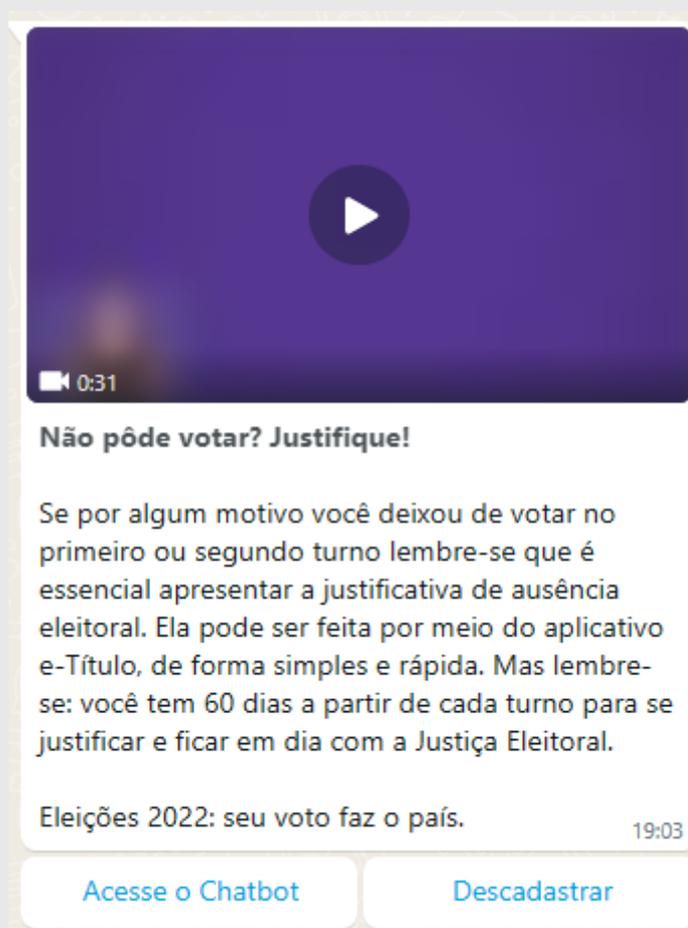
Como novidade para 2022, a ferramenta recebeu a inserção de dados estatísticos e informações sobre os cargos em disputa, além das principais datas previstas no calendário eleitoral e explicações quanto a comportamentos permitidos ou proibidos nas eleições. A ferramenta passou, ainda, a permitir o envio de críticas, sugestões e perguntas à Ouvidoria Eleitoral.

No campo do enfrentamento à desinformação, o *chatbot* recebeu um campo próprio para o acesso a informações e esclarecimentos quanto à segurança das urnas eletrônicas e outro para a conferência de narrativas.

Por fim, passou a permitir – e estimular – cadastramento específico para o recebimento de mensagens não solicitadas, em formato de notificações, sobre a desinformação (e como enfrentá-la na prática).

[Ir ao sumário](#)

Após as eleições, o *chatbot* lembrou aos usuários a necessidade de justificar a ausência dentro dos prazos previstos na legislação eleitoral com a finalidade de evitar a aplicação de multas.



Resultados

Entre os meses de abril e outubro de 2022, período de funcionamento, o *chatbot* alcançou um volume de usuárias e de usuários na casa dos 6,2 milhões, o que representa aumento de mais de 490% na comparação com as eleições de 2020.

No dia 2 de outubro, o número de usuárias e de usuários que autorizaram o recebimento de notificações (*opt-in*) atingiu a marca aproximada de 4,75 milhões (cerca de 76,5% do número total). Em 2020 o percentual de usuárias e de usuários cadastrados(as) foi de pouco mais de 13%.

Quanto ao WhatsApp, a conta do TSE, com o *chatbot* Tira-Dúvidas, atingiu mais de 4,7 milhões de usuárias e de usuários cadastrados(as) no primeiro turno, interagiu com mais de 6,2 milhões de usuárias e de usuários únicos(as) e trocou mais de 177 milhões de mensagens, o que corresponde a um crescimento aproximado de 840% em relação ao volume do ciclo eleitoral anterior.

[Ir ao sumário](#)

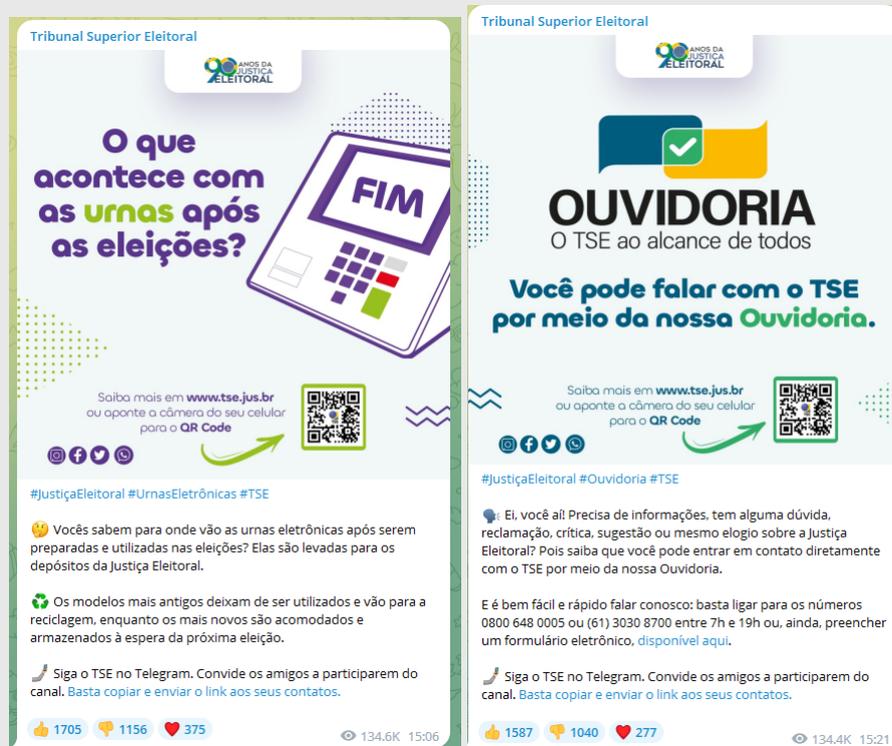
C. Canal do TSE no Telegram

Em maio de 2022, o TSE se tornou o primeiro organismo eleitoral do mundo a firmar uma parceria com o aplicativo Telegram. Como parte da colaboração, o Tribunal lançou um canal oficial na plataforma, que superou a marca de 100 mil inscritos(as) em apenas uma semana.

Com o tempo, o canal @tsejus alcançou cerca de 375 mil usuárias e usuários ativos(a) no período eleitoral, tornando-se o maior canal de instituições públicas, o segundo maior na categoria política e o quinto maior entre todas as categorias no Brasil. Em termos mundiais, a página ocupou a 65ª posição, dentre os canais listados no segmento da política.

Desde a criação do canal, foram publicados 461 conteúdos, média mensal de 36 publicações, com foco em mensagens direcionadas, dentre outros, às seguintes finalidades:

- » Prestação de serviços.
- » Construção de confiança em relação ao processo eleitoral.
- » Produção de esclarecimentos importantes.
- » Aproximação entre TSE e sociedade.
- » Fortalecimento da cultura democrática.
- » Conscientização quanto a aspectos relativos à desinformação.



[Ir ao sumário](#)

D. Divulgação de informações oficiais sobre as instituições eleitorais

D.1. Parcerias com provedores de internet para o acesso a conteúdos confiáveis nas plataformas

Desde 2020, o TSE tem estabelecido acordos com as principais plataformas de mídia social. Atualmente, a lista de parceiras e de parceiros inclui as seguintes plataformas: Facebook, Instagram e WhatsApp (Meta); Google e Youtube (Alphabet); Twitter; Telegram; TikTok; LinkedIn (Microsoft), Twitch, Kwai e Spotify.

As informações sobre as parcerias estratégicas para o combate à desinformação estão disponíveis no *hotsite* da Justiça Eleitoral: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/#desinformacao-parceiros>

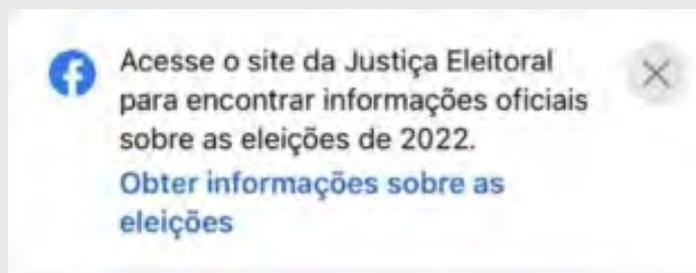
A captura de tela mostra o cabeçalho do site "Desinformação" com o menu de navegação: Início, Sobre o Programa, Publicações, Notícias, PAUSE!!, Parceiros (destacado), Vídeos, Seminários. O conteúdo principal da página é o título "Instituições Parceiras" e o texto: "Temos o objetivo ter uma grande gama de parceiros para combater os efeitos negativos provocados pela desinformação." Abaixo, há quatro cartões de parceiros:

- ABRADEP** - Academia Brasileira de Direito Eleitoral e Político
- ALJBA** - ACADEMIA DE LETRAS JURÍDICAS DA BAHIA
- acredito.** - Movimento Acredito
- AGIR36** - Termo de cooperação (PDF)

Parceria TSE e Meta

A parceria do TSE com a Meta rendeu diversas ações nas plataformas Facebook e Instagram, assim como no aplicativo WhatsApp.

Desde dezembro de 2021, Facebook e Instagram passaram a direcionar as usuárias e os usuários brasileiros(as) a informações oficiais no *site* da Justiça Eleitoral, por meio de rótulos adicionados a publicações com a temática das eleições. Do início de 2022 até a data do primeiro turno, cerca de 30 milhões de internautas acessaram a página oficial do TSE por meio dos rótulos indicados. No mesmo período, apenas no Facebook foram mais de 74 milhões de postagens rotuladas de forma automatizada.



[Ir ao sumário](#)

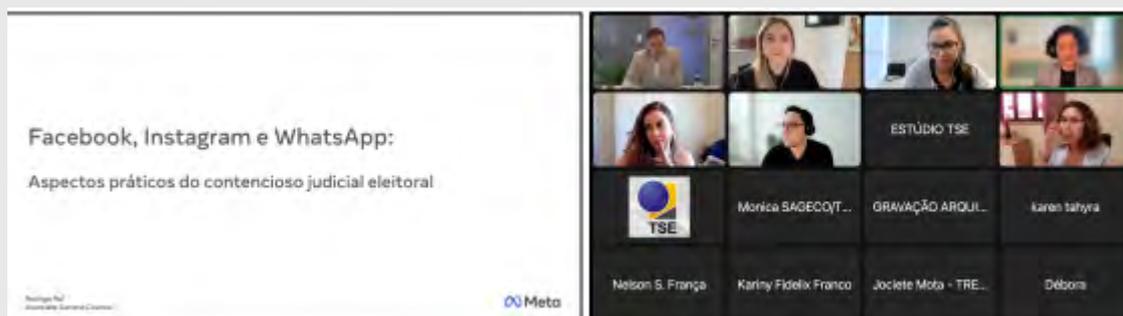
Apenas nos dois primeiros meses de 2022, o acesso à página oficial do TSE aumentou quase 10 vezes, em decorrência desses rótulos, com média de 1,4 milhão de visitas.

Quanto ao canal de denúncias, Facebook e Instagram receberam, por meio do Sistema de Alerta de Desinformação Contra as Eleições, mais de 530 apontamentos durante o período oficial da campanha eleitoral (16 de agosto a 30 de outubro). As denúncias continham mais de 900 instâncias de diferentes conteúdos e, em 85% delas, foram adotadas ações pela Meta. Essas ações incluíram, a depender dos casos, remoção de conteúdo, aplicação com mensagem de alerta sobre o conteúdo, aplicação de rótulos ou encaminhamento a agências parceiras de verificação de fatos.

Entre o fim de abril e o início de maio, o Facebook veiculou um lembrete – megafone – aos usuários sobre o prazo para a emissão, atualização ou transferência do título eleitoral. Mais de três milhões de pessoas clicaram no aviso, que remetia à página oficial do TSE.



Além de dez seminários oferecidos às servidoras e aos servidores da Justiça Eleitoral, a Meta ofereceu treinamentos específicos para ministras e para ministros da propaganda e pessoal de gabinetes do TSE. Dentre os temas: moderação de conteúdos, políticas específicas para combater a supressão de votos, a violência e sua incitação, o discurso de ódio, o *bullying* e o assédio.



[Ir ao sumário](#)

Além disso, realizou reuniões com a equipe da AEED para explicar o funcionamento da biblioteca de anúncios e os requisitos para acesso à interface de programação de aplicativo (API), o que resultou em cartilhas educativas produzidas com o apoio do próprio TSE.

Durante o período de campanha, foram rejeitados cerca de 135 mil conteúdos impulsionados em que anunciantes não concluíram o processo de autorização de *posts* ou mesmo por postagens que não continham o rótulo “Pago por” ou “Propaganda Eleitoral”, conforme exigido pela legislação. Também foram proibidos conteúdos impulsionados com questionamentos à integridade das eleições brasileiras.

A Meta ainda lançou o guia Mulheres na Política: combatendo a violência nas plataformas da Meta, que contou com o apoio do TSE e da organização Women’s Democracy Network – Capítulo Brasil. O documento visa combater a violência de gênero *on-line* e traz um conjunto de políticas comunitárias do Facebook, Instagram e WhatsApp para que mulheres possam se conectar e se expressar com segurança.



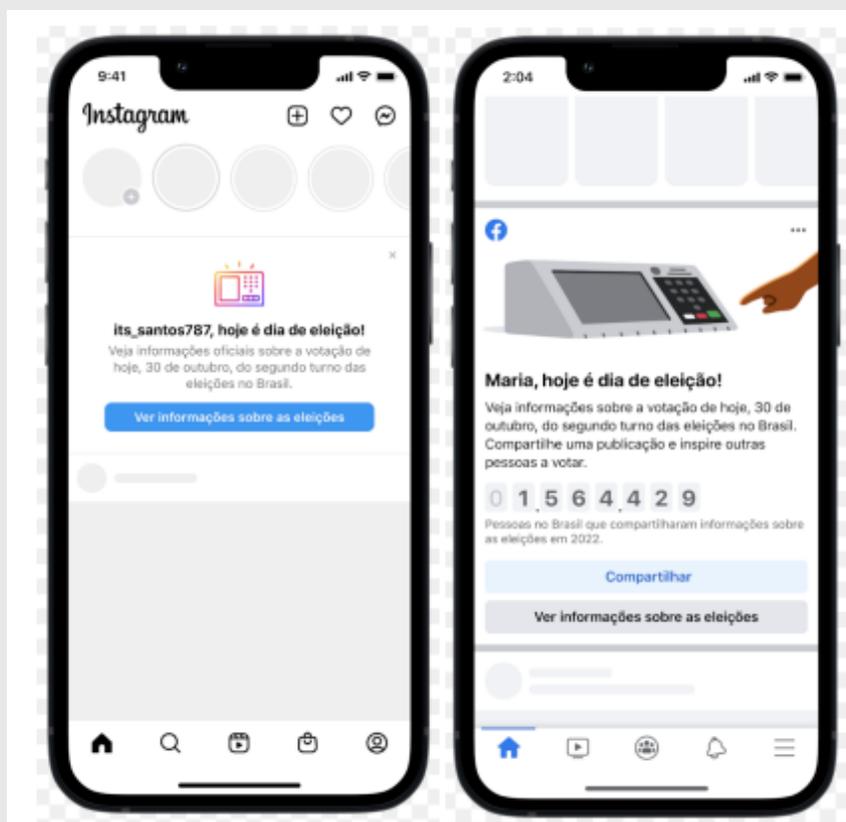
Além disso, em parceria firmada entre Instagram, TSE e a GirlUp Brasil, foi realizado o encontro Elas na Política, na sede do TSE. O evento, com duração de dois dias, reuniu 27 jovens, sendo uma de cada estado e do Distrito Federal. No evento, o Instagram lançou um pacote de figurinhas para incentivar o voto feminino em 2022.



[Ir ao sumário](#)

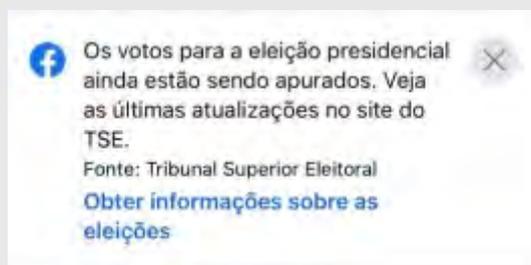


O Facebook e o Instagram apresentaram nos *feeds* das usuárias e dos usuários no Brasil com mais de 16 anos um lembrete sobre as datas da votação, tanto no primeiro como no segundo turno, a partir do qual as pessoas puderam buscar informações oficiais sobre o pleito e as respectivas seções de votação.

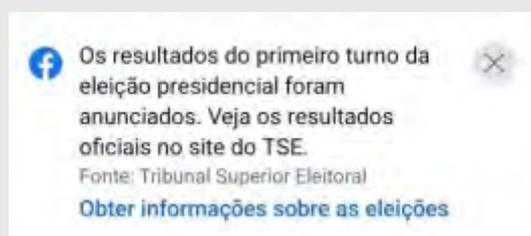


[Ir ao sumário](#)

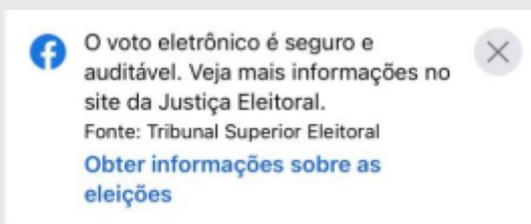
Em 2 de outubro, dia do primeiro turno, o Facebook lançou um rótulo para rebater possíveis notícias falsas sobre os resultados da votação. Nele, informava às usuárias e aos usuários que a contagem dos votos ainda estava em curso.



Oficializado o segundo turno, o rótulo foi modificado para direcionar as usuárias e os usuários aos resultados disponibilizados pelo TSE.



Alguns dias antes do segundo turno, novo rótulo foi lançado para reforçar que o voto eletrônico é seguro e auditável. O selo levava as usuárias e os usuários do Facebook e do Instagram a uma seção específica no *site* do TSE.



Entre 16 de agosto e 30 de outubro, foram removidos mais de 310 mil conteúdos por violência e incitação e mais de 290 mil por discurso de ódio. Foram removidas, também, publicações violadoras da política de interferência eleitoral, com *posts* com datas e horários de votação incorretos ou que apontavam números errados de candidatos.

A Meta ampliou o número de parceiras e de parceiros para a realização de checagem de fatos, de dois para quatro, nas eleições de 2022.

Do início da campanha em 16 de agosto até o dia 8 de janeiro de 2023, data em que ocorreram atos antidemocráticos em Brasília, foram removidos mais de um milhão de conteúdos no Facebook e mais de 960 mil conteúdos no Instagram por violações às políticas de violência e incitação no Brasil.

Nesse mesmo período, foram removidos mais de 570 mil conteúdos no Facebook e mais de 520 mil conteúdos no Instagram que violaram as políticas de discurso de ódio. A violação de políticas de

[Ir ao sumário](#)

bullying e assédio, por outro lado, rendeu a exclusão de mais de 380 mil conteúdos no Facebook e mais de 630 mil conteúdos no Instagram.



Em 2022, o WhatsApp lançou uma ampla campanha contra a desinformação, com o mote “Vamos juntos combater as informações falsas”. Os objetivos foram dar visibilidade às parcerias estabelecidas para combater a desinformação e aumentar o acesso a informações confiáveis.

As peças foram divulgadas tanto no *chatbot* do TSE como nos *chatbots* de organizações de checagem parceiras do WhatsApp. Foram também exibidas no Facebook, no Instagram e no Youtube, além de contar com veiculações nos principais jornais e revistas impressos, bem como em portais de notícias, rádios e mídias externas durante o processo eleitoral. Semanalmente, foram impactadas cerca de 90 milhões de pessoas nas plataformas digitais e cerca de 100 milhões de pessoas em mídias externas.



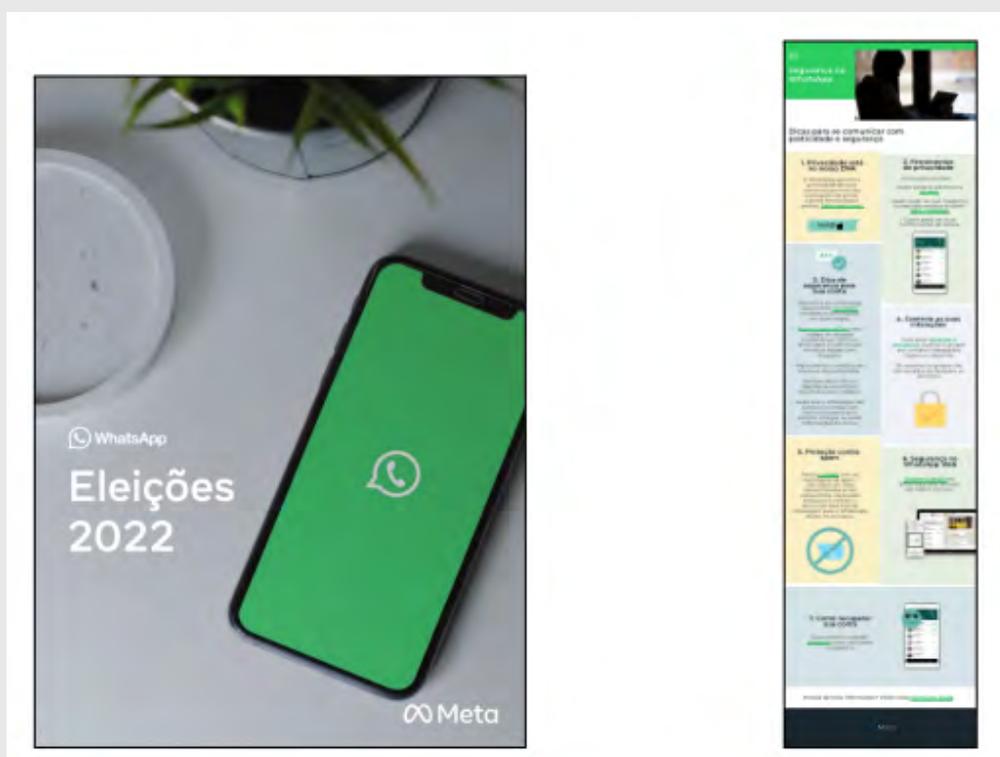
Além disso, alguns lembretes sobre o dia da votação direcionaram as pessoas que acessaram o Facebook e o Instagram para o *chatbot* do WhatsApp, o que levou milhões de pessoas a se cadastrarem no *bot* na semana das eleições.

[Ir ao sumário](#)



Em outra linha, o WhatsApp se reuniu com autoridades do TSE, do TRE/SP e do STF para esclarecimentos sobre o programa de fornecimento de dados em casos de natureza criminal, com inclusão de instruções sobre como enviar requisições para a preservação e fornecimento de informações.

A plataforma criou também uma cartilha educativa, em formato digital e impresso, distribuída a todos os órgãos da Justiça Eleitoral, com boas práticas para a comunidade eleitoral. Desenvolveu também um *card* sobre a segurança no aplicativo, com dicas para uma comunicação com privacidade e segurança.



Como medida para reduzir o alcance, em maio de 2022 foi adotado novo limite para o encaminhamento de mensagens, limitado a um grupo de WhatsApp por vez, o que trouxe redução de aproximadamente 20% do número de mensagens encaminhadas com frequência, por usuárias e por usuários, enviada para grupos do aplicativo.

[Ir ao sumário](#)

Em parceria com as Agências Lupa e Mural, o projeto “Papo Reto no Zap” levou checagem de fatos a comunidades periféricas da cidade de São Paulo de maneira inovadora e participativa.

Para reforçar o combate à desinformação na reta final das eleições e ampliar o acesso a informações confiáveis, o WhatsApp lançou, em outubro de 2022, uma campanha de *marketing* nos principais veículos da imprensa nacional, com ênfase na importância de não compartilhar informações falsas. Os anúncios de página inteira foram veiculados em mais de 2,5 milhões de unidades dos principais jornais impressos brasileiros. A versão *on-line*, veiculada nas plataformas da Meta, alcançou mais de 72 milhões de pessoas até 26 de outubro de 2022.



Por fim, foram lançados 13 *stickers* (12 figurinhas estáticas e uma animada) que, de acordo com a identidade da campanha de *marketing* que promove o *chatbot*, incentivam a verificação de conteúdo, com a promoção de informações confiáveis no período eleitoral.



[Ir ao sumário](#)

Parceria TSE e TikTok

O TikTok criou uma página com informações corretas sobre as Eleições 2022, que incluía dados sobre a segurança das urnas, instruções para a checagem de informações e para o acesso à página Fato ou Boato.

A página “Saiba Mais sobre as Eleições Brasileiras”, alimentada com vídeos informativos, foi promovida por meio de um *banner*, que aparecia como primeiro resultado nas buscas por termos relacionados ao pleito. Foi divulgada, ainda, por notificações enviadas a todos(as) usuárias e usuários.

Entre fevereiro e novembro de 2022, a plataforma etiquetou mais de 1,5 milhão de vídeos, sendo que as etiquetas foram acessadas quase 17 milhões de vezes. Nas semanas que antecederam o primeiro e o segundo turno das eleições, as etiquetas foram inseridas em transmissões ao vivo, com impacto superior a 40 milhões de pessoas. Ao todo, a página sobre as eleições foi acessada mais de 6,8 milhões de vezes.



O TikTok também usou avisos em diversas *hashtags* temáticas, como forma de ressaltar a importância de cumprir as diretrizes da comunidade. Essa seção foi acessada quase 1,8 milhão de vezes.

[Ir ao sumário](#)



A plataforma elaborou cartilha educativa com aspectos práticos para conter a desinformação, além de apoiar a comunicação institucional do TSE com a transmissão de *lives* em suas redes nos dias do primeiro e do segundo turno.

Além disso, fechou parceria com a Agência Lupa com uma série de vídeos postados no perfil oficial (@agencialupa) para ajudar as pessoas a refletirem sobre o processo eleitoral, com ênfase na importância do hábito de checar informações. A partir de julho, foram publicados dois vídeos por semana com a *hashtag* #fujadafake.

No final de cada mês, uma criadora ou um criador de conteúdo foi convidado(a) a debater temas ligados à desinformação, em *lives* mediada pela Lupa.

Perto do segundo turno, um vídeo publicado no perfil oficial do TSE (@tsejus) sobre a segurança das urnas eletrônicas foi promovido pela plataforma e obteve alcance de quase 92,5 milhões de visualizações e 725 mil curtidas.

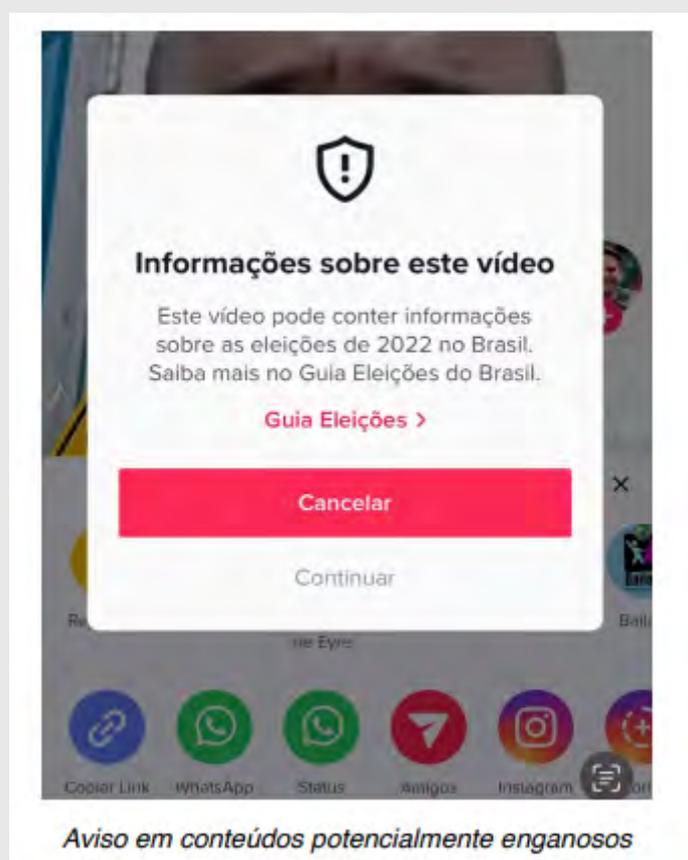
[Ir ao sumário](#)

O TikTok se uniu à Associação de Jornalismo Digital (Ajour) e ao Instituto Palavra Aberta para promover treinamentos de educação midiática para criadoras, criadores, jornalistas, jovens usuários(as) e organizações do terceiro setor.

Além desses treinamentos, os(as) jornalistas participaram de uma oficina sobre boas práticas na produção de vídeos, com estímulo a conteúdos de fontes confiáveis e checáveis na plataforma.

O Instituto Palavra Aberta contribuiu também com uma campanha de combate à desinformação no primeiro turno, com vistas a estimular a checagem antes do encaminhamento. Somados, os vídeos alcançaram mais de 82 milhões de visualizações.

A plataforma parceira apoiou uma série de 15 vídeos educacionais sobre a urna eletrônica, criada pelo portal Jota, com apoio do TSE. O projeto trouxe conteúdos sobre a criação das urnas e suas camadas de segurança, além de entrevistas com os principais envolvidos no seu desenvolvimento.



Como resultado do canal extrajudicial aberto em parceria com o TSE, quase 83% das postagens denunciadas por meio do Sistema de Alerta de Desinformação Contra as Eleições foram removidas pela plataforma.

Houve, também, atividades de moderação proativa: mais de 66 mil vídeos foram removidos, sendo que 79% das remoções ocorreram antes que os conteúdos alcançassem a primeira visualização.

[Ir ao sumário](#)



A plataforma proíbe anúncios pagos de cunho político ou eleitoral, ainda que a legislação brasileira os permita. Desde o início da campanha, ampliaram-se as restrições para impedir que perfis identificados como pertencentes a políticos pudessem acessar recursos de publicidade.

Por fim, o TikTok adotou uma postura ainda mais rigorosa após os eventos antidemocráticos de 8 de janeiro. Entre os dias 8 e 15 daquele mês, foram removidos, espontaneamente, mais de 1,3 mil conteúdos violadores da política contra o extremismo, 5,5 mil conteúdos violadores da política de desinformação com riscos de danos no mundo real e 3,6 mil conteúdos por violação da política de desinformação sobre as eleições.

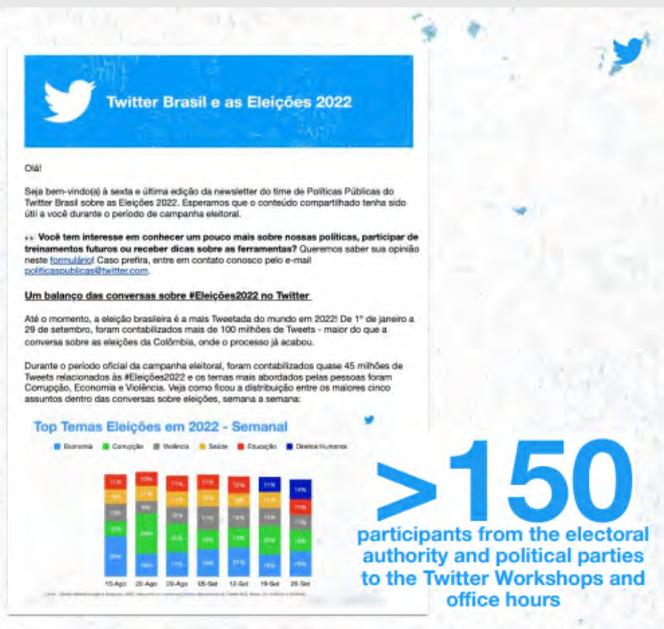


[Ir ao sumário](#)



Participou de mais de uma dúzia de treinamentos promovidos pelo TSE para autoridades, servidoras, servidores e partidos políticos, com distribuição de sete materiais educativos e seis newsletters com informações importantes sobre candidatas e candidatos e agremiações. Realizou, ainda, atendimentos para tirar dúvidas de candidatas e candidatos e partidos sobre temas relacionados ao funcionamento da plataforma.

- Mais de **13 treinamentos** realizados para autoridades e partidos políticos sobre as regras e boas práticas do Twitter.
- Distribuição de **7 materiais educativos e 6 newsletters** com informações importantes para partidos e candidatos.
- 5 horas de atendimento para que candidatas e partidos políticos resolvessem qualquer dúvida relacionada à plataforma.



Apoiou também campanhas da sociedade civil, voltadas ao incentivo da participação política.

Ir ao sumário



Ofereceu esclarecimentos às usuárias e aos usuários por meio de um *chatbot*, com informações gerais sobre as eleições, práticas de alfabetização midiática e conscientizações sobre o tema da cidadania digital, além de conferir acesso a dados de pesquisas do TSE.



Ir ao sumário

A alfabetização midiática inclusive foi tema de uma campanha promovida e criada pelo Twitter.



Atuou junto a criadoras e a criadores de conteúdo, influenciadoras, influenciadores e líderes comunitários(as) engajados(as) e convidados(as) a compartilhar informações sobre educação midiática por meio de suas contas.



[Ir ao sumário](#)

As políticas e ações do Twitter com respeito às eleições foram objeto de uma campanha explicativa em formato audiovisual.



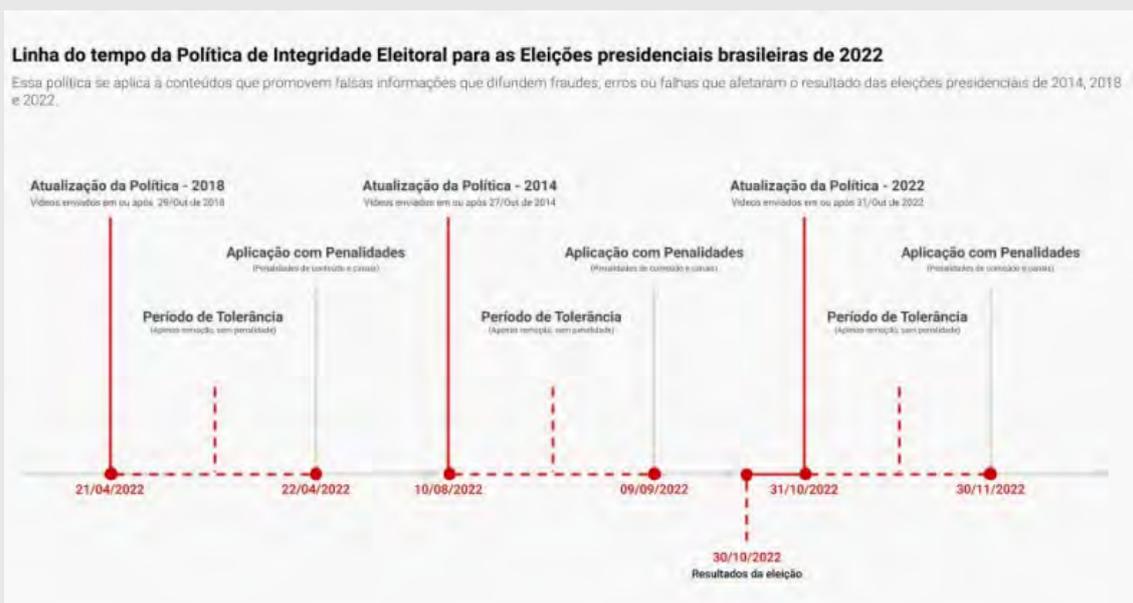
Adicionalmente, promoveu duas mesas-redondas com importantes acadêmicos e líderes da sociedade civil, assim como dez reuniões proativas com veículos da mídia, seguidas de conversas *on-line* com diversos repórteres. Informações sobre os trabalhos do Twitter nas eleições foram levadas a mais de 800 profissionais engajados na cobertura das eleições.



[Ir ao sumário](#)

Parceria TSE e Google (Youtube)

A plataforma utilizou combinação de recursos humanos e de inteligência artificial para detectar conteúdos potencialmente problemáticos em escala. As identificações automatizadas eram submetidas, posteriormente à revisão humana, a fim de evitar erros. Nesse caminho, foram excluídos conteúdos falsos que alegavam a existência de fraudes generalizadas, irregularidades ou erros de procedimento, após a realização do segundo turno do pleito presidencial de 2022. A partir do dia 30 de novembro, canais que receberam a terceira advertência começaram a ser suspensos, em uma dimensão adicional à da remoção pontual de conteúdos.



Vídeos removidos por violarem nossas políticas:


+10K

Vídeos removidos


+2.5K

De canais excluídos

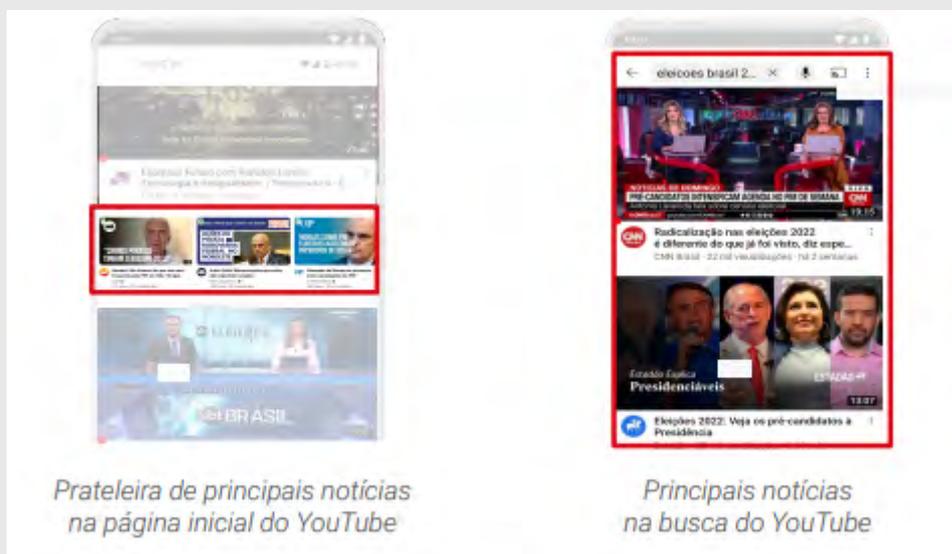
até novembro de 2022 por terem violado nossas políticas relacionadas às eleições brasileiras, inclusive as Diretrizes da Comunidade;


+ 84%

Desses vídeos foram retirados do ar antes que alcançassem 100 visualizações.

[Ir ao sumário](#)

O Youtube passou a exibir uma série de painéis informativos para oferecer às usuárias e aos usuários contextos adicionais, os direcionando a informações confiáveis quando buscassem ou assistissem a vídeos relacionados com o processo eleitoral.



■ Recomendar em números

Na busca

De 25 de setembro a 6 de novembro de 2022, a prateleira de principais notícias do YouTube foi exibida nos resultados de busca

+250M
de vezes

De 25 de setembro a 6 de novembro de 2022, a prateleira de últimas notícias apareceu na página inicial do YouTube

150M
de vezes

Até novembro de 2022, painéis de informação relacionados às eleições de 2022 e banners de utilidade pública, inclusive dos resultados das eleições e do Painel de Integridade Eleitoral, foram exibidos

+6.5B
No YouTube

Até novembro de 2022, painéis de informação que ajudaram os usuários a saber como votar e como se registrar para votar foram apresentados no Brasil

+400M
de vezes

Até novembro de 2022, os painéis de informação dos candidatos foram exibidos aos usuários

+30M
de vezes

Entre 25 de setembro e 6 de novembro de 2022,

+85%
Dos resultados

de vídeos em buscas relacionadas às eleições brasileiras de 2022 eram de fontes de notícias.

Nas Recomendações

+ 70%

Em buscas relacionadas às eleições brasileiras de 2022 entre 25 de setembro e 6 de novembro, mais de 70% dos vídeos recomendados vinham de fontes de notícias confiáveis.



Para ajudar as usuárias e os usuários a encontrar informações relevantes e confiáveis, os algoritmos de pesquisa e recomendação foram ajustados para reduzir a disseminação de conteúdos limítrofes e de desinformações prejudiciais. Como resultado, mais de 85% dos resultados em buscas relacionadas às eleições brasileiras vieram de fontes de notícias.

[Ir ao sumário](#)

Durante todo o período, painéis informativos ofereceram às usuárias e aos usuários contextos adicionais relacionados a determinados tipos de busca.

Painéis informativos de votação e candidatos

Como votar

Mostramos um painel informativo na parte superior dos resultados quando os usuários buscavam no YouTube informações específicas sobre como votar. Esse painel estava vinculado ao recurso “Como votar” do Google, com informações oficiais que incluíam requisitos como documentos necessários, como tirar o título e prazos de votação.



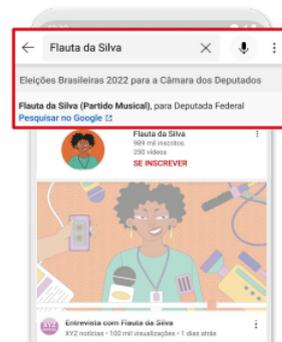
Como tirar o título de eleitor

Quando os usuários buscavam no YouTube informações específicas sobre como tirar o título de eleitor, era mostrado um [painel informativo](#) na parte superior da página com um link para o recurso “Como tirar o título de eleitor” do Google. Esse painel apresentava informações como prazos e etapas para transferir e regularizar o título.



Painéis informativos sobre candidatos

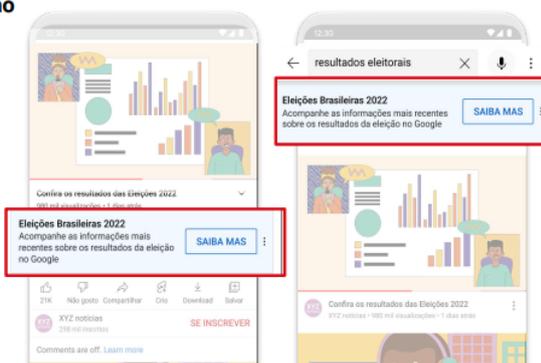
Quando os usuários buscavam no YouTube candidatos presidenciais, federais ou estaduais de 2022, acima dos resultados da pesquisa era exibido um painel com [informações sobre aquele candidato](#), como filiação partidária, cargo e, quando disponível, o canal oficial do candidato no YouTube.



Painéis informativos para combater a desinformação

Resultados das eleições

Tanto no primeiro quanto no segundo turno, lançamos um painel informativo com os resultados das eleições na parte superior da busca para consultas relacionadas ao pleito. Logo após a eleição, dirigimos os usuários para um recurso na busca do Google que trazia informações detalhadas sobre os resultados.



[Ir ao sumário](#)

A plataforma também impulsionou a visibilidade das campanhas institucionais do TSE ao destacar e direcionar as usuárias e os usuários a conteúdos postados pelo Tribunal. Nessa direção, foram privilegiados, dentre outros, os resultados das eleições e a *playlist* do TSE com as principais consultas à página Fato ou Boato.

Outra iniciativa foi a disponibilização de informações oficiais como primeiro resultado da busca do Google. Como exemplo, ao pesquisar “como votar” ou “como usar as urnas eletrônicas”, no topo da página apareciam explicações fornecidas pelo TSE. E, durante dois momentos ao longo de 2022, o Google enviou notificações para todos os usuários Android, cerca de 250 milhões de pessoas, com informações da Justiça Eleitoral. Ainda foi produzido conteúdo exclusivo sobre a Justiça Eleitoral, urnas eletrônicas e processo eletrônico de votação para a Alexa.



Outras iniciativas foram realizadas, como o programa *Jogo Limpo*, em parceria com o International Center for Journalists. O Projeto Papo Reto, baseado em um estudo desenvolvido pelo Instituto Brasileiro de Pesquisa e Análise de Dados, em parceria com o Jota Jornalismo, que apresenta um exame sobre o viés de percepção e a polarização política atual. E o *podcast Paredes São de Vidro*, realizado em parceria com a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) e o TSE, que aborda os bastidores da Justiça brasileira. A plataforma também apoiou o *podcast Eleições na Internet*, iniciativa em conjunto com a *Folha de São Paulo* e o ITS-Rio, que discutiu o papel das mídias sociais e das tecnologias nas campanhas eleitorais, dentre outros projetos.



[Ir ao sumário](#)

Parceria TSE e Telegram

Como resultado da parceria, o Telegram verificou o canal oficial do TSE (@tsejus) na plataforma, de forma a identificar a autenticidade.

Reviu também os termos de uso, com promoção de atualizações com o fim de proibir, dentre outros comportamentos, a promoção de violência, a desinformação, os discursos de ódio e os ataques à democracia.

Além disso, adotou uma série de medidas para combater a desinformação e identificar postagens potencialmente prejudiciais ao bom desenvolvimento das eleições.

1. MEDIDAS GERAIS ADOTADAS PELO TELEGRAM

Para combater a desinformação e identificar postagens que precisam ser analisadas quanto à desinformação, o Telegram atualmente conta com as seguintes fontes:

- comunicação direta com o TSE através de um grupo dedicado e um endereço de e-mail dedicado;
- monitorar proativamente os canais populares, não necessariamente apenas da lista de 100 canais;
- monitoramento dos principais canais responsáveis pela publicação de conteúdo extremo, desinformação ou discurso de ódio;
- marcação de postagens como contendo informações imprecisas;
- marcação de publicações como contendo informações imprecisas e vincular um canal à verificação de fatos feita por verificadores de fatos independentes;
- divulgação dos canais oficiais do TSE e do Ministério da Saúde no Telegram;
- monitoramento dos principais canais com comentários políticos e sociais com a ajuda de agências de verificação de fatos;
- monitoramento de mídias e redes sociais no Brasil;
- marcação de canais como contendo desinformação;
- promover tags verificadas em canais independentes de verificação de fatos;
- restringir usuários banidos por espalhar desinformação ou violar os Termos de Serviço do Telegram a postar em canais e grupos públicos;
- responder dentro do prazo solicitado a 100% das ordens judiciais recebidas em matéria de moderação de conteúdos.

A plataforma, a partir de abril de 2022, identificou e marcou 634 *posts* como potencialmente desinformativos, sendo que quase 92% dessas publicações foram identificadas de forma automática pela plataforma.

Esta mensagem contém informações não confiáveis. Saiba mais.

[Ir ao sumário](#)

A plataforma estabeleceu também parceria com algumas das agências de verificação de fatos mais importantes do Brasil com os seguintes objetivos:

- identificar conteúdos virais no Telegram;
- identificar os temas mais discutidos nas plataformas digitais e os principais temas que estão sendo objeto de desinformação;
- promover a análise de postagens de forma independente pelas agências de checagem de fatos associadas à IFCN, de modo a confirmar a veracidade do conteúdo publicado;
- publicar o resultado da verificação no canal da agência de verificação de fatos no Telegram, que está disponível publicamente para todos os usuários acessarem gratuitamente;
- com base no conteúdo analisado, o Telegram marca conteúdos específicos publicados em canais ou grupos públicos que possam conter informações falsas ou enganosas;
- implementar outras medidas, conforme acordado entre o Telegram e as agências de verificação de fatos.

Com base nessa parceria, mais de 215 focos de desinformação foram verificados. Como resultado, em 121 postagens foram aplicados *disclaimers*, os quais foram estendidos, automaticamente, a postagens semelhantes, inclusive as cópias encaminhadas, o que gerou um alcance acumulado de quase 900 mil visualizações.

As agências de checagem publicaram mais de 500 postagens com verificações realizadas de forma independente, tendo como objeto os principais temas de desinformação compartilhados *on-line*.

Além disso, lançaram na plataforma dois *chatbots* que aceitam solicitações de verificação provocadas por usuárias e por usuários, o que ajuda a encontrar, de forma simples e rápida, conteúdos relevantes já verificados.

A plataforma compilou uma lista com os 100 canais mais populares do Brasil, em nicho voltado a notícias e comentários políticos e sociais, os quais respondem por mais de 95% de todas as visualizações de mensagens públicas na plataforma no país. Passou então a monitorá-los, com análise dos conteúdos postados para fins de definição de estratégias de combate à desinformação.

NÚMERO DE AÇÕES ADOTADAS PROATIVAMENTE PELO TELEGRAM COM BASE EM SUAS DIRETRIZES E TERMOS DE USO

	1º trimestre de 2022	2º trimestre de 2022	3º trimestre de 2022	4º trimestre de 2022
Contas inautênticas banidas (incluindo spam, falsidade ideológica e violações aos Termos de Serviço)	272,000	250,000	365,154	414,491
Comunidades proibidas	37,000	31,051 <small>(incluindo 300 temporária-mente suspensas)</small>	34,723	75,801
Pornografia	10,700	5,000	15,209	23,153
Violência e abuso infantil	1,100	2,300	115	119
Spam e fraude (incluindo desinformação)	24,000	23,400	18,072	51,304
Direitos Autorais	470	330	806	901
Terrorismo	70	20	78	43

[Ir ao sumário](#)

Parceria TSE e Kwai

O TSE desenvolveu em parceria com a plataforma a página especial Central das Eleições, que reuniu conteúdos exclusivos sobre as eleições. Nos três meses que ficou no ar, entre agosto e outubro, recebeu milhões de acessos.

O Kwai também realizou outras ações em parceria com o TSE no combate à desinformação no processo eleitoral. A primeira, realizada em abril de 2022, foi uma página especial com uma série de materiais para ampliar o enfrentamento da desinformação eleitoral no ambiente digital, com postagens que sugeriam dicas que auxiliavam na busca da informação correta sobre o processo eleitoral, por meio da *hashtag* #FatoOuBoato.

Em junho de 2022, o TSE abriu uma urna eletrônica pela primeira vez em uma mídia social. Com a *tag* #DeOlhoNaUrna, foram publicados vídeos divididos em cinco capítulos, em que a eleitora ou eleitor pode ver como funciona o equipamento por dentro. O material soma mais de 2,6 milhões de visualizações.



Parceria TSE e LinkedIn

O LinkedIn disponibilizou a todas as usuárias e a todos os usuários notícias confiáveis sobre o processo eleitoral, com a curadoria de uma equipe interna de editoras e de editores. Da mesma forma, as equipes de moderação de conteúdo monitoraram as conversas associadas a essas notícias.

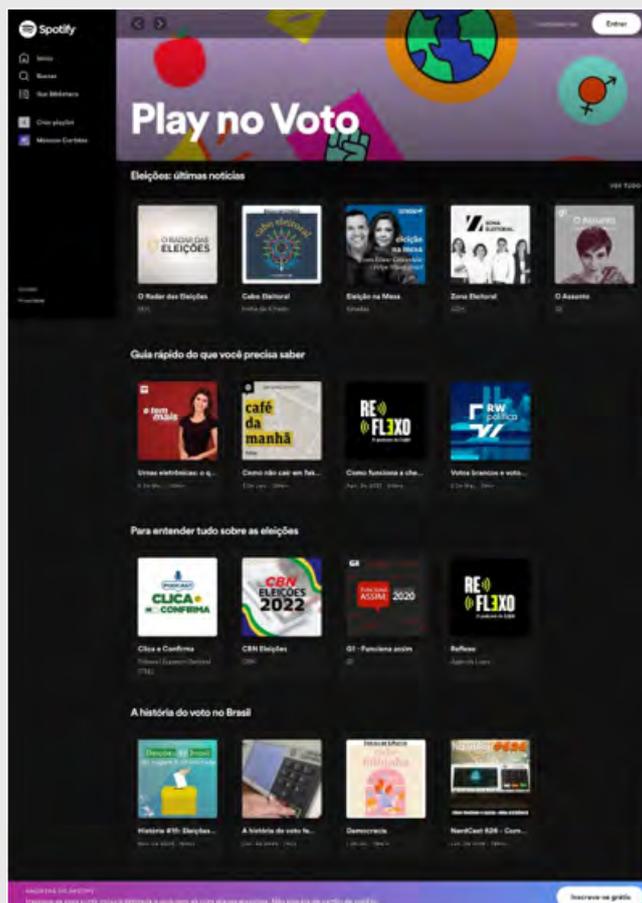
A plataforma realizou seminários para as servidoras e para os servidores da Justiça Eleitoral e traduziu, para a língua portuguesa, o seu relatório de transparência, com as medidas tomadas para a proteção das usuárias e dos usuários contra a desinformação.



[Ir ao sumário](#)

Parceria TSE e Spotify

Foram publicadas mensagens com estímulo ao engajamento cívico. Além disso, por meio de mídia paga em outras plataformas, uma campanha a favor da participação política foi lançada. Também foi produzida uma série de *podcasts* exclusivos com destaque na página especial sobre eleições criada pela plataforma.

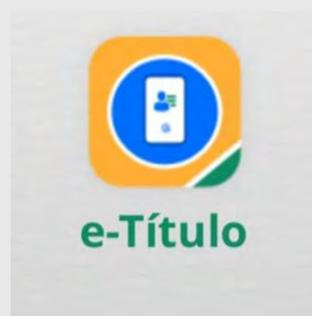
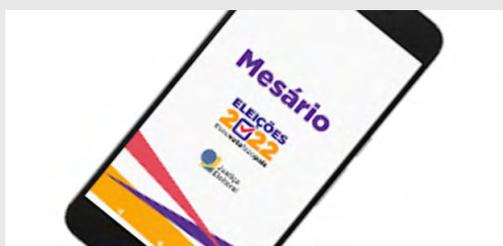


[Ir ao sumário](#)



D.2. Central de Notificações da Justiça Eleitoral

O TSE manteve em funcionamento a Central de Notificações, baseada no uso de seus aplicativos oficiais (e-Título e Mesário) como canais de comunicação direta com eleitoras, eleitores, colaboradoras e colaboradores, em especial para a divulgação de conteúdos rápidos e relevantes sobre as eleições, inclusive com o esclarecimento de notícias falsas.

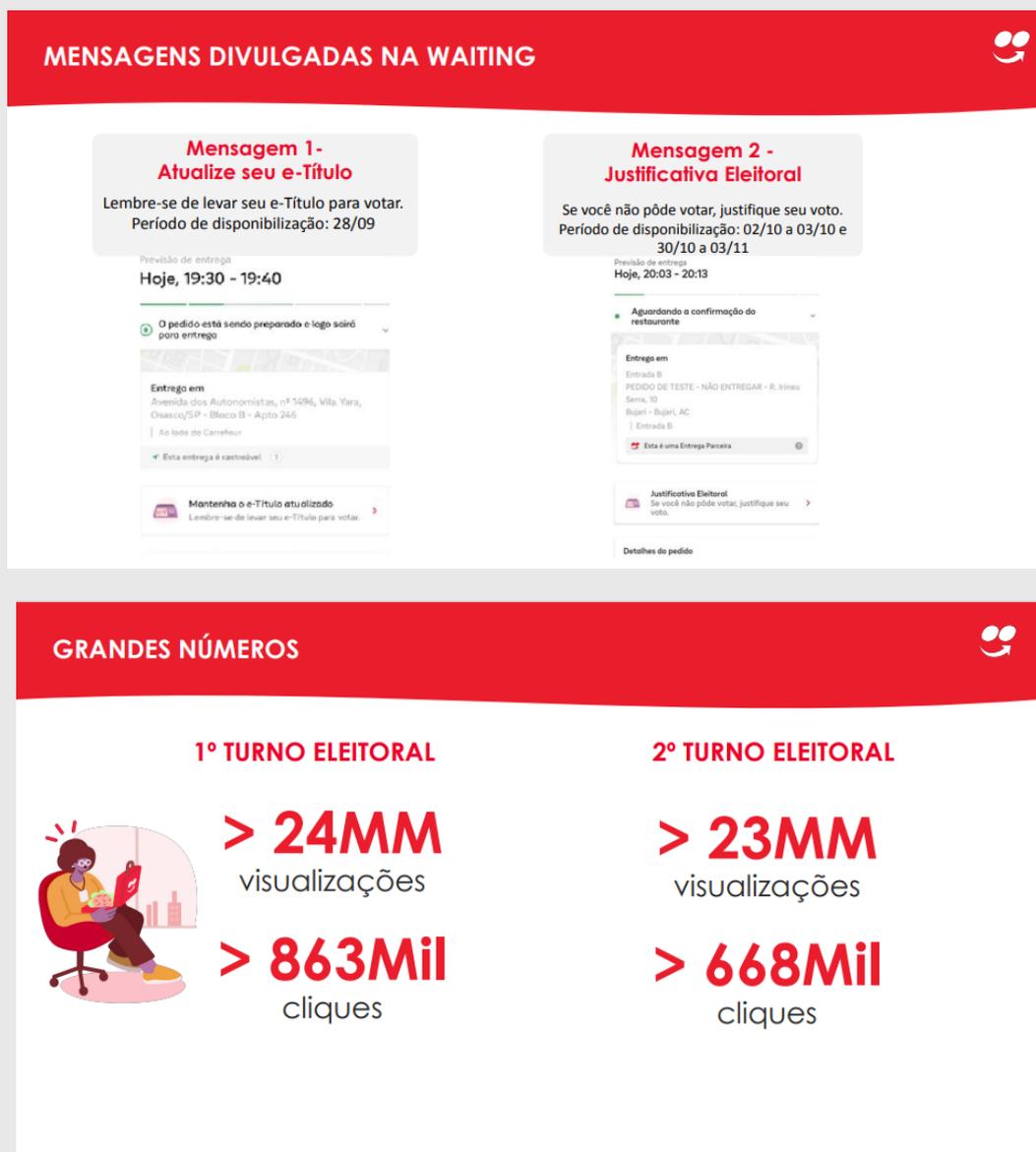


Em setembro de 2022, a Central de Notificações recebeu um braço adicional, criado especificamente para o envio de avisos importantes para as colaboradoras e para os colaboradores da Justiça Eleitoral. Tendo como suporte a página inicial do Sistema Elo, o Radar da Desinformação propiciou uma forma de comunicação rápida e simplificada, útil tanto para a divulgação de materiais informativos de consumo interno como para a emissão de alertas com esclarecimentos sobre narrativas falsas com maior projeção em momentos delicados do processo eleitoral (*trends* da desinformação).

[Ir ao sumário](#)

Outra novidade foi a ampliação da Central de Notificação para além dos mecanismos da própria Justiça Eleitoral. Em parceria com a empresa iFood, foram disparadas, em nove oportunidades, próximas às datas do primeiro e do segundo turno, duas mensagens sobre a atualização do *app* e-Título e com instruções para a justificativa eleitoral aos mais de 40 milhões de usuárias e de usuários do aplicativo.

A ação resultou em mais de 47 milhões de visualizações e mais de 1,5 milhão de cliques. Além disso, matéria publicada no portal do iFood sobre a parceria com o TSE foi acessada mais de 1,4 milhão de vezes.



Conteúdo

Durante o período eleitoral, foram enviadas inúmeras mensagens específicas contra a desinformação, customizadas de acordo com o público-alvo de cada aplicativo, em ordem a ampliar o alcance de informações oficiais. As notificações foram feitas em formato curto e direto e de forma acessível e clara, acompanhadas de *links* que permitiam ao público o aprofundamento sobre os temas envolvidos.

[Ir ao sumário](#)

Resultados

Durante as Eleições 2022, foram enviadas notificações informativas aos mais de 40 milhões de usuárias e de usuários dos aplicativos oficiais da Justiça Eleitoral, o que garantiu transmissão rápida e direta de informações importantes.

Número de usuárias e de usuários dos *apps* oficiais

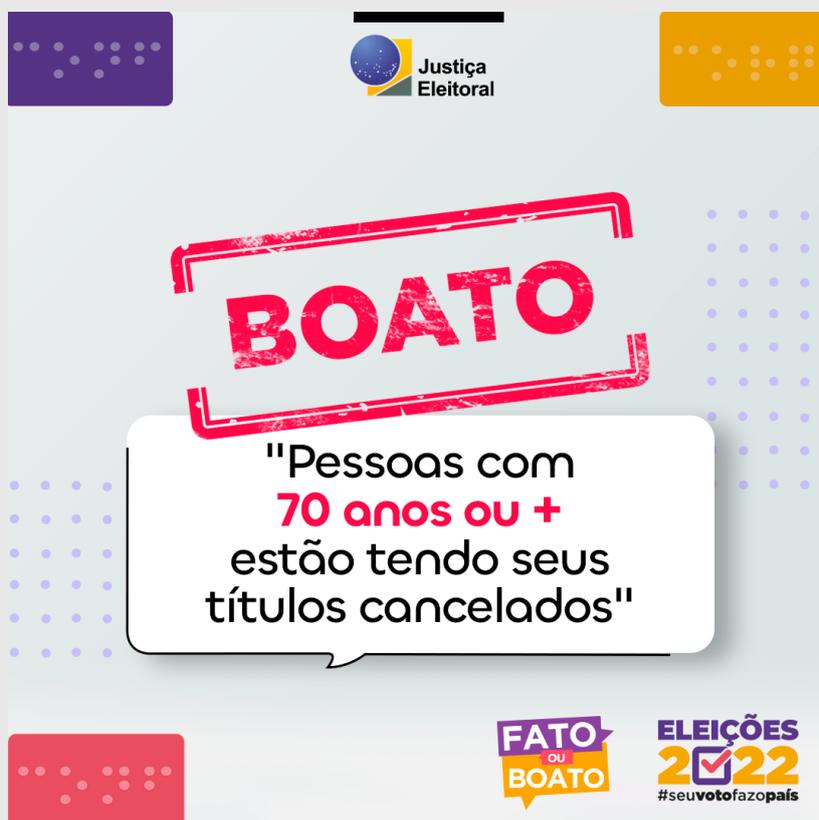
- » e-Título: 38.335.504 usuárias e de usuários (+ 112% em relação a 2020).
- » Mesário: 1.448.868 usuárias e de usuários (+ 36,5% em relação a 2020).

Notificações enviadas

- » e-Título: 25 mensagens (+ 47% em relação a 2020).
- » Mesário: 26 mensagens (+ 271% 7 em relação a 2020).
- » Radar da Desinformação: 2 mensagens (solução criada em 2022).

D.3. Canais e redes sociais do TSE

Em 2022, os conteúdos de esclarecimento e combate à desinformação publicados pelas redes sociais oficiais do TSE alcançaram 17,5 milhões de pessoas. Dentre as publicações, destacam-se: esclarecimentos repercutidos do *site* Fato ou Boato, séries temáticas e divulgações do *chatbot* e do canal do Telegram:



[Ir ao sumário](#)



2.3.2. Combate à desinformação com capacitação

O PPED aposta também em iniciativas para educar e capacitar tanto o público interno (magistradas, magistrados, servidoras, servidores, colaboradoras e colaboradores da Justiça Eleitoral, incluindo as mesárias e os mesários) como o público externo (jornalistas, eleitoras, eleitores, membras, membros de partidos políticos e cidadãos e cidadãs em geral) sobre o fenômeno da desinformação e suas externalidades negativas, bem ainda sobre o funcionamento das eleições, com ênfase nos aspectos de transparência, segurança, auditabilidade e confiabilidade do processo eletrônico de votação.

Capacitações para o público externo

Eventos e palestras

Com a participação direta de plataformas parceiras do PPED, em junho de 2022 o TSE promoveu um seminário tendo como tema o combate à desinformação e como público-alvo lideranças e representantes de diversos partidos políticos.



[Ir ao sumário](#)

Realizou, ainda, uma Sessão Informativa para Embaixadas, com o objetivo de fornecer a embaixadoras, embaixadores e representantes de missões consulares informações essenciais sobre o processo eleitoral brasileiro.



Na mesma linha, o TSE promoveu encontros com a finalidade de fornecer informações essenciais sobre o combate à desinformação e a confiabilidade das eleições nacionais às membras e aos membros da Comissão de Transparência das Eleições (CTE) e do Observatório de Transparência das Eleições (OTE).

O tema do enfrentamento à desinformação foi objeto de encontros com exposições mais alongadas, promovidos pela AEED, em parceria com a AIN, com algumas entidades participantes da CTE e da OTE, bem ainda com missões nacionais e internacionais de Observação Eleitoral, como a Organização dos Estados Americanos (OEA), o Observatório da Desinformação da Universidade Complutense de Madri e a Sociedade de Ensino Superior de Vitória.

Sob a coordenação do Programa de Combate à Desinformação do Supremo Tribunal Federal (STF) e em parceria com o Instituto Vero, o TSE contribuiu, em julho de 2022, com um seminário virtual com palestras de especialistas nacionais e mundiais sobre desinformação e temas correlatos, intitulado “Os desafios da desinformação e as tecnologias para combatê-la”.

[Ir ao sumário](#)

No escopo da parceria firmada com o TSE, a Seção da Ordem dos Advogados do Brasil do Rio de Janeiro (OAB/RJ) promoveu, em agosto de 2022, o seminário Combatendo a Desinformação: Democracia e Eleições Limpas, com debatedoras e debatedores externos(as) e da própria Justiça Eleitoral, para levar à comunidade discussões sobre o enfrentamento à desinformação e a integridade das eleições brasileiras.



Ainda como resultado de parcerias firmadas com o Instituto Paranaense de Direito Eleitoral (IPRADE) e com o Instituto Brasileiro de Direito Eleitoral (Ibrade), a oitava edição do Congresso Brasileiro de Direito Eleitoral, maior evento da área no país, adotou como tema central o lema Democracia em Ação, de modo a assegurar que os debates acadêmicos, acompanhados por mais de dois mil inscristos(as), prestigiassem questões relacionadas com a proteção do patrimônio democrático e da normalidade eleitoral, além do combate à desinformação contra as instituições de garantia.



[Ir ao sumário](#)

Com voluntárias e voluntários da FRENTE lotados em Cartórios de todo o país, foram realizadas 105 palestras em 23 estados.



[Ir ao sumário](#)

NA LINHA DA FRENTE

Nos dias 21 e 22 de maio os servidores do TRE-PA, Márcia Rachel Storck Costa, Simone Maia da Fonseca Santos e Robert Rocha Barros participaram do Projeto Ribeirinho Cidadão – Ação Bagre executando o Programa Eleitor do Futuro na Zona Rural, localidade Ribeirinha de Mocajutuba, do Município de Bagre, uma localidade com inúmeras carências sociais.

O Projeto foi promovido pelo Tribunal de Justiça do Estado do Pará – Termo Judiciário de Bagre, na pessoa do Dr. David Jacob Bastos, Juiz de Direito substituto, com o objetivo de promover ações de cidadania. O acesso ao Município de Bagre somente é possível através de transporte fluvial, que demora em média de 12 a 14 horas, dependendo da embarcação.

Durante o evento, além de apresentar e explicar sobre o funcionamento da urna eletrônica, os servidores falaram sobre o título de eleitor, a segurança do sistema eletrônico de votação e a importância do voto.

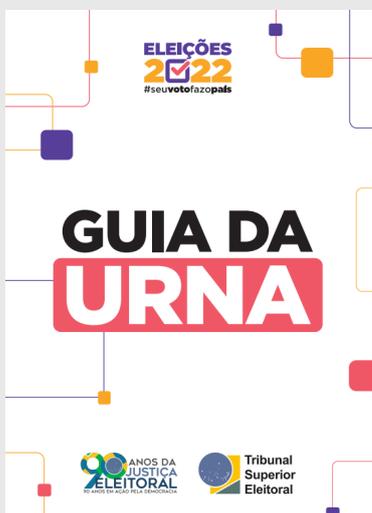


Foto de Simone Maia Santos

Cartilhas e guias informativos

O TSE publicou materiais informativos com conteúdos claros, simplificados e objetivos, expressivamente apoiados em imagens e infográficos, sobre temas fundamentais para a preservação da integridade e do clima de normalidade dos pleitos.

O *Guia da Urna*, produzido pela Coordenadoria de Imprensa da Secretaria de Comunicação e Multimídia (Cimp/Secom), contempla a história e a evolução histórica das urnas eletrônicas, com ênfase em processos relativos ao desenvolvimento dos respectivos sistemas e em mecanismos de segurança, fiscalização e auditoria.



ELEIÇÕES 2022
#seuvotofazpals

GUIA DA URNA

90 ANOS DA JUSTIÇA ELEITORAL
Tribunal Superior Eleitoral

4. AUDITORIA - ANTES

A JE realiza esforços contínuos e crescentes para o fortalecimento da transparência do processo eleitoral e a promoção da fiscalização por diversos mecanismos. As auditorias acontecem antes, durante e depois das eleições, e contam com a participação da sociedade.

A seguir, as principais ferramentas de auditoria utilizadas antes de cada eleição. São inúmeros os processos que reforçam, a todo tempo, a segurança do processo eletrônico de votação.

Testes Públicos de Segurança (TPS)

A cada eleição, o TSE realiza o TPS, do qual podem participar todos os brasileiros, a partir de 18 anos, que cumpram os requisitos previstos em edital.

O TPS funciona da seguinte forma: o Tribunal convoca especialistas para tentar quebrar as barreiras de segurança das urnas eletrônicas e descobrir vulnerabilidades nos sistemas e nos componentes internos e externos da urna. A Justiça Eleitoral brasileira foi o primeiro organismo eleitoral do mundo a promover uma iniciativa assim com a participação de hackers.

[Ir ao sumário](#)

As questões de segurança eletrônica foram desmistificadas e explicadas, de forma aprofundada, em linguagem simples, no *Guia Prático – Eleições Informatizadas, Fiscalização e Auditoria 2022*, produzido pela Secretaria de Tecnologia da Informação.

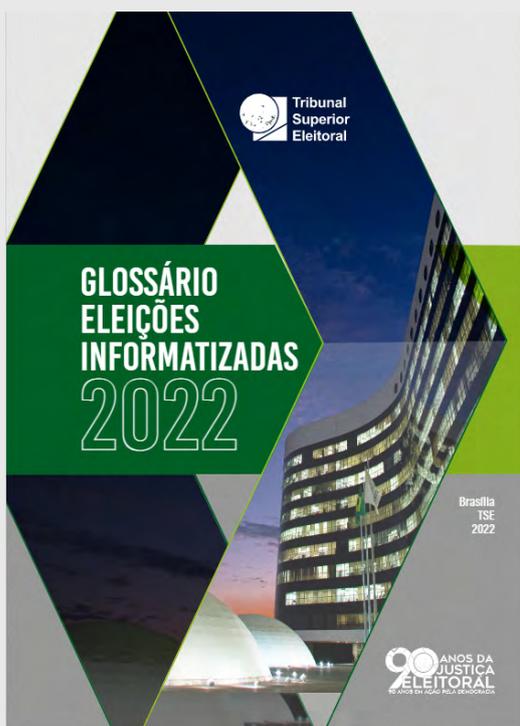


GUIA PRÁTICO ELEIÇÕES INFORMATIZADAS - FISCALIZAÇÃO E AUDITORIA | 7

1. A CHEGADA DA URNA ELETRÔNICA PARA ACABAR COM AS FRAUDES NAS ELEIÇÕES

O Brasil é pioneiro no uso das urnas eletrônicas, utilizadas no país a partir de 1996, com a implantação do sistema eletrônico de votação. A máquina para coletar votos era um desejo antigo no Brasil e teve como objetivo eliminar a fraude no processo eleitoral, afastando a intervenção humana, pois ocorriam muitas manipulações dos votos dos eleitores.

A simplificação de questões de natureza técnica foi também objeto de preocupação do Tribunal, o que resultou na produção do *Glossário Eleições Informatizadas*, elaborado pela Secom para facilitar a compreensão pública de elementos importantes sobre a segurança da face informatizada das eleições. Com esse espírito, expressões como biometria, código-fonte e logs são explicadas de uma forma simples.



CRIPTOGRAFIA

Criptografia é uma forma de codificar determinada mensagem de maneira que só aqueles que conhecem o código podem decifrar. Em segurança da informação, é a conversão de dados de um formato legível para um formato codificado. Os dados criptografados só podem ser lidos ou processados depois de serem decifrados. É a forma mais simples e mais importante de garantir que as informações de um sistema digital não sejam roubadas e lidas por alguém que deseja usá-las para fins maliciosos.

Na Justiça Eleitoral, a criptografia digital é um mecanismo de segurança para a proteção de dados sensíveis, tais como os votos gravados no RDV e a biometria dos eleitores. Como os dados tornam-se embaralhados, eles ficam inacessíveis a pessoas não autorizadas. O Tribunal Superior Eleitoral (TSE) usa uma combinação de algoritmos proprietários e de domínio público para cifração simétrica e assimétrica.

[Ir ao sumário](#)

Também alinhada com os esforços de demonstração da transparência e da confiabilidade das eleições brasileiras, a Assessoria de Assuntos Internacionais (AIN) preparou o *Guia Prático – Eleições Brasileiras 2022*, com informações e dados relacionados à tecnologia e à inovação das eleições informatizadas.



6 ESTRATÉGIAS DE FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL E COMBATE À DESINFORMAÇÃO

Com a finalidade de responder aos desafios que a desinformação impõe à integridade das eleições e à própria democracia, o TSE desenvolveu o Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação no âmbito da Justiça Eleitoral. O programa funciona "em rede", a partir de uma abordagem sistêmica, multidisciplinar e multissetorial, fundado na mobilização dos órgãos da Justiça Eleitoral e na formação de parcerias estratégicas com múltiplos atores, incluindo os mais diversos organismos governamentais, organizações de imprensa e de checagem de fatos, provedores de aplicação de internet, entidades da sociedade civil, academia e partidos políticos.



Produzido pela AEED, o *Guia Básico de Enfrentamento à Desinformação* busca estimular o combate às narrativas falsas como um hábito cívico, apresentando um conjunto claro de alternativas concretas, aptas a atenuar a presença da manipulação informativa nas discussões públicas em torno do sistema eleitoral brasileiro.



3 POR QUE A DESINFORMAÇÃO DEVE SER COMBATIDA

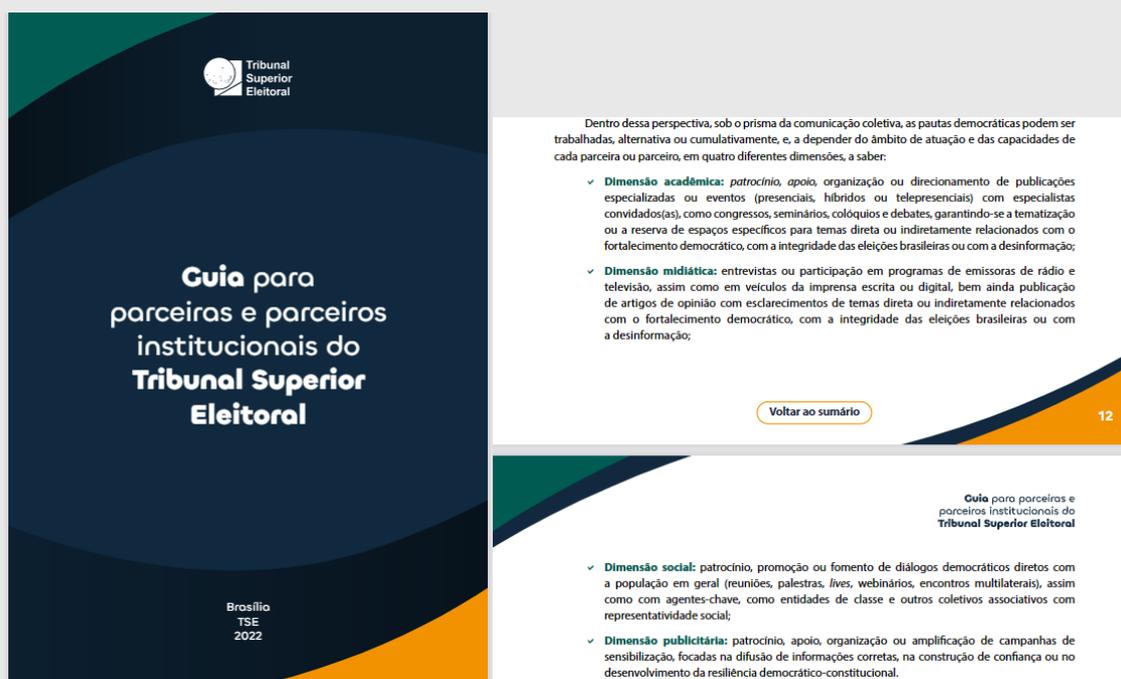
[Ir ao sumário](#)

Além da população em geral, o TSE também produziu materiais direcionados a segmentos específicos, com a finalidade de manter as iniciativas de enfrentamento à desinformação.

Nessa vertente, a Secom desenvolveu o *Guia das Eleições 2022 para Jornalistas*, repleto de informações relevantes sobre a organização do pleito mas também focado em ações de transparência e de combate à fraude informacional.



Elaborado pela AEED, o *Guia para Parceiras e Parceiros Institucionais do Tribunal Superior Eleitoral* apresenta diretrizes aptas a assegurar o aprofundamento das parcerias no que diz respeito aos esforços para mitigar os danos sociais provocados pelas narrativas falsas.



Ir ao sumário

O *Guia do Voto Consciente*, também lançado em 2022, consiste em outra publicação institucional utilizada para reforçar a importância da luta contra a desinformação. Desenvolvida pela Secom, a cartilha adiciona questões de alta relevância, como as principais regras das eleições e os canais para a obtenção de informações sobre as candidatas e os candidatos, mensagens de impacto sobre a importância do não compartilhamento de notícias duvidosas.

NÃO VENDA O SEU VOTO!
Vender o voto é uma prática ilegal, estabelecida como crime. A eleitora ou o eleitor que trata seu voto com mercadoria pode ajudar a eleger uma pessoa que se utilizou de métodos imorais e criminosos para chegar a um mandato político. Além disso, ao vender seu voto, você renuncia ao seu papel como cidadã ou cidadão e, dessa forma, o exercício da democracia é desprezado.

SE FOR FAKE NEWS, NÃO TRANSMITA
Eleição é coisa séria, e divulgar informações falsas é mais ainda. Cabe a cada eleitora ou eleitor ficar atento às mensagens e às notícias que recebe no período eleitoral. Se tiver dúvida sobre algum tipo de conteúdo que recebeu, vá até um canal oficial – como a página ‘Fato ou Boato’ do TSE na internet – e verifique a informação.

ATENÇÃO: A Justiça Eleitoral possui um Sistema de Alerta de Desinformação Contra as Eleições. Ao receber alguma notícia falsa, descontextualizada ou manipulada sobre o processo eleitoral brasileiro, denuncie! Acesso: <https://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-2022/sistema-de-alerta>.

FISCALIZE!
Antes, durante e após as eleições, cidadãs e cidadãos, partidos políticos e instituições podem fiscalizar as urnas e o processo eleitoral. Duas das principais etapas acontecem no dia das eleições: o teste de integridade e a conferência dos resultados pelo Boletim de Urna.

Boletim periódico

Em junho de 2022, a AEED lançou o informativo *Pause!! Boletim de Enfrentamento à Desinformação*. Com periodicidade semanal, ao longo de quatro meses – e 16 edições – o boletim trouxe dicas e novidades sobre o combate às notícias falsas, além de dar visibilidade a iniciativas e boas práticas desenvolvidas pelas parceiras e parceiros do TSE e pelas voluntárias e voluntários da FRENTE.

O nome *Pause!!* faz referência à importância da reserva de tempo para reflexão antes do encaminhamento de notícias de origem desconhecida ou conteúdo duvidoso. Com proposta editorial simples, objetiva e descontraída, o boletim conta com seis diferentes seções, além de breve explicação sobre a mensagem visual na capa de cada edição.

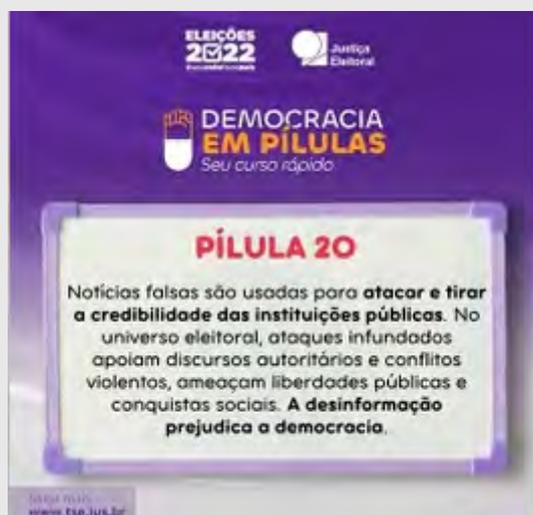


[Ir ao sumário](#)

Cursos rápidos em mídias sociais

O TSE promoveu inovações no campo da educação para a cultura democrática com uma série de cursos rápidos nas mídias sociais denominada Democracia em Pílulas, baseado na divulgação de lição diária, organizada em formato enxuto de forma a caber em um único *tweet*.

O primeiro módulo, 30 Pílulas Contra a Desinformação, foi produzido em parceria com o TRE/BA, tendo sido publicado, ao longo de todo o mês de junho, nas contas oficiais de ambos os tribunais no Twitter e no Instagram, além de ter sido divulgado no canal do TSE no Telegram e nas listas de transmissão que o TSE mantém com jornalistas.



A série teve continuidade em setembro, com o módulo 10 Pílulas pela Tolerância, alinhado com a agenda de prevenção de violência política do PROFI.

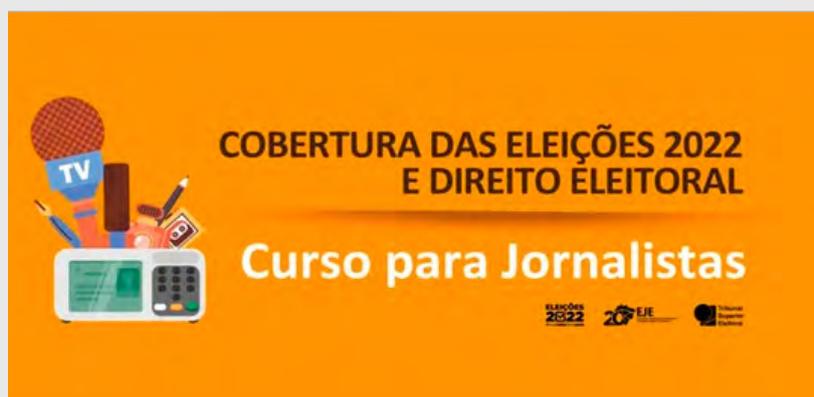
[Ir ao sumário](#)



Com a iniciativa, mais de um milhão de internautas tiveram acesso a cursos sintéticos sobre temas de fundamental importância para a democracia.

Capacitação para jornalistas

Em agosto de 2022, o TSE promoveu mais uma edição do curso Cobertura das Eleições 2022 e Direito Eleitoral, tendo como objetivo capacitar profissionais da imprensa a entregar informações adequadas sobre o processo eleitoral a toda a população.



Dividido em 11 módulos temáticos e promovido por meio de uma parceria entre a Cimp/Secom e a Escola Judiciária Eleitoral (EJE), o curso foi ministrado por especialistas internos, que abordaram temas como: competências e funcionamento da Justiça Eleitoral; o papel do TSE na organização das eleições; participação de grupos minorizados na política; transparência, segurança e auditabilidade do sistema eletrônico de votação; e iniciativas de combate à desinformação.

As aulas se encontram disponíveis no canal do TSE no Youtube. Durante o evento, foram acompanhadas por 759 jornalistas.

[Ir ao sumário](#)

Capacitação para mesárias e mesários

O Grupo de Trabalho Mesários (GT-Mesários), coordenado pela Secretaria de Gestão de Pessoas (SGP/TSE), renovou as atividades de capacitação das cidadãs e dos cidadãos convocados(as) para os trabalhos eleitorais com a utilização do aplicativo Mesário, assim como a plataforma Moodle de educação a distância (EaD), e outros canais, como vídeos no Youtube e programas na TV Justiça.

Os treinamentos alcançaram mais de 1,3 milhão de mesárias e de mesários, que receberam instruções específicas sobre o correspondente papel no enfrentamento à desinformação. A versão atualizada do *Manual do Mesário* abordou essas questões de forma simples e prática.



[Ir ao sumário](#)

PREPARE-SE PARA ENFRENTAR A DESINFORMAÇÃO

Você sabe o que é desinformação?

O fenômeno das *fake news*, tratado pelos(as) especialistas como desinformação, consiste no uso de técnicas de comunicação para induzir ao erro ou provocar uma falsa percepção da realidade por meio da ocultação de informações, minimização da importância de fatos ou dados, modificação do sentido de textos ou, ainda, mudança de contexto de declarações.

A desinformação tornou-se muito comum nas redes sociais e em aplicativos como WhatsApp e Telegram. A divulgação de notícias falsas (*fake news*), de informações fora de contexto ou de vídeos e imagens manipulados tem gerado riscos à vida das pessoas e impactos negativos para o importantíssimo trabalho de mesárias e mesários no dia da eleição.

Por isso, estar bem-informado(a) e bem treinado(a) para o trabalho na seção eleitoral é a primeira atitude para combater a desinformação. Quando se compreende o trabalho a ser feito, a segurança transparece e você passa a ser referência para os(as) demais integrantes da mesa receptora de votos e, sobretudo, para as eleitoras e os eleitores da sua seção.

Se você chegou neste ponto do treinamento de mesárias e mesários, é porque todo o conteúdo técnico e de procedimentos está dominado, inclusive os detalhes sobre a segurança da urna e do processo eleitoral. Confirma? (Se necessário, reveja o conteúdo "Por que o Sistema Eletrônico de Votação é Seguro?" na p. 30).

Então, vamos em frente para combater a desinformação!

Como checar se uma informação é falsa ou não?

Fique atento(a) à veracidade das informações que recebe, principalmente nas redes sociais e em aplicativos de mensagens instantâneas. Como agente da democracia, é fundamental que você conheça os conteúdos publicados pelos órgãos oficiais. Não compartilhe informação sem antes saber se é verdadeira, principalmente quando relacionada às eleições e à Justiça Eleitoral.

1. Verifique a fonte da notícia.



Certifique-se da origem da informação, consultando o site ou perfil em que ela foi publicada. Veja outras matérias sobre o mesmo assunto e tente identificar se são apresentados fatos ou se o conteúdo é a opinião da autora ou autor. Além disso, acesse outras páginas de notícias conhecidas ou o site da Justiça Eleitoral: <http://www.justicaeleitoral.jus.br/fato-ou-boato/>. Caso o assunto tenha relação com as eleições, é muito provável que mais veículos de informação tenham noticiado a respeito e que a Justiça Eleitoral tenha esclarecido a questão.

2. Leia o texto da matéria e desconfie de manchetes sensacionalistas.



Cuidado com os *prints* de títulos de notícias e com notícias incompletas. Uma informação fora de contexto pode levar à interpretação errada dos fatos. Além disso, notícias com manchetes sensacionalistas geralmente querem apenas captar o seu "clique".

3. Desconfie de erros de ortografia.



Uma agência de notícias séria preza pelo correto uso da língua e pela apresentação do texto. Desconfie de textos com erros de português.

Capacitações para o público interno

Os programas também previram iniciativas de capacitação dirigidas ao público interno, com recorte não apenas no combate à desinformação mas também em agendas democráticas relacionadas com a essencialidade das instituições eleitorais, a importância da paz e da tolerância e a valorização da democracia.

[Ir ao sumário](#)

Reuniões de sensibilização das cúpulas dos Tribunais Regionais Eleitorais

O PROFI estabeleceu como uma das diretrizes de comunicação com o público a atuação em rede, na qual o fortalecimento institucional e a luta contra a desinformação, embora nacionalmente coordenados pelo TSE, devem assumir um caráter transversal para se traduzir numa postura ativa dos TREs e dos Cartórios Eleitorais, respectivamente, em níveis estadual e local.

O TSE promoveu duas reuniões nacionais, além de cinco reuniões regionais com a presença dos(as) presidentes, diretoras e diretores-gerais de todos os Tribunais Eleitorais, somadas a um conjunto de cinco encontros regionais protagonizadas pela AEED, para a apresentação dos programas de gestão reputacional, contextualização dos riscos envolvidos e dimensionamento do caráter expansivo dos ataques desinformativos contra a Justiça Eleitoral.

Como resultado, o número de servidoras e servidores formalmente engajados(as) no enfrentamento à desinformação obteve um aumento bastante expressivo, na comparação do que ocorrera no ciclo anterior.

» Número de pessoas engajadas nas Zonas Eleitorais em 2022: 2.102.



Caravana nacional de chamado à ação (*call-to-action*)

A AEED, entre os meses de abril e maio, percorreu todos os Tribunais Eleitorais do país, em uma caravana virtual com 19 eventos de conscientização e chamado à ação (*call-to-action*). Com o apoio da Secom e das assessorias de comunicação dos Tribunais Regionais, todas as servidoras e servidores foram convidados(as) a acompanhar uma exposição sobre o fenômeno da desinformação, bem como o impacto prejudicial, em níveis profissional e pessoal, nas atividades laborais.

Dentro dessas exposições – que envolviam inclusive a apresentação do *Manual de Enfrentamento à Desinformação e Defesa Reputacional da Justiça Eleitoral* –, os mais de 6.000 assistentes foram convidados(as) a participar da FRENTE, tendo a oportunidade de conhecer os fundamentos e propósitos, os princípios norteadores e a política de incentivos.

[Ir ao sumário](#)

Com um **número final de 2.102** inscritas e inscritos, as caravanas conseguiram um percentual de **adesão superior a 35% da audiência**.



Encontros Nacionais da FRENTE

Após a adesão, as voluntárias e voluntários da FRENTE receberam capacitação específica para o enfrentamento à desinformação, com o oferecimento de materiais informativos (manuais, mapas, boletins), assim como por meio de palestras com especialistas convidados(as), oriundos(as) da AEED, da SMG e da STI do TSE, bem ainda de universidades e instituições parceiras do PROFI e do PPED.

Foram realizados, nos meses de junho e agosto, o I e o II Encontros Nacionais da FRENTE, com um total de sete palestras que trataram dos seguintes temas:

- » Defesa reputacional e construção de confiança social.
- » Integridade das eleições brasileiras.
- » Transparência das eleições brasileiras.
- » Segurança do processo eletrônico de votação.
- » Desinformação contra o processo eletrônico de votação.
- » Técnicas de comunicação não violenta para o esclarecimento de *fake news*.
- » Paz e tolerância nas eleições.

Cursos, visitas técnicas e oficinas de intercâmbio internacionais

No contexto das Eleições 2022, o TSE, em alguns casos com o apoio de instituições parceiras, empreendeu diversas ações com a finalidade de capacitar e atualizar as equipes internas, com estímulo de contato contínuo com a vanguarda do enfrentamento à desinformação.

[Ir ao sumário](#)

Servidoras e servidores da Aeed, AIN e Secom participaram, inicialmente, de um curso virtual promovido pela Associação Mundial de Organismos Eleitorais (A-WEB), sediada na Coreia do Sul. Durante cerca de 10 dias, discutiram com especialistas e membras e membros de instituições eleitorais de 11 países questões relacionadas com a preservação da normalidade dos pleitos, com foco na atuação das mídias digitais e dos veículos de imprensa durante o período eleitoral.



A partir de fevereiro, a AEED deu início a oficinas recorrentes de troca de experiências com diversos organismos eleitorais internacionais. Em reuniões conjuntas, com duração média de três horas, os(as) participantes conheciam, em detalhes, os respectivos programas e campanhas institucionais e discutiam desafios e possibilidades de atuação conjunta, tanto no campo do combate às narrativas falsas como na área do fortalecimento das capacidades institucionais.

Nesse contexto, equipes da AEED e da Secom puderam, com o auxílio da AIN, dialogar com os(as) especialistas responsáveis pelas correspondentes áreas no Instituto Nacional Eleitoral (INE/México), no Tribunal Eleitoral do Panamá, no Jurado Nacional de Eleições (Peru) e no Tribunal Supremo de Eleições (Costa Rica).

No mês de julho, cinco servidoras e servidores da AEED, AIN e Secom participaram de visitas técnicas na Europa, com ações de trocas de experiências e *expertise* na área do enfrentamento à desinformação. Financiada pela União Europeia, como resultado de parceria firmada com a Facilidade de Apoio aos Diálogos União Europeia – Brasil, a missão resultou na realização de 15 reuniões, com 16 entidades sediadas em três diferentes países:

Bélgica:

- » Departamento Federal de Assuntos Internos.
- » Conselho Superior do Audiovisual.
- » Divisão Sul-Americana do Serviço Europeu de Ações Externas.

[Ir ao sumário](#)

- » Divisão de Comunicação Estratégica e Análise de Informações do Serviço Europeu de Ações Externas.
- » Direção-Geral de Justiça da Comissão Europeia (DG Just).
- » Parlamento Europeu.
- » Direção-Geral no Domínio do Mercado Único (DG Grow).
- » Divisão para a Democracia e Observação Eleitoral do Serviço Europeu de Ações Externas.
- » Direção-Geral das Redes de Comunicação, Conteúdos e Tecnologias (DG Connect).
- » Observatório de Mídia Digital e Desinformação (EDMO BELUX).

França:

- » Autoridade Reguladora das Comunicações (ARCOM).
- » Serviço de Vigilância e Proteção Contra Interferências Digitais Estrangeiras (VIGINUM).
- » Secretaria Geral de Defesa e Segurança Nacional (ASSIN).

Alemanha:

- » Departamento de Assuntos Internacionais do Ministério do Interior e das Comunicações.
- » Democracy Reporting International (DRI).
- » Centro de Ciências Sociais de Berlim (WZB).

Missão brasileira discute estratégias de combate à desinformação com a União Europeia

Grupo debateu com especialistas análise de riscos, manipulação de informações e empoderamento do eleitor, entre outros temas

07/07/2022 16:17 - Atualizado em 11/08/2022 13:43



Capacitação em gestão de crise e reputação organizacional

Com o objetivo de ampliar competências relacionadas com o gerenciamento de crises de imagem e com a construção de confiança social, a AEED buscou capacitar sua equipe nessas matérias específicas, com designação de servidoras e de servidores para a participação em curso de Gestão de Crise e Reputação Organizacional, promovido pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), com o posterior compartilhamento da experiência, com reunião para a replicação dos conhecimentos.

[Ir ao sumário](#)

Capacitação em padrões de comunidade e regulação de plataformas digitais

Com a finalidade de fortalecer o eixo de resposta do PPED, em especial no que concerne à busca de soluções para desestimular as práticas desinformativas e aperfeiçoar o controle de comportamentos inautênticos e narrativas falsas dentro das plataformas, o TSE, em parceria com a Universidade do Extremo Sul Catarinense (Unesc), ofereceu à equipe da AEED curso de capacitação com o tema Mídias Sociais, Desinformação e Moderação de Conteúdos no Brasil.

Treinamentos de pontos focais providos pelas plataformas digitais

As equipes de comunicação social e enfrentamento à desinformação dos TREs foram capacitadas em uma série de 26 eventos de treinamento, protagonizados pelos times de Twitter, Kwai, Facebook, Instagram, WhatsApp, TikTok, Youtube, LinkedIn, Spotify, Google e Telegram. Os eventos abordaram temas variados, desde a compreensão dos termos de uso e das políticas de moderação até instruções para facilitar o cumprimento de ordens judiciais e para o aprimoramento de performances relacionadas com ações de comunicação institucional.

As ações envolveram todos os Tribunais Eleitorais do país, com mais de mil participantes, sendo acompanhadas da entrega de materiais informativos para auxiliar a fixação dos conteúdos.

Combate à Desinformação

- 1. LinkedIn Notícias:** parceria editorial de conteúdo sobre eleições
- 2. Canal de comunicação e denúncias** sobre desinformação
- 3. Workshops**
- 4. Tradução do Relatório de Transparência**

Parceria
LinkedIn
& TSE

[Ir ao sumário](#)

Como enfrentar desinformação em uma plataforma de comunicação com **criptografia de ponta a ponta**?

- ✓ **Reduzir viralidade** por desenho do produto
- ✓ **Conferir maior controle aos usuários** (privacidade, denúncia)
- ✓ **Combater comportamentos abusivos**
- ✓ **Adotar medidas legais** contra empresas infradoras e de remoção de anúncios
- ✓ **Introduzir novas ferramentas** aos usuários que incentivem verificação
- ✓ **Firmar parcerias** com autoridade eleitoral, governos e sociedade civil
- ✓ **Cumprir a lei brasileira** e colaborar com as autoridades de investigação



Kwai

Nossas Diretrizes



Nudez e conteúdo sexual



Atividades ilegais e produtos/serviços regulamentados



Violência e conteúdo explícito



Organizações e/ou indivíduos perigosos



Assédio e bullying



Discurso de ódio



Proteção de menores



Suicídio, autolesão e comportamentos perigosos



Integridade e Autenticidade



Propriedade Intelectual



Política de Eleições

2.3.3. Combate à desinformação com foco em controle de comportamentos inautênticos

Durante as Eleições 2022, o TSE prosseguiu com a adoção de medidas concretas para detectar, desestimular e conter práticas de desinformação por meio do direcionamento de recursos tecnológicos e do desenvolvimento de atividades preventivas e repressivas contra comportamentos ilegítimos.

Assim, buscou-se priorizar o controle de comportamentos inautênticos, sem prejuízo do controle de conteúdos falsos e fraudulentos de maior gravidade, em caráter excepcional.

[Ir ao sumário](#)

A. Criação do Sistema de Alerta de Desinformação Contra as Eleições

Como evolução do canal de denúncias de disparo em massa, estabelecido em parceria com o WhatsApp em 2020 para as eleições de 2022, o TSE lançou, no mês de junho, o Sistema de Alerta de Desinformação Contra as Eleições.

Constituído como ferramenta cidadã, o sistema permite a qualquer pessoa o apontamento de episódios que envolvem a circulação de notícias ou afirmações falsas a respeito da Justiça Eleitoral, de suas autoridades, servidoras e servidores, assim como de seus produtos (como a urna eletrônica) ou de seus serviços (como as eleições).

Sistema de Alerta

Este canal possibilita o envio de denúncias sobre o processo eleitoral.



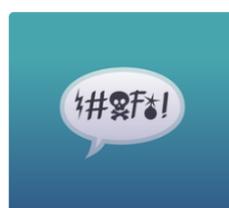
Desinformação sobre candidatos ou partidos (incluindo pesquisas manipuladas e propaganda irregular)

[Clique para registrar uma denúncia](#)



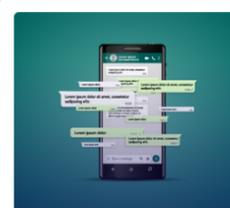
Desinformação sobre a Justiça Eleitoral, urnas eletrônicas ou contagem de votos.

[Clique para registrar uma denúncia](#)



Discurso de ódio, violência política e grave perturbação ao ambiente democrático

[Clique para registrar uma denúncia](#)



Mensagens não solicitadas com conteúdo eleitoral no WhatsApp (Disparo em massa)

[Clique para registrar uma denúncia](#)

O Sistema possui uma interface simples, composta pela indicação de elementos mínimos, com a inclusão da indicação da URL e a possibilidade de envio de arquivos.

Resultados

Entre 21 de junho de 2022 e o fechamento desse relatório (23 de março de 2023), o Sistema de Alertas recebeu **43.559 apontamentos**, sendo:

- » 5.145 denúncias de disparos em massa.
- » 16.153 denúncias de comportamentos inautênticos.
- » 14.061 denúncias de desinformação.
- » 3.198 denúncias de discursos odiosos ou violentos.
- » 4.338 denúncias de graves perturbações do ambiente democrático.
- » 370 denúncias de vazamentos de dados ou incidentes cibernéticos.
- » 286 denúncias de violência de gênero.

[Ir ao sumário](#)



Em comparação com as eleições municipais de 2020 (quando o sistema recebia, exclusivamente, denúncias de disparos em massa), o volume global de alertas recebidos **aumentou 733%**.

Do número total, 26.285 apontamentos foram, efetivamente, encaminhados às plataformas, o que corresponde a um percentual de **68%**. Outros 32% das denúncias recebidas foram arquivadas, seja pela inexistência de irregularidades ou pelo não enquadramento no escopo do PPEd.

O Sistema de Alerta também serviu para o registro eventual de denúncias vindas de parceiras e parceiros institucionais de monitoramento, assim como a utilização regular pelo pessoal da FRENTE, que foram instruídos a utilizar o canal para acelerar a identificação de narrativas falsas de natureza grave por parte da AEED.

B. Fortalecimento da rede de monitoramento de práticas de desinformação contra o processo eleitoral e da rede de plataformas digitais parceiras

O TSE renovou termos de adesão e memorandos de entendimento com diversas entidades especializadas no monitoramento de dados abertos de mídias sociais, além de estabelecer novas alianças com os mesmos fins. Participaram dessa rede mais de uma dezena de empresas, grupos de pesquisa ou observatórios de escuta social, como Palver, Ideia, NetLab, InternetLab, Democracia em Xequê, V-Tracker, Departamento de Ciência da Computação da Universidade Federal de Minas Gerais (DCC/UFMG), Apura, ITS Rio, SaferNet Brasil e Escola de Comunicação Digital da Fundação Getúlio Vargas (ECMI/DAPP/FGV).

Uso de ferramentas de monitoramento e preservação de provas

Além das atividades realizadas por parceiras e por parceiros, AEED e Secom fizeram uso direto das seguintes ferramentas de monitoramento de mídias sociais e dados abertos de internet:

- » Knewin: ferramenta capaz de realizar o monitoramento, em tempo real, de termos de interesse disponíveis em fontes abertas, com abrangência de todas as mídias sociais relevantes, assim como Google, fóruns, *sites*, dentre outros.

[Ir ao sumário](#)

- » Apura: ferramenta especializada em segurança cibernética, capaz de monitorar termos de interesse disponíveis em fontes abertas em mídias sociais, motores de busca e *sites* da internet, fóruns e aplicativos de conversação sem filtro, na *deepweb* e *darkweb*.

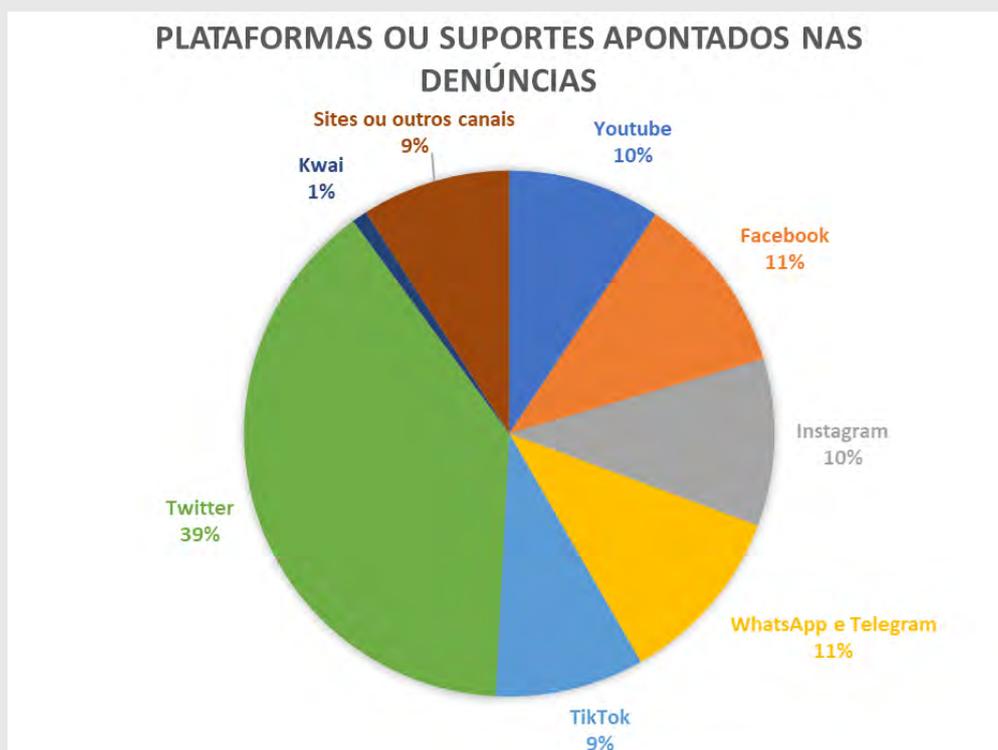
O uso dessas ferramentas baseou-se na realização de buscas por palavras-chave (*tags* ou *queries*), referentes aos termos mais presentes nas mensagens de desinformação contra as instituições eleitorais.

Nas hipóteses de constatação de atividades potencialmente criminosas e de natureza grave, a AEED buscou preservar provas, com uso da ferramenta Verifact, igualmente obtida em nível de parceria no âmbito do PPED.

Resultados

Durante o ciclo de 2022, o Sistema de Alertas recebeu 43.559 apontamentos relativos a conteúdos desinformativos:

- » **Do lançamento do Sistema ao primeiro turno** das eleições gerais (de 21 de junho a 2 de outubro), foram registrados **22.848 apontamentos** (média diária de 219 denúncias).
- » **Do fim do primeiro turno a conclusão do segundo turno** das eleições gerais (de 3 a 30 de outubro), foram registrados **12.606 apontamentos** (média diária de 466 denúncias).
- » **Após o anúncio dos resultados oficiais até o final de janeiro** (de 31 de outubro de 2022 a 31 de janeiro de 2023), foram registrados **8.016 apontamentos** (média diária de 87 denúncias).
- » **De fevereiro até a data do fechamento deste relatório** (de 1º de fevereiro a 23 de março de 2023), foram **89 apontamentos** (média diária de 1,6 denúncias).



[Ir ao sumário](#)

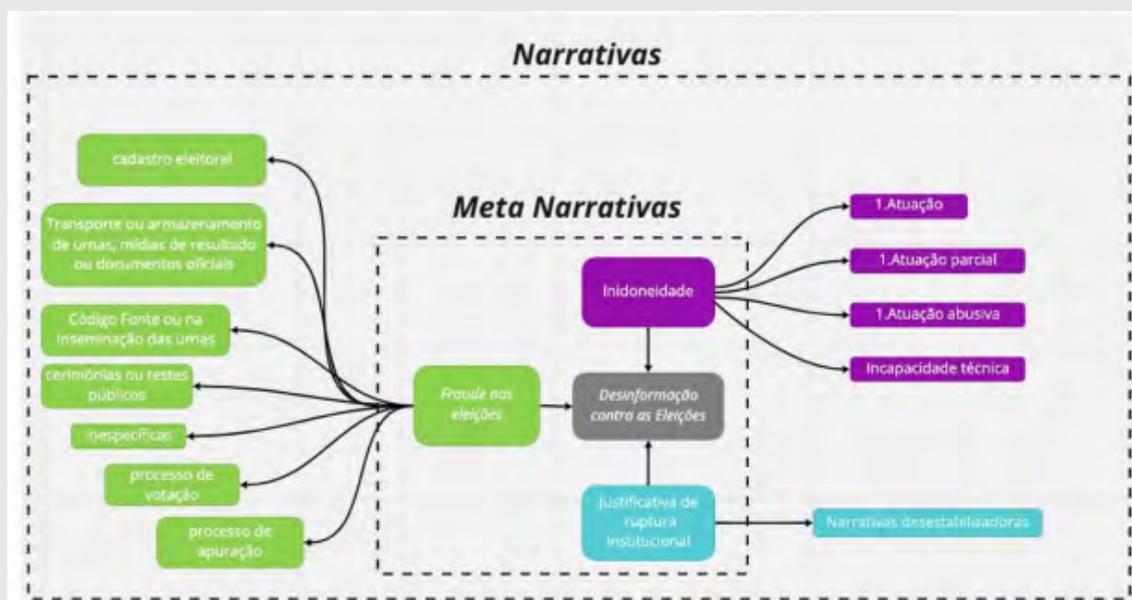
No gráfico foram suprimidos os dados relativos ao LinkedIn e Spotify, plataformas cuja participação percentual no Sistema de Alertas foi pouco expressiva, abaixo da casa de 1%. Quanto ao Telegram, divide com o WhatsApp participação na casa de 11% no que se refere às denúncias de disparo em massa. Isoladamente, apenas no que diz respeito às denúncias por conteúdos desinformativos, o percentual também não chegou ao 1%.

Mapeamento preventivo e análise de tendências de narrativas desinformativas e danosas

Em sintonia com as diretrizes de orientação por dados e minimização de improvisos previstas no PROFI, a partir de 2022 a AEED passou a produzir, periodicamente, relatórios de sistematização e mapeamento preventivo de narrativas nocivas à imagem das instituições eleitorais para subsidiar as estratégias da Secom.

Quanto à metodologia, os prognósticos internos foram produzidos a partir do exame conjunto: (i) do rol de eventos registrados na Ferramenta de Gestão de Riscos do TSE; (ii) do exame de análises de escuta social (monitoramento de redes) encaminhados por parceiras e por parceiros estratégicos(as) do Tribunal; e (iii) do catálogo de narrativas falsas desmentidas ou esclarecidas na página Fato ou Boato.

Os discursos nocivos à integridade das instituições eleitorais foram separados e organizados em três categorias distintas, traduzidas em grandes narrativas falsas movidas com o objetivo de convencimento público, a partir da propagação reiterada de narrativas falsas menores que lhes conferiam um suporte lógico.



Os relatos falsos difundidos ao longo do tempo foram assim divididos:

1. **Metanarrativa de fraude nas eleições:** pretende consolidar, no imaginário social, a ideia de que as eleições brasileiras, por motivos diversos e nem sempre revelados, são manipuladas com propósitos escusos. Assim surgiram narrativas falsas que buscam minar a credibilidade dos pleitos a partir dessas supostas irregularidades:

[Ir ao sumário](#)

- » no código-fonte ou na inseminação das urnas;
 - » em cerimônias ou testes públicos;
 - » no cadastro eleitoral;
 - » no transporte ou armazenamento de urnas, mídias de resultado ou documentos oficiais;
 - » na votação; e
 - » na apuração dos resultados.
2. **Metanarrativa de inidoneidade da Justiça Eleitoral:** busca manipular a opinião pública para projetar, perante a sociedade, a percepção de incapacidade (técnica ou moral) da Justiça Eleitoral para cancelar a autenticidade dos processos eleitorais. Dentro desse escopo, surgem narrativas falsas que tentam apontar um modo de comportamento:
- » suspeito;
 - » parcial;
 - » abusivo; e
 - » tecnicamente deficiente.
3. **Metanarrativa antidemocrática:** promove agendas desestabilizadoras que incentivam cenários de crise social ou institucional para assim justificar atos criminosos atentatórios ao Estado democrático de direito.

Além de relatórios especiais, focados no mapeamento de riscos e na apresentação de propostas para evitar ou mitigar os impactos de eventos indesejados no contexto de momentos-chave durante as semanas do primeiro e do segundo turno das Eleições 2022, a AEED produziu Relatórios Diários de Monitoramento de Narrativas Falsas e Antidemocráticas a partir da leitura e sistematização de dados constantes de análises de escuta social encaminhadas por parceiras e por parceiros estratégicos(as) do Tribunal.

Em todos os casos, os relatórios seguiam acompanhados do apontamento de oportunidades no campo da comunicação e da reação institucional, bem como de propostas de desmascaramento (*debunking*) ou prevenção (*prebunking*) para atenuar os impactos da desinformação.

[Ir ao sumário](#)

APÊNDICE

1. STATUS DE CUMPRIMENTO DE METAS DO PLANO¹

O Plano Estratégico do PPED previu um marco de trabalho integrado por **20 projetos**, compostos, em conjunto, por **141 metas específicas**, em consonância com os objetivos plasmados nos três eixos do Programa.

Em geral, os projetos foram implementados de modo satisfatório, convindo esclarecer que algumas metas foram revistas, atualizadas ou mesmo ampliadas ao longo do percurso, tendo em consideração as finalidades perseguidas.

Organização institucional

O plano de trabalho para 2022 previa, além da reedição do Grupo Gestor e do Comitê Estratégico, um Grupo de Análise e Monitoramento. As atividades de análise e monitoramento, sem embargos, foram absorvidas pela AEED, após a sua instituição. Cabe somar, ademais, que, com a evolução do programa, o feixe organizacional passou a contar, ainda, com a participação da FRENTE.

Grupo Gestor

Metas:

META 1: formalizar a criação da AEED e definir a composição do Grupo Gestor do Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação (FRENTE) no âmbito da Justiça Eleitoral.

- » A Assessoria Especial de Enfrentamento à Desinformação foi instituída pelo TSE em fevereiro de 2022, com o fim de coordenar, nacionalmente, os trabalhos de enfrentamento à desinformação e de fortalecimento da imagem das instituições eleitorais. Composta por uma equipe multidisciplinar, a AEED está encarregada de planejar, acompanhar e executar ações e medidas previstas nos planos estratégicos do PROFI e do PPED.

META 2: manter sistemas de comunicação institucional instantânea entre os(as) integrantes do Grupo Gestor, bem como realizar reuniões periódicas do Comitê Estratégico.

- » A comunicação entre AEED e Secom é assegurada mediante a manutenção de grupos em aplicativos de mensageria privada. Entre fevereiro e novembro de 2022, o Grupo Gestor manteve uma rotina de realização de reuniões semanais, em alguns casos complementadas com reuniões extraordinárias, em virtude da proximidade de eventos-chave, ou quando as circunstâncias o recomendassem.

¹ Destaca-se que os dados relacionados a seguir consideraram não apenas o exercício de 2022 mas também os coletados até o final de março de 2023, tendo em vista os desdobramentos do processo eleitoral.

[Ir ao sumário](#)

META 3: estabelecer e manter sistema de planejamento, gestão e monitoramento dos projetos, inclusive ações digitais de enfrentamento à desinformação.

- » Todos os projetos e as ações relacionados às atividades do Grupo Gestor foram formalizados no Sistema SEI, em ordem a permitir não somente o registro mas também o acompanhamento do *status* da execução. O planejamento, aliás, foi convertido em rotina, sendo materializado em diversos relatórios, com planos de ação de natureza preventiva ou preditiva, seguidos, posteriormente, de relatórios de aprendizados para orientar as respectivas avaliações.

META 4: manter interlocução, por meio de reuniões periódicas, com: (i) Comitê Estratégico de Combate à Desinformação do TSE; (ii) representantes dos Regionais; e (iii) instituições parceiras.

- » As atividades do Comitê Estratégico foram absorvidas pela AEED, que promoveu reuniões periódicas de alinhamento com todos os comitês regionais de enfrentamento à desinformação, via de regra de forma compartimentada, com a aglutinação dos TRES por regiões. Questões relativas à luta contra a desinformação foram também tratadas em reuniões nacionais, com a participação das Assessorias de Comunicação, sob a coordenação da Secom. Quanto a reuniões com parceiras e com parceiros, seja para alinhamento de esforços ou para a celebração de alianças, a AEED, entre os meses de fevereiro e agosto, realizou mais de 200 reuniões.

META 5: buscar parcerias com novas instituições alinhadas à finalidade do programa, por meio de termos de adesão ao programa, bem como da celebração de memorandos de entendimento e termos de cooperação.

- » Somente no ano de 2022, o TSE celebrou 96 novas parcerias no âmbito do PROFI e do PPED, o que representa um **aumento de 145%** em relação ao ciclo anterior. Hoje, os programas institucionais do Tribunal contam com a colaboração de 162 parceiras e parceiros oficiais.

META 6: produzir e divulgar documento pós-eleição, sumariando os resultados do programa, balanço das ações desenvolvidas, aprendizados e propostas para fortalecer o combate à desinformação.

- » Meta cumprida com a publicação do presente relatório.

Comitê Estratégico

Metas:

META 1: atualizar a indicação dos(as) representantes do TSE (pontos focais) que integrarão o Comitê Estratégico de Combate à Desinformação. Além dos(as) integrantes do Grupo Gestor, integrarão o Comitê Estratégico representantes das seguintes áreas do Tribunal: (i) STI; (ii) Aesi; (iii) Agel; (iv) SMG. Ainda comporão formalmente o Comitê: a Desembargadora ou o Desembargador Presidente do Colégio de Presidentes dos TRES e a Desembargadora ou o Desembargador Presidente do Colégio de Corregedores Eleitorais.

[Ir ao sumário](#)

- » Foram realizadas reuniões de sensibilização, visando não apenas a que os Tribunais Regionais renovassem as suas equipes mas ainda para que, na medida do possível, direcionassem aos trabalhos de enfrentamento à desinformação servidoras e servidores com dedicação exclusiva.

META 2: expedir ofício aos TREs, solicitando atualização da indicação de representante(s) (pontos focais) para atuar no Comitê Estratégico de Combate à Desinformação do TSE.

- » Os Tribunais Regionais foram incitados, mediante ofícios e reuniões, não apenas a atualizar a indicação de representantes (pontos focais) mas ainda para robustecer as respectivas estruturas de enfrentamento à desinformação. Como resultado, mais do que a atuação de 27 pessoas como pontos focais, os TREs, em conjunto, designaram dezenas de pessoas, entre autoridades, servidoras e servidores para atuar diretamente no enfrentamento à desinformação.

META 3: instituir e estruturar o Comitê Estratégico de Combate à Desinformação do TSE, mediante definição de fluxo de trabalho, atribuições dos(as) representantes, âmbito de atuação e prazos para apuração da situação e divulgação de eventual contrainformação, considerando a gravidade e a urgência das diferentes situações.

- » Os trabalhos do Comitê Estratégico foram alinhados em diversas reuniões regionais, sendo ainda afinados, mediante diálogo em grupo de conversação instantânea, sempre que necessário, para otimizar as tarefas de enfrentamento à desinformação.

META 4: realizar *workshop* com informações e orientações estratégicas aos TREs para que eles possam implantar e operacionalizar o funcionamento de comitês estratégicos em seus âmbitos internos, com a colaboração do TSE, bem como reuniões periódicas com estes.

- » Foram realizadas, pela AEED, rodadas de orientação, visando à apresentação do PROFI e do PPED, num primeiro momento, com as cúpulas dos Tribunais Regionais e, num segundo momento, com as pessoas designadas para atuar como pontos focais ou membros dos comitês regionais de enfrentamento à desinformação.

META 5: criar grupos virtuais de comunicação que permitam interlocução rápida entre o Comitê Estratégico de Combate à Desinformação do TSE com os pontos focais do combate à desinformação dos TREs, bem como com agências de checagem e outros(as) parceiras e parceiros estratégicos do Programa.

- » Foram criados grupos específicos de WhatsApp para o Grupo Gestor, para o Comitê Estratégico, para a Coordenação Nacional da FRENTE e para os pontos focais deste programa. Foi criado ainda grupo nacional no Telegram para todas as voluntárias e os voluntários da FRENTE. Esses canais foram utilizados, primeiramente, para o envio de instruções, guias, manuais e alinhamento de estratégias, bem como para o compartilhamento rápido de esclarecimentos oficiais e matérias de checagem produzidas pela Coalizão.

[Ir ao sumário](#)

META 6: estabelecer ciclos de reuniões mensais como ponto de controle e troca de informações entre os integrantes do Comitê Estratégico de Combate à Desinformação do TSE.

- » Após a realização de reuniões iniciais, as trocas de informação e medidas de alinhamento passaram a ser realizadas de forma tópica e diária, como forma de acelerar os processos e poupar o tempo dos(as) participantes.

META 7: estabelecer fluxo de trabalho com o Grupo de Análise e Monitoramento.

- » O Monitoramento passou a ser realizado, de forma contínua e capacitada, pela equipe da AEED.

Análise e Monitoramento

Metas:

META 1: criar Grupo de Análise e Monitoramento que será integrado por servidoras e por servidores do Tribunal indicados(as) pelo Comitê Estratégico, preferencialmente entre representantes das seguintes áreas: (i) Gabinete da Presidência; (ii) Agel; (iii) Secom; e (iv) STI.

- » O Monitoramento passou a ser realizado, de forma contínua e capacitada, pela equipe da AEED, tendo a Secom fornecido informações recebidas dos relatórios de monitoramento apresentados por empresa contratada. O processo de observação deu ensejo a uma rotina de produção de relatórios com dados e análises, em diversos campos de interesse, como a cobertura noticiosa, a prevenção de eventos danosos e o mapeamento de tendências e narrativas falsas contra as instituições eleitorais.

META 2: capacitar os(as) integrantes para uso de ferramentas de monitoramento de dados abertos, bem como para a operação do sistema de gerenciamento de demandas (*tickets*).

- » A equipe da AEED foi capacitada, de forma intensiva, pelos desenvolvedores do Sistema de Alerta de Desinformação Contra as Eleições. As ações de treinamento possibilitaram, inclusive, o aperfeiçoamento das primeiras versões do sistema, de acordo com *feedbacks* apresentados pela equipe de análise.

META 3: estabelecer fluxo de trabalho, prezando pela agilidade e eficiência no registro, análise e providências de cada caso, com vistas a minimizar os riscos da demora na reposta (Plano 10-20-60: Registrar-Analisar-Mitigar).

- » A AEED estabeleceu fluxo de trabalho apto a conferir celeridade e eficiência ao tratamento de apontamentos recebidos via SA. A Secom montou equipe exclusiva para monitorar, produzir e responder a conteúdos desinformativos colocando em prática, de forma efetiva, o Plano 10-20-60 nas respostas institucionais de esclarecimento. Em momentos críticos da campanha, algumas servidoras e alguns servidores trabalharam no sistema com dedicação exclusiva e, em intervalos próximos às datas de votação, a equipe da AEED contou com reforços adicionais, propiciados, em caráter excepcional, pela equipe da STI.

[Ir ao sumário](#)

1.1 EIXO 1 – INFORMAR: DISSEMINAÇÃO DE INFORMAÇÃO DE QUALIDADE

Este eixo visa à criação e à disseminação de informações verdadeiras e confiáveis sobre as instituições eleitorais.

Projeto 1: Rede de divulgação massiva de informações verídicas e oficiais sobre o processo eleitoral

Objetivo: criar grande rede de difusão de conteúdos confiáveis relacionados ao processo eleitoral, de modo a reduzir o impacto de operações de influência e evitar a formação de vácuos de informação que favorecem a circulação de notícias falsas e fraudulentas.

Metas:

Parcerias com provedores de aplicação de internet

META 1: celebrar parcerias com os provedores de aplicação de internet, por meio de acordos que prevejam medidas específicas, visando à implementação de recursos para a disseminação de conteúdos eleitorais confiáveis de forma contínua.

- » Durante o ano de 2022, foram realizadas diversas reuniões com os principais provedores de aplicação de internet, visando, em alguns casos, à renovação (com o aprofundamento) de parcerias e, em outros, ao estabelecimento de novos memorandos de entendimento. O TSE foi a primeira instituição eleitoral no mundo a firmar parceria com o Telegram.

Com isso, o TSE logrou estabelecer cooperação com 13 plataformas digitais com grande adesão no Brasil, o que representa um **avanço de 116%** em relação às eleições do ciclo anterior. Atualmente, os programas institucionais do TSE têm como parcerias nesse campo: Amazon, Facebook, Google, Instagram, Kwai, LinkedIn, Spotify, Telegram, TikTok, Twitch, Twitter, WhatsApp e YouTube.

Central de notificações

META 2: desenvolver e operar uma infraestrutura de comunicação digital (central de notificações) com capacidade de envio de mensagens curtas, a fim de difundir conteúdo de qualidade nos aplicativos da Justiça Eleitoral. As notificações enviadas conterão informações úteis sobre as eleições, incluindo esclarecimentos sobre notícias falsas.

- » A Central de Notificações foi renovada, tendo sido operacionalizada não apenas a partir dos aplicativos oficiais da Justiça Eleitoral (Mesário e e-Título) mas ainda a partir do *chatbot* no WhatsApp. Foram enviadas um total de 51 (cinquenta e uma) mensagens, que chegaram ao alcance de cerca de 40 milhões de pessoas.

META 3: aprimorar a central de notificações para os aplicativos da Justiça Eleitoral, inclusive por meio de indicadores a respeito da leitura das notificações, do envio de notificações em formato de áudio e do estímulo ao compartilhamento de mensagens a partir da instalação de funcionalidades de encaminhamento nos aplicativos.

[Ir ao sumário](#)

- » Entre os meses de agosto e dezembro, foram produzidas 22 peças de comunicação em suportes de áudio, encaminhadas por WhatsApp, utilizando listas de transmissão mantidas pela Secom.

Rede para compartilhamento de informações verídicas sobre o processo eleitoral

META 4: criar imensa rede formada por cidadãos, cidadãs e instituições públicas e privadas, que poderão receber e compartilhar informações verdadeiras e precisas para o combate à desinformação sobre o processo eleitoral no âmbito de campanha pública.

- » A rede de parcerias foi ampliada em 145%. No particular, o TSE buscou vínculos com organizações com alta capilaridade, com a presença institucional ou de membras e membros em diversas localidades do país (caso, por exemplo, da OAB, assim como de Associações do Ministério Público, da Magistratura e de Servidoras e de Servidores de diversas carreiras).

META 5: aprimorar a infraestrutura de comunicação digital com capacidade de envio de mensagens curtas, acessíveis e claras, a fim de difundir conteúdo de qualidade nos próprios aplicativos da Justiça Eleitoral e em outras plataformas de comunicação digital.

- » A central de notificações foi aprimorada com planejamento e programação periódica. Dentro do plano de comunicação para as Eleições 2022, foi elaborado amplo cronograma com definições de periodicidade e tipos de mensagem a serem enviadas em cada canal, tanto via aplicativos oficiais como por meio de parcerias do programa, além dos canais de comunicação institucional da Justiça Eleitoral. Além disso, as estratégias de comunicação por notificações foram extrapoladas para aplicativos de entidades parceiras, como, por exemplo, o iFood, empresa do ramo de entrega de comidas mediante pedidos pela internet, e cujo *app* soma mais de 40 milhões de usuários ativos. Somente nesse aplicativo, foram disparadas mais de 360 milhões mensagens, em nove oportunidades, com informações sobre a atualização do aplicativo e-Título e sobre a justificativa eleitoral. Vale reiterar, nessa linha, que as notificações foram levadas para o *chatbot* no WhatsApp também.

META 6: criar e difundir mensagens curtas com linguagem clara, acessível e objetiva, para informar o público sobre o processo eleitoral e esclarecer boatos e desinformação sobre o processo eleitoral.

- » Mensagens claras e acessíveis foram disponibilizadas pelo TSE em suas redes sociais e por meio da central de notificações. Como decorrência da diretriz de comunicação baseada em dados, prevista no PROFI, a AEED produziu relatório de análise de público-alvo, de modo a apresentar, à Secom, um perfilamento sociodemográfico dos públicos prioritários, permitindo, dessa forma, a realização de ajustes em nível da linguagem e dos canais de comunicação, visando a um método de aproximação mais direcionado e eficiente.

META 7: estabelecer uma rede plural e colaborativa, a partir de parcerias com entidades da sociedade civil, formadoras e formadores de opinião, personalidades e influenciadores(as) digitais, zelando para que a escolha dos(as) influenciadores(as) evitasse eventuais bloqueios cognitivos.

[Ir ao sumário](#)

- » Mediante parceria com o YouTube, o TSE recebeu a visita de influenciadores(as) digitais, que puderem conhecer, de perto e a fundo, temas relacionados à segurança do processo eletrônico de votação, ficando, a partir de então, capacitados(as) a prover informações adequadas sobre o funcionamento das eleições. Também assim, Google, TikTok e Kwai desenvolveram páginas com conteúdos exclusivos sobre as eleições. O YouTube, em acréscimo, promoveu encontros fechados com criadoras e com criadores de conteúdo digital, além de disponibilizar dois *nitrates*, promovendo a *playlist* do Projeto Fato ou Boato. Em paralelo, o Google encaminhou notificações para usuários(as) Android e produziu *gifs* temáticos sobre as eleições, ao tempo em que a Amazon inseminou textos na Alexa sobre as eleições brasileiras, e o Spotify elaborou uma série de *podcasts* exclusivos, associados a ferramenta de vídeo, que obtiveram destaque em página especialmente montada para as eleições.

META 8: operacionalizar a rede de difusores(as) de informações verdadeiras sobre o processo eleitoral, a partir do compartilhamento de conteúdos selecionados com as parceiras e os parceiros. Parceria com associações de comunicação e mídia.

- » A rede de difusores(as) foi ampliada exponencialmente, com o engajamento de mais de 2.100 servidoras e servidores e a criação da FRENTE, tendo ainda sido estimulada e facilitada com a publicação de guias com esse escopo específico (*Manual de Enfrentamento à Desinformação e Defesa Reputacional da Justiça Eleitoral e Guia Básico de Enfrentamento à Desinformação*). Como decorrência do PROFI e de inúmeras reuniões realizadas com parcerias oriundas da academia e da sociedade civil, o TSE estimulou, também, a intensificação de discussões relacionadas com a promoção de agendas democráticas por meio da publicação de artigos de opinião, concessão de entrevistas, participação em debates e organização de palestras e eventos.

META 9: desenvolver parceria com associações de comunicação e mídia para formação de rede de difusores de informações fidedignas sobre o processo eleitoral, inclusive aquelas fruto das checagens de fatos.

- » Em parceria com a Redes Cordiais, foram realizadas 3 capacitações *on-line* com um total de 46 influenciadores(as) sobre o processo eleitoral e, em agosto de 2022, ocorreu capacitação presencial com 29 influenciadores(as), que juntos(as) alcançam cerca de 10 milhões de seguidoras e de seguidores nos principais canais. A iniciativa foi uma das 6 contempladas no Programa Jogo Limpo, do Centro Internacional para Jornalistas, em português (ICFJ), com o apoio do YouTube Brasil. Os projetos selecionados receberam fundos e mentoria para o desenvolvimento de ações para enfrentar a desinformação antes das eleições. Além disso, foi mantido contato permanente com as parcerias Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), Associação Brasileira de Imprensa (ABI) e Associação Nacional dos Jornais (ANJ) com envio de informações institucionais sobre o processo eleitoral.

META 10: ampliar a rede de difusores(as) de informação mediante produção e oferta de um *kit* completo de comunicação sobre o processo de votação, que seja atualizado com frequência.

[Ir ao sumário](#)

Assim, as parcerias do programa e outras instituições terão subsídio informacional suficiente para construir mensagens próprias sobre a integridade e a segurança do processo eletrônico.

- » Foi criada área específica sobre o processo de votação na página da Justiça Eleitoral (<https://www.justicaeleitoral.jus.br/urna-eletronica/>). Além disso, foi elaborada a série de Cartilhas Eleições 2022 composta de 4 livretos. O material foi produzido especialmente para esclarecer as principais dúvidas que a Secom recebeu ao longo de 2022 sobre o processo eleitoral, combatendo a desinformação com informação verdadeira. As cartilhas são: a) *Glossário TI*: composto por textos curtos que explicam 33 termos técnicos utilizados pela área de TI no cotidiano do processo eleitoral, tais como Boletim de Urna, código-fonte, *flash card*, *log* de urna, Teste de Integridade da urna eletrônica e zerésima; b) *Guia da Urna*: conta a história do equipamento de 1996 até a completa implantação em todo o país em 2000 e destaca a evolução tecnológica, as barreiras de segurança e as possibilidades de auditoria; c) *Guia do Eleitor Consciente*: esclarece dúvidas sobre o que deve se levar no dia da votação, o que é permitido e proibido e como confiar na segurança da urna, dentre outros; e d) *Guia do Voto Consciente*: produzido para ajudar o público votante na tarefa de escolher bem em quem votar e explica a função dos cargos em disputa em 2022, além das regras que regeram o pleito e o financiamento de campanhas eleitorais.

Canais e redes sociais do TSE

META 11: ampliar a presença nas redes por meio de perfis oficiais do TSE nas principais plataformas digitais da atualidade.

- » O *chatbot* do TSE no WhatsApp teve mais de 6,2 milhões de usuárias e usuários, sendo o maior do WhatsApp no mundo. No auge do período eleitoral, o canal do TSE no Telegram teve 370 mil inscritos(as). Entre agosto e dezembro de 2022, o *site* Fato ou Boato teve 9 milhões de acessos, e no período eleitoral de 2020 foram 256.417 mil acessos. O TikTok do TSE começou o ano de 2022 com 43.495 seguidores(as) e terminou com 151.600. Já o perfil do TSE no Kwai foi lançado em julho de 2022 e terminou o ano com 474.2k seguidores(as). No Instagram o aumento foi de 238.605, em janeiro, para 432.360 seguidores(as) em dezembro. No Facebook, 244 mil (janeiro) para 311.682 (dezembro) e no Twitter 421 mil (janeiro) para 666 mil (dezembro).

META 12: produzir conteúdo de qualidade com linguagem acessível e democrática, disponível em múltiplos canais e em diferentes formatos.

- » Todas as publicações e campanhas desenvolvidas pela Secom foram pautadas pelas diretrizes de objetividade, clareza e simplificação. Também assim, visando a alcançar, com máxima eficácia, os diferentes públicos, foram produzidas mensagens em diversos suportes (texto, imagem, áudio e vídeo), publicadas em variados canais (redes sociais, plataforma de hospedagem de vídeo, aplicativos de mensageria privada, canais de rádio e TV, sítios oficiais etc.).

[Ir ao sumário](#)

META 13: produzir e divulgar, nas redes sociais, materiais e publicações sobre o fenômeno da desinformação no processo eleitoral e a importância da checagem. Contatos com influenciadoras e influenciadores digitais.

- » Foram produzidas publicações com essa temática, como, por exemplo, uma homenagem da Justiça Eleitoral às agências de checagem parceiras. A importância das agências de checagem, ademais, foi referenciada em diversos documentos e publicações oficiais, como no *Guia Básico de Enfrentamento à Desinformação*, *Manual de Enfrentamento à Desinformação e Defesa Reputacional da Justiça Eleitoral* e no *Guia para Parceiras e Parceiros Institucionais do Tribunal Superior Eleitoral*.

META 14: estabelecer contato e promover *workshops* para influenciadoras e influenciadores digitais de alcance nacional ou regional, para que eles(as), conhecendo o processo eleitoral brasileiro, passem a produzir conteúdo a seu respeito, em seus próprios moldes, para alcançar suas seguidoras e seus seguidores.

- » Com auxílio de parcerias, foi promovida uma ação de capacitação para influenciadoras e influenciadores digitais de diversos nichos, envolvendo, inclusive, o *unboxing* de uma urna eletrônica, abrangendo ainda instruções sobre os diversos dispositivos e recursos de segurança do processo eletrônico de votação. A iniciativa foi uma das seis contempladas no Programa Jogo Limpo do ICFJ, com o apoio do YouTube Brasil. Foram 75 influenciadoras e influenciadores digitais capacitados(as) em parceria com a Redes Cordiais. Com o YouTube foram duas edições do Creators Concil, que reuniu um total de 80 criadoras e criadores de conteúdo. Com o Kwai capacitamos cerca de 70 influenciadoras e influenciadores.

Projeto 2: *Chatbot* – Tira-dúvidas eleitoral no WhatsApp

Objetivos: reativar e aprimorar, em colaboração com o WhatsApp, *chatbot* para o uso reativo e proativo da ferramenta WhatsApp Business API, a fim de facilitar o acesso a informações úteis sobre a Justiça Eleitoral e as eleições, bem como verificar a inclusão de novas funcionalidades.

Metas:

META 1: reativar e aprimorar, em colaboração com o WhatsApp, *chatbot* para o uso reativo e proativo da ferramenta WhatsApp Business API, a fim de facilitar o acesso do público às informações úteis sobre a Justiça Eleitoral e as eleições.

- » O *chatbot* foi relançado em um formato aprimorado, tendo ampliado a variedade de informações disponíveis e melhorado a experiência para as pessoas usuárias. O *chatbot* do TSE no WhatsApp teve mais de 6,2 milhões de usuárias e usuários, sendo o maior do WhatsApp no mundo

META 2: manter o *chatbot* ativo durante períodos não eleitorais. O volume de mensagens trocadas com eleitoras e eleitores no Tira-Dúvidas Eleitoral no WhatsApp, durante as Eleições 2020,

[Ir ao sumário](#)

evidenciou a utilidade e praticidade da ferramenta na expansão da comunicação do Tribunal com a cidadã e com o cidadão.

- » O *chatbot* foi lançado em abril de 2022, tendo funcionado por todo o período crítico do pleito, até o encerramento das eleições presidenciais.

META 3: definir estrutura e conteúdo para o *chatbot* do TSE no WhatsApp. Em 2020, o *chatbot* funcionou inicialmente por meio de árvore de decisões, ou seja, a eleitora ou o eleitor escolhia opções pré-definidas de navegação nos *menus*. Aprimorar e facilitar a comunicação por meio da integração de processamento de linguagem natural, que permitirá ao *bot* captar a intenção do da eleitora e do eleitor de forma mais ampla.

- » Em parceria com a Meedan, o *chatbot* foi aprimorado com o uso de inteligência artificial, para facilitar a navegação e o encontro de informações.

META 4: produzir conteúdo para uso proativo da ferramenta WhatsApp Business API em situações esporádicas e excepcionais, como no caso de circulação de desinformação grave que afete o processo eleitoral.

- » Durante as Eleições 2022, a Lista de Transmissão do WhatsApp Business se tornou um canal de comunicação fundamental para que decisões, notas oficiais e comunicados chegassem aos(às) jornalistas com a máxima rapidez possível. Desde 2021, a Lista de Transmissão se tornou o principal meio para levar informações oficiais e de credibilidade com a máxima rapidez. Além disso, o *chatbot* do TSE passou a permitir – e estimular – cadastramento específico para o recebimento de mensagens não solicitadas, em formato de notificações, sobre as eleições e desinformação.

META 5: implementar novas funcionalidades que, para além das informações e dos serviços, abranjam a capacitação e a alfabetização midiática das eleitoras e dos eleitores, incluindo dinâmicas “gamificadas” relacionadas à produção, ao consumo e à filtragem de desinformação contra o processo eleitoral.

- » Implementados fluxos de explicação sobre as urnas e o processo eleitoral, além de outros serviços. Além disso, o consumo de informações com filtros foi implementado com auxílio de inteligência artificial, em parceria com a empresa Meedan.

META 6: ampliar a divulgação do *chatbot* e estabelecer estratégias de *opt-in*, no intuito de manter e aumentar a base de usuárias e de usuários do *bot*, notadamente para comunicação proativa.

- » Foram realizadas campanhas amplas, inclusive em emissoras de televisão, com parceria do WhatsApp. O número de usuárias e de usuários *opt-in* foi alavancado, obtendo patamares exitosos.

[Ir ao sumário](#)

Projeto 3: Acesso, disseminação e potencialização do alcance das checagens de fato sobre o processo eleitoral

Objetivo: contribuir para a divulgação das checagens realizadas no âmbito da Coalizão, de modo a garantir que as eleitoras e os eleitores tenham condições de acessar e localizar, com facilidade, informações confiáveis sobre o processo eleitoral e o esclarecimento de boatos surgidos durante as eleições.

Metas:

META 1: aprimorar a página Fato ou Boato – *hub* de informações oficiais e checagens de fatos sobre o processo eleitoral – para hospedar conteúdos de diversos formatos e variadas fontes, bem como para facilitar a navegação e o acesso das pessoas às checagens e matérias. As alterações podem incluir a integração com o *chatbot* do WhatsApp; o uso de *tags* para organizar o conteúdo e facilitar a busca; *links* para facilitar o compartilhamento em redes sociais; e validação da utilização de ferramenta para coletar estatísticas de acesso.

- » A página foi aprimorada, passando a contar com mecanismo de busca. As matérias de checagem tiveram alcance amplificado, com o uso do *chatbot*, de perfis em mídias sociais e grupos em aplicativo de mensageria privada.

META 2: importar para a página Fato ou Boato os conteúdos da página Esclarecimentos, referente às Eleições 2018, de modo a centralizar todas as checagens e informações oficiais produzidas, criando um repositório único.

- » A página Fato ou Boato passou a centralizar, no formato de repositório único, todas as notas e informações oficiais produzidas, no campo da desinformação, tanto pelo TSE como pelos TREs, em adição à inserção de todas as matérias de verificação de fatos publicadas no âmbito da Coalizão.

META 3: celebrar parceria com as empresas de telefonia móvel para permitir que suas usuárias e seus usuários acessem as checagens de fato e os outros conteúdos informativos publicados no *site* da Justiça Eleitoral sem cobrança de tráfego de dados (*zero rating*), buscando, ainda, manter a parceria ativa de forma perene, fora do período eleitoral.

A renovação da ação de *zero rating*, em 2022, resultou inviabilizada por questões técnicas, notadamente pela impossibilidade de fornecimento de um IP único para o TSE, por conta das características do produto operado pelo novo vencedor da licitação para CDN (Content Delivery Network, ou Rede de Entrega de Conteúdo).

META 4: ampliar a difusão das checagens realizadas pelas instituições integrantes da Coalizão de Checagem, incluindo-as, por meio de referenciamento, nos esclarecimentos oficiais do TSE.

- » A ampliação da difusão foi lograda a partir do crescimento significativo do número de usuárias e de usuários dos aplicativos oficiais da Justiça Eleitoral e do *chatbot* no WhatsApp, assim como pela criação de canal público no Telegram em outras redes sociais (como Kwai), pela inserção de aplicativos internos na estratégia de notificações, pela multiplicação das entidades parceiras e pela criação da FRENTE.

[Ir ao sumário](#)

META 5: validar com as instituições de checagem o funcionamento de protocolos de integração, como o *claim review*, tendo em vista a importância de dar mais destaque às checagens realizadas pelas agências, priorizando conteúdos verazes.

- » Em reuniões, o TSE reforçou com as agências de checagem a importância do uso do *claim review*, buscando, ademais, validar com as plataformas o seu funcionamento. O YouTube, por exemplo, passou a adotá-lo em 2022, diferentemente do que ocorrera em 2020. Tais medidas são importantes porque as buscas em plataformas como Google, Bing e YouTube priorizam conteúdos com essas marcações.

META 6: promover o fortalecimento do ecossistema de checagem por meio de iniciativas de apoio às instituições, notadamente o estímulo à interlocução com outras parcerias e a amplificação da visibilidade dos conteúdos.

- » Com o objetivo de fortalecer o ecossistema de checagem, por meio de iniciativas de apoio às instâncias de verificação, o TSE reforçou, em reuniões com os TREs, a *expertise* dessas instituições e a excelência do trabalho que cumprem, no âmbito da educação midiática e da conscientização sobre o fenômeno da desinformação. Também assim, em diversas oportunidades, recomendou, às plataformas digitais, a formalização de parcerias com agências de checagem, com o fim de reforçar os seus esforços para a diminuição da circulação de notícias falsas em suas redes.

Projeto 4: Aprofundamento da transparência eleitoral

Objetivo: garantir maior alcance e destaque às ações de transparência por meio da divulgação de informações sobre as iniciativas de ampliação do acesso aos procedimentos de fiscalização e de auditoria do processo eletrônico de votação.

Metas:

META 1: divulgar, nas redes, na imprensa e por meio dos parceiros do programa, as ações de aprofundamento de transparência, tais como o início do ciclo de transparência eleitoral, um ano antes das eleições, com a abertura do código-fonte, bem como com a criação e a atuação da Comissão de Transparência das Eleições e do Observatório de Transparência das Eleições.

- » Ao longo de 2022, um dos principais objetivos do TSE foi a consolidação da imagem institucional como elemento norteador das ações de comunicação. Houve intenso trabalho de assessoria de imprensa ao longo do ano com objetivo de manter na pauta nacional o processo eleitoral brasileiro, como demonstram relatórios de *clipping* encaminhados ao Tribunal. Além disso, os resultados obtidos pela Comissão de Transparência das Eleições e pelo Observatório da Transparência das Eleições foram apresentados aos(às) participantes da FRENTE, em palestra específica realizada no seu II Encontro Nacional.

META 2: assegurar que todos os procedimentos de autoria e fiscalização sejam devidamente divulgados de modo amplo, notadamente o teste de integridade das urnas.

[Ir ao sumário](#)

- » Palestras sobre procedimentos, fiscalização e auditoria foram promovidas pela AEED, nas duas edições do Encontro Nacional da FRENTE, assim como em reuniões e palestras concedidas em eventos externos.

META 3: ampliar ações que visem garantir maior transparência das etapas do processo eleitoral, aumentando o conhecimento público sobre o sistema eletrônico de votação brasileiro. Podem-se indicar, como exemplo, ações de familiarização das cidadãs e dos cidadãos com os novos modelos de urna.

- » Foram realizados eventos de apresentação e familiarização com atores estrangeiros, notadamente embaixadoras, embaixadores e membras e membros de representações consulares, no âmbito da Sessão Informativa para Embaixadas, organizada pela Assessoria de Assuntos Internacionais.

META 4: promover maior participação, em procedimentos de fiscalização e auditoria, das organizações e instituições públicas e privadas com notória atuação nas áreas de tecnologia, direitos humanos, democracia e ciências políticas.

- » Os procedimentos de fiscalização e auditoria ganharam reforços adicionais, com a ampliação do rol de legitimados e o incremento do número de urnas submetidas a testes de integridade e auditoria, atendendo a recomendações propostas no âmbito da Comissão de Transparência das Eleições e do Observatório de Transparência das Eleições.

META 5: divulgar e fomentar a cooperação da sociedade com o constante e ininterrupto aprimoramento do processo eleitoral brasileiro por meio da disponibilização de dados e da abertura de códigos de sistemas eleitorais pelo Tribunal.

- » Foram concretizadas diversas medidas e ações, envolvendo questões sensíveis como a preparação das urnas eletrônicas, assinatura digital e lacração de sistemas, teste de integridade, abertura do código-fonte, divulgação de Boletins de Urna, explicações sobre os *logs* das urnas e sobre o registro digital do voto, além do Projeto Caminho das Urnas.

Projeto 5: Desenvolvimento e aprimoramento de ferramentas tecnológicas e canais digitais para disseminar informações verdadeiras e de qualidade

Objetivos: desenvolver e aprimorar ferramentas tecnológicas que permitam ao TSE atuar de maneira mais célere na disseminação de notícias verdadeiras e de qualidade.

Metas:

META 1: desenvolver e atualizar constantemente a página de *status* e desempenho dos serviços *on-line* do Tribunal e da Justiça Eleitoral. A página permite que eleitoras, eleitores TREs, imprensa, cidadãs e cidadãos em geral tenham conhecimento, em tempo real, sobre eventuais instabilidades e indisponibilidades, bem como suspensões programadas de serviços digitais da Justiça Eleitoral, conferindo maior transparência e agilidade ao acesso a informações. Além de identificar os casos de serviços com suspensão programada, com instabilidades ou indisponibilidades, a página de

[Ir ao sumário](#)

status também deve fornecer informações sobre os canais disponíveis para que o público reporte eventuais problemas.

META 2: aprimorar a utilização de ferramentas de análise (*analytics*) da página Fato ou Boato para obter mais informações quantitativas e qualitativas sobre buscas realizadas e checagens acessadas.

- » Meta cumprida, mediante a instalação da ferramenta no *site* em questão.

META 3: acompanhar, com a Secom, o constante aprimoramento dos portais da Justiça Eleitoral (<https://www.tse.jus.br/> e <https://www.justicaeleitoral.jus.br/>) com atenção a parâmetros de acessibilidade, experiência da usuária, do usuário e dinamismo.

- » As páginas foram renovadas e aprimoradas paulatinamente.

META 4: publicar, nos portais da Justiça Eleitoral, os critérios de ação e protocolos de encaminhamento dos apontamentos recebidos pelo Grupo de Análise de Apontamentos, incluindo exemplos de desinformações sobre o processo eleitoral, esclarecimentos sobre disparo em massa e outras informações úteis, como as políticas de integridade cívica e os canais de denúncia dos provedores de aplicação de internet.

- » Foram repetidos os critérios de ação publicados no relatório de ações e resultados de 2020.

META 5: elaborar e divulgar periodicamente *newsletter* com informações e atualizações relacionadas ao fenômeno da desinformação.

- » Meta cumprida com o lançamento e a publicação de 16 edições do *Pause!! – Boletim de Enfrentamento à Desinformação*, ao longo de quatro meses, entre junho e outubro de 2022.

META 6: construir, em parceria com a Aesi e os TREs, um guia prático para lidar com episódios de desinformação em atendimentos presenciais ou no dia do pleito.

- » Instruções sobre o tratamento de casos de desinformação foram objeto da *Manual do Mesário* e de seu curso de treinamento, do *Guia Básico de Enfrentamento à Desinformação* e do *Manual de Enfrentamento à Desinformação e Defesa Reputacional da Justiça Eleitoral*. As equipes regionais de enfrentamento à desinformação, ademais, foram instruídas sobre detalhes importantes, por meio de reuniões realizadas durante todo o ciclo.

1.2 EIXO 2 – CAPACITAR: ALFABETIZAÇÃO MIDIÁTICA E CAPACITAÇÃO

Este eixo visa à alfabetização midiática e informacional e à promoção de ações educacionais e programas de capacitação voltados tanto ao público interno da Justiça Eleitoral como ao público externo, incluindo tribunais e outros órgãos, parcerias e o público em geral, com o objetivo de estimular o desenvolvimento de competências para que se engajem no mundo digital, compreendam o funcionamento e o impacto do fenômeno da desinformação e ampliem seu conhecimento sobre o processo eleitoral brasileiro.

[Ir ao sumário](#)

Projeto 1: Capacitação para o público interno sobre desinformação

Objetivo: capacitar magistradas, magistrados, servidoras, servidores, colaboradoras e colaboradores da Justiça Eleitoral, além do público em geral, para que compreendam o fenômeno da desinformação e as melhores abordagens para enfrentá-lo, inclusive a partir de noções sobre o funcionamento dos provedores de aplicação.

Metas:

META 1: promover, em conjunto com as plataformas digitais parceiras do programa, eventos para servidoras, servidores, magistradas e magistrados dos TREs, a fim de que compreendam o funcionamento de cada uma delas e consigam melhor identificar a desinformação em seu âmbito e promover ações para impedir sua disseminação, bem como denunciar violações aos seus termos de uso.

- » Foram realizadas 26 sessões de treinamento, em parceria com 11 plataformas, alcançando um total aproximado de mil servidoras e servidores treinados(as).

META 2: promover cursos para aprimorar os conhecimentos de servidoras e de servidores a respeito da circulação de informação nas redes, bem como estratégias de comunicação, com destaque para os temas: (i) ciência comportamental e desinformação; (ii) comportamentos inautênticos; (iii) e contenção do radicalismo e da polarização.

- » Foram realizados diversos cursos em matérias afetas ao processo eleitoral, ao enfrentamento à desinformação e ao fortalecimento da democracia, incluindo dois encontros nacionais no âmbito da FRENTE.

META 3: distribuir aos TREs cartilhas e outros materiais educativos sobre os principais provedores de aplicação de internet, com informações sobre sua política de integridade cívica e melhores práticas no uso de seus recursos e funcionalidades.

- » As sessões de treinamento com as plataformas foram acompanhadas de cartilhas elaboradas pelas próprias parcerias, incluindo explicações sobre as políticas de integridade cívica e dicas para melhor aproveitamento de suas ferramentas e recursos.

META 4: realizar *workshop* para os TREs sobre o Comitê de Enfrentamento à Desinformação, a fim de que possam estruturar internamente seus próprios comitês regionais.

- » Foram realizadas cinco reuniões regionais com os TREs para apresentação dos planos estratégicos do PROFI e do PPED, com motes de instrução e sensibilização, visando a um engajamento mais profundo e proativo nos esforços de enfrentamento à desinformação.

META 5: aprimorar e atualizar o curso Por Dentro do Processo Eleitoral – Enfrentamento à Desinformação, considerando materiais recentes e complementares.

- » A estratégia de capacitação do público interno teve início com outras duas iniciativas, a saber a inauguração da série *Democracia em Pílulas*, contemplando cursos rápidos e completos nas redes sociais, assim como com a publicação e divulgação do *Guia Básico*

[Ir ao sumário](#)

de Enfrentamento à Desinformação. Além disso, foram publicadas pelo TSE materiais mais específicos com o mesmo objetivo, com destaque para o *Guia da Urna*, produzido pela Secom.

META 6: realizar reuniões periódicas do Grupo Gestor com a Secom para compartilhamento de conhecimento sobre narrativas e metanarrativas falsas ou fraudulentas utilizadas contra o processo eleitoral.

- » AEED e Secom se reuniram, semanalmente, durante todo o período entre fevereiro e novembro de 2022. Além disso, análises de narrativas e metanarrativas foram realizadas de forma constante, dando ensejo, dentre outros, a relatórios de acompanhamento de narrativas danosas e ao *Mapa de Esclarecimentos da Desinformação*.

META 7: circular relatórios trimestrais entre os TREs e o Ministério Público Eleitoral (MPE) com dados e levantamentos recentes sobre desinformação contra o processo eleitoral.

- » Relatórios e informativos produzidos pela AEED foram frequentemente encaminhados em aplicativos de conversação instantânea à FRENTE, composta por servidoras e servidores de toda a Justiça Eleitoral. Além disso, foi mantido contato direto com o MPE, com reuniões periódicas, e contatos eventuais.

META 8: estabelecer interlocução com organismos internacionais para troca de experiências e informações sobre contexto da desinformação em outros países, principais teorias conspiratórias, metanarrativas, seu *modus operandi* e estratégias que estão sendo utilizadas para combatê-las.

- » Com o apoio da AIN, a AEED realizou diversas oficinas internacionais de intercâmbio, tendo dialogado proficuamente com organismos eleitorais de países como México, Costa Rica, Panamá e Peru. Além disso, servidoras e servidores da AEED e Secom participaram de missão técnica para iniciar diálogos com 16 entidades sediadas na França, Alemanha e Bélgica, com o apoio da União Europeia.

META 9: oferta de curso aberto e amplamente acessível – Massive Open Online Course (MOOC) – sobre a desinformação, tendo como alvo o público em geral.

- » A estratégia de cursos abertos *on-line* teve início com a criação da série *Democracia em Pílulas*, disponibilizada à população em geral nas contas e nos canais oficiais do TSE no Telegram, no Instagram e no Twitter.

Projeto 2: Prevenção de doenças mentais e promoção da saúde mental de pessoas envolvidas diretamente com as ações de enfrentamento à desinformação

Objetivo: promover, em associação com a Coordenadoria de Atenção à Saúde (Cats/TSE) da Secretaria de Gestão de Pessoas (SGP), ações de prevenção a doenças mentais e promoção da saúde mental das servidoras e dos servidores diretamente envolvidos(as) no combate à desinformação, tendo em vista os efeitos negativos que o contato com notícias falsas e discursos de ódio podem provocar.

[Ir ao sumário](#)

Metas:

META 1: realizar reunião com a SGP/TSE e com a Cats/TSE para discutir medidas preventivas de distúrbios mentais e de promoção e preservação da saúde mental de membras, membros, servidoras, servidores, colaboradoras e colaboradores do TSE e dos TREs.

- » Com o apoio da Cats, o TSE promoveu a Oficina de Enfrentamento ao Estresse – Eleições 2022, que envolveu a criação de um grupo prático vivencial, com o objetivo de minimizar e eliminar os efeitos nocivos ao bem-estar e à saúde mental e emocional das pessoas que lidam diretamente com o combate à desinformação. Durante o mês de junho, as oficinas, lideradas por 16 psicólogas e psicólogos da Justiça Eleitoral, atenderam a 294 servidoras e servidores, reunidos(as) em 5 diferentes turmas.

META 2: implementar ações de saúde mental de forma periódica, além de divulgar canal de atendimento.

- » Além das mencionadas oficinas de cuidado e prevenção, as unidades de saúde da Justiça Eleitoral permaneceram à disposição de servidoras e de servidores que manifestassem a necessidade de atendimento individualizado.

Projeto 3: Capacitação para o público interno e externo sobre o processo eleitoral

Objetivo: capacitar magistradas, magistrados, servidoras, servidores, colaboradoras e colaboradores da Justiça Eleitoral, bem como parcerias do programa, jornalistas, formadoras, formadores de opinião, influenciadoras, influenciadores de opinião e a população em geral sobre a segurança do processo eleitoral, para que possam: (i) atuar como difusores(as) de informações verazes sobre as eleições em geral e sobre o processo eletrônico de votação, em particular; e (ii) exercer a cidadania e os direitos políticos de forma consciente e informada.

Metas:

META 1: promover capacitação dos(as) porta-vozes da Justiça Eleitoral (presidentes, vice-presidentes, ministras, ministros, desembargadoras, desembargadores, diretoras e diretores-gerais, gestoras, gestores e chefes de Cartório) a fim de fortalecer o discurso institucional em defesa do processo eleitoral.

- » Os(as) porta-vozes designados(as) para tratar de assuntos específicos foram instruídos(as) e acompanhados(as), em todos os momentos, por profissionais da Secom.

META 2: capacitar os pontos focais do combate à desinformação no âmbito dos TREs para formação de redes para difusão de informações oficiais.

- » Além de reuniões de apresentação dos programas e alinhamento de ações, foram ofertadas ações de capacitação com as plataformas, além de dois eventos nacionais, no âmbito da FRENTE.

[Ir ao sumário](#)

META 3: promover *workshops* para instituições de checagem e parcerias da sociedade civil sobre o processo eletrônico de votação e sobre a desinformação relacionada à segurança da urna eletrônica.

- » Foram realizados cursos para jornalistas, assim como publicados materiais didáticos, como o *Guia da Urna*.

META 4: capacitar jornalistas, servidoras e servidores sobre o processo eleitoral, incluindo as recentes mudanças legislativas, os aspectos gerais da organização e funcionamento da Justiça Eleitoral, a prestação de contas e a desinformação no contexto eleitoral.

- » Foi realizada nova edição do Curso de Direito Eleitoral para jornalistas, com a participação de centenas de profissionais. As servidoras e os servidores, por outro lado, foram capacitados(as) no âmbito da FRENTE.

META 5: ampliar a divulgação dos cursos e das capacitações oferecidas nos canais da Escola Judiciária Eleitoral (EJE) e no aplicativo Mesários.

- » Cursos oferecidos à população, como aqueles realizados dentro do Projeto Democracia em Pílulas, foram amplamente divulgados para a sociedade em geral, via perfis, grupos e canais digitais em mídias sociais e aplicativos de mensageria privada.

META 6: ampliar e aprofundar a capacitação de mesárias e de mesários com módulo específico no aplicativo destinado exclusivamente a abordar a desinformação contra o processo eleitoral.

- » Questões básicas sobre a luta contra a informação foram inseridas na *Manual do Mesário*, no aplicativo pertinente e no conteúdo programático do curso de capacitação.

META 7: desenvolver capacitação com base nas principais notícias falsas contra o processo eleitoral, como medida de prevenir (*prebunking*) a disseminação das narrativas falsas que são repetidas (“recicladas”) a cada ano.

- » Meta cumprida com o lançamento do primeiro módulo da série *Pílulas pela Democracia*, intitulado *30 Pílulas Contra a Desinformação*.

META 8: desenvolver ações, com auxílio das parcerias do programa, que visem ensinar às eleitoras e aos eleitores como uma desinformação sobre o processo eleitoral pode ser criada em interfaces simples e “amigáveis”, inclusive com a criação de dinâmicas “gamificadas.”

- » Foram criados guias, cartilhas e materiais didáticos com linguagem objetiva, clara e acessível. Foram também disponibilizados cursos rápidos e gratuitos em mídias sociais.

META 9: abertura do curso Por Dentro do Processo Eleitoral – Enfrentamento à Desinformação a outros órgãos e ao público externo em geral, a fim de difundir conhecimentos básicos sobre processo eleitoral, processo eletrônico de votação e desinformação.

[Ir ao sumário](#)

- » A estratégia de cursos abertos *on-line* teve início com a criação da série *Democracia em Pílulas*, disponibilizada à população em geral nas contas e nos canais oficiais do TSE no Telegram, no Instagram e no Twitter.

Projeto 4: Campanhas de conscientização sobre a desinformação e ações de educação midiática e informacional para o público externo

Objetivos: instruir e conscientizar o público em geral sobre o fenômeno da desinformação, sobre a importância da checagem de fatos e sobre o processo eleitoral, de modo a: (i) contribuir para que o público votante possa exercer o direito de voto de forma consciente e informada; (ii) fortalecer a capacidade das cidadãs e dos cidadãos de identificar e enfrentar a desinformação, sobretudo no contexto eleitoral; e (iii) prevenir conflitos e cenários de violência política, fundados em narrativas falsas sobre a integridade dos pleitos nacionais.

Metas:

META 1: realizar eventos sobre o fenômeno da desinformação nas redes, com a participação de ministras e ministros do TSE, servidoras e servidores da Justiça Eleitoral, e palestras com especialistas no tema.

- » A equipe de especialistas da AEED participou de congressos, seminários e eventos organizados pela maioria dos Tribunais Eleitorais do país, além de eventos organizados pelo Supremo Tribunal Federal (STF), pela Conferência Americana de Organismos Eleitorais Subnacionais e pela Organização dos Estados Americanos (OEA). Além disso, apenas no âmbito da FRENTE, servidoras e servidores da Justiça Eleitoral organizaram ou participaram de eventos direcionados a comunidades locais em mais de 100 oportunidades durante o ano de 2022. As ministras e os ministros, igualmente, abordaram o assunto em vários eventos nacionais e internacionais, cabendo citar, por exemplo, Congresso Brasileiro de Direito Eleitoral, assembleia do Colégio de Presidentes dos Tribunais Regionais Eleitorais, lançamento da Campanha de Enfrentamento à Desinformação da OAB/PR, congresso da Associação Nacional dos Dirigentes das Instituições Federais de Ensino Superior, União Internacional dos Organismos Regionais Eleitorais, evento da Organização dos Estados Americanos, *Brazil Conference*, dentre outros.

META 2: realizar eventos híbridos ou *on-line* sobre educação midiática, democracia e desinformação, com enfoque na juventude, com a participação de ministras e ministros do TSE, servidoras e servidores da Justiça Eleitoral, e palestras com especialistas no tema.

- » O TSE organizou *lives* apoiadas pelas plataformas TikTok, Kwai, Twitter e Youtube nos dias do primeiro e do segundo turno das eleições, possibilitando que pessoas interessadas em todo o Brasil e no mundo pudessem receber informações oficiais e atualizadas, inclusive com a participação de convidadas e de convidados de diferentes pontos do país.

META 3: produzir campanhas midiáticas com vídeos sobre o tema da desinformação e checagem de fatos, com eventual participação de pessoas de destaque no meio digital, para divulgação em redes sociais, rádio e televisão. Deve-se assegurar a diversidade dos(as) protagonistas das cam-

[Ir ao sumário](#)

panhas, em atenção ao contexto de polarização nas redes sociais que cria bloqueios cognitivos capazes de impedir que as campanhas institucionais atinjam com sucesso o público-alvo.

- » Foram produzidas diversas campanhas midiáticas sobre os temas assinalados, as quais envolveram a elaboração e a publicação de 217 vídeos curtos para distribuição em mídias sociais.

META 4: capacitar comunicadoras, comunicadores, influenciadoras e influenciadores a produzirem conteúdo sobre processo eleitoral e sistema eletrônico de votação em linguagem capaz de dialogar e engajar a sociedade.

- » Com auxílio de parcerias, foi promovida uma ação de capacitação para influenciadoras e influenciadores digitais de diversos nichos, envolvendo, inclusive, o *unboxing* de uma urna eletrônica, abrangendo ainda instruções sobre os diversos dispositivos e recursos de segurança do processo eletrônico de votação. A iniciativa foi uma das seis contempladas no Programa Jogo Limpo do ICFJ, com o apoio do YouTube Brasil. Foram 75 influenciadoras e influenciadores digitais capacitados(as) em parceria com a Redes Cordiais. Com o YouTube foram duas edições do *Creators Concil*, que reuniu um total de 80 criadoras e criadores de conteúdo. Com o Kwai capacitamos cerca de 70 influenciadoras e influenciadores.

META 5: ampliar ações de combate à desinformação em veículos de rádio e TV, como o “minuto da checagem”.

- » A Secom produziu uma série com 78 vídeos com esclarecimentos sobre as principais desinformações que circularam no período eleitoral. Esses vídeos foram veiculados na TV Justiça, assim como em emissoras parceiras, além de haverem sido publicados e divulgados na plataforma YouTube.

META 6: lançar campanha massiva contra disseminação de notícias falsas, buscando apoio de lideranças partidárias, da sociedade civil e de parcerias do programa (Brasil sem Fake – por um País Livre de Notícias Falsas).

- » A Campanha Brasil Sem Fake resultou substituída por outras ações de comunicação massiva com o mesmo espírito, tal como demonstrado em outras passagens deste relatório.

Projeto 5: Cooperação e ações para potencializar o alcance das iniciativas de alfabetização midiática e informacional de parcerias

Objetivo: promover a interlocução e a cooperação entre parcerias da área da alfabetização midiática e informacional para potencializar o alcance das iniciativas existentes.

Metas:

META 1: discutir com as instituições parceiras que atuam na área da alfabetização midiática e informacional estratégias para potencializar o alcance de iniciativas de alfabetização midiática e informacional, em especial no período eleitoral.

[Ir ao sumário](#)

- » Foram realizadas reuniões com diversas entidades com reconhecida *expertise* nesse campo, como Palavra Aberta, Redes Cordiais e Instituto Nacional Eleitoral do México, dentre outros.

META 2: implementar, em cooperação com instituições parceiras, estratégias para ampliação do alcance de iniciativas de alfabetização midiática e informacional.

- » O Instituto Palavra Aberta, parceiro do PPED, lançou a iniciativa #FakeToFora, por meio do EducaMídia. A iniciativa veiculava um convite a educadoras, educadores e estudantes de todo o país, com enfoque no papel da educação midiática como elemento formador da cidadania. Paralelamente, o TSE publicou o *Guia Básico de Enfrentamento à Desinformação*, com informações destinadas a desenvolver a capacidade de identificar notícias falsas circuladas em meios digitais, contendo ainda instruções básicas para o seu enfrentamento.

Projeto 6: Interlocução com partidos para conscientizá-los sobre sua responsabilidade no âmbito do enfrentamento à desinformação

Objetivo: promover a interlocução com partidos políticos para conscientizá-los a respeito de sua responsabilidade com um ambiente informacional saudável, no qual sejam estimuladas a criação e a utilização de redes de desinformação e comportamento inautêntico em campanhas eleitorais.

Metas:

META 1: realizar reunião com representantes de todos os órgãos nacionais dos partidos e federações partidárias, com breve exposição sobre os impactos e riscos do fenômeno da desinformação.

- » Com o apoio da Assessoria Parlamentar (Aspar), foram realizadas reuniões de apresentação e sensibilização a todos os partidos políticos com registro no TSE, o que resultou na adesão de 31 agremiações partidárias ao PROFI e ao PPED. A inserção de lideranças partidárias em nível estadual e local, por outro lado, foi lograda a partir de parcerias firmadas com a União de Vereadores do Brasil (UVB) e com a União Nacional dos Legisladores e Legislativos Estaduais (Unale). Foi criada lista de transmissão com os partidos parceiros para compartilhamento das informações produzidas pela Secom.

META 2: promover, em conjunto com as plataformas digitais parceiras do programa, eventos para partidos políticos, a fim de que estes compreendam o funcionamento de cada uma delas e consigam identificar melhor a desinformação em seu âmbito, promover ações para impedir a sua disseminação, bem como denunciar violações aos seus termos de uso.

- » Em parceria com os provedores de aplicação de internet, a AEED realizou o evento Plataformas Digitais e Partidos Políticos: o Enfrentamento à Desinformação como Instrumento de Promoção da Democracia, com a presença efetiva de 65 representantes de 20 agremiações distintas.

[Ir ao sumário](#)

META 3: propor termo de compromisso para que os(as) representantes de órgãos nacionais dos partidos políticos e das federações partidárias se comprometam com: (i) a realização de atividades voltadas à conscientização das filiadas e dos filiados a respeito do fenômeno da desinformação; e com (ii) a adoção de medidas para desestimular a criação e utilização de redes de desinformação e comportamento inautêntico em campanhas eleitorais.

- » Os termos foram assinados por 31 dos 32 partidos políticos registrados no TSE.

Projeto 7: Apoio a outros organismos eleitorais e instituições públicas para implementação de ações de combate à desinformação

Objetivo: viabilizar a implementação de ações de combate à desinformação em outras instituições públicas e organismos eleitorais diversos.

Metas:

META 1: coordenar a interlocução com outros Tribunais e órgãos nacionais por meio de *workshops*, reuniões e diálogo permanente, de modo proativo ou sob demanda.

- » O TSE intensificou a colaboração com outros órgãos públicos e instituições nacionais, como STF, Conselho Nacional de Justiça (CNJ), Ministério Público Federal (MPF), Senado Federal e Câmara dos Deputados. Foram realizadas reuniões, assim como mantido um diálogo permanente, os quais, em algumas oportunidades, resultaram na realização de eventos e na publicação de declarações públicas de confiança, em momentos importantes do processo.

META 2: coordenar a interlocução e cooperação com organismos eleitorais de outros países para o combate à desinformação.

- » Com o apoio da AIN, a AEED manteve contato com diversos organismos eleitorais internacionais, compartilhando experiências no enfrentamento à desinformação.

1.3 EIXO 3 – RESPONDER: IDENTIFICAÇÃO E CONTENÇÃO DA DESINFORMAÇÃO

Este eixo visa à adoção de medidas concretas para identificar a desinformação de uma forma mais rápida, conter a sua expansão, de uma maneira mais eficaz, e desestimular práticas de desinformação e formas associadas de manipulação informativa.

Projeto 1: Coalizão permanente para checagem

Objetivos: coordenar e fomentar a rede permanente de checagem de fatos e de fornecimento de informações sobre o processo eleitoral, por meio de colaboração e parceria com agências e instituições de checagem de fatos.

[Ir ao sumário](#)

Metas:

META 1: realizar reuniões com instituições de checagem para debater sobre os desafios enfrentados e a construção de termo de cooperação de caráter permanente.

- » Diversas reuniões foram realizadas, resultando na renovação dos termos de cooperação e na manutenção dos esforços conjuntos.

META 2: elaborar e propor termo de cooperação com as instituições de checagem de fatos para formação da rede permanente de checagem de fatos e de fornecimento de informações sobre o processo eleitoral, no qual seja definido, no mínimo, o escopo das checagens (processo eleitoral) e o plano de trabalho a ser desenvolvido.

- » Diversas reuniões foram realizadas, resultando na renovação dos termos de cooperação e na manutenção dos esforços conjuntos.

META 3: definir fluxo de trabalho no âmbito da Coalizão, aplicável às instituições envolvidas.

- » Os fluxos de trabalho foram definidos em reuniões iniciais e ajustados mediante diálogos permanentes em grupo de conversação instantânea dedicado ao Comitê Estratégico do PPED.

META 4: organizar, no âmbito do TSE, equipe responsável por coletar e fornecer, com celeridade, informações para viabilizar as checagens.

- » A Secom montou uma equipe multidisciplinar, composta por 15 pessoas responsáveis por monitorar, coletar e produzir esclarecimentos em texto, *card*, vídeo e áudio. Como resultado, foram produzidos 241 textos, sendo 43 esclarecimentos feitos, exclusivamente, pela Justiça Eleitoral, e outras 59 informações checadas por agências de verificação de fatos. Além disso, 139 textos foram feitos em parceria por ambos.

META 5: solicitar a atualização da indicação de representantes de cada TRE para compor a Coalizão. A solicitação dar-se-á por meio do encaminhamento de ofícios aos TREs.

- » Meta realizada mediante comunicação por ofício.

META 6: atualizar a composição de grupos de WhatsApp e gerenciar planilha editável para registro do fluxo de informação e checagem, para fins de operacionalização da Coalizão.

- » Atualização realizada, mediante indicação dos membros via ofício.

META 7: assegurar o acesso periódico a relatórios e *analytics* do *site* Fato ou Boato tão logo tais funcionalidades estejam operando.

- » O acesso foi assegurado à Coordenadoria de Mídias e Web da Secom.

[Ir ao sumário](#)

META 8: promover a interlocução entre as instituições de checagem e os provedores de aplicação de internet parceiros do programa.

- » Tema colocado pelo TSE em inúmeras reuniões com as plataformas digitais.

Projeto 2: Engajamento das plataformas digitais e de seus recursos tecnológicos no enfrentamento das redes estruturadas de desinformação e comportamento inautêntico

Objetivo: desenvolver acordos de cooperação com provedores de aplicação de internet que favoreçam a mobilização dessas plataformas e seus recursos tecnológicos em prol da disseminação de informações verdadeiras sobre as instituições eleitorais e do combate a comportamentos inautênticos.

Metas:

META 1: realizar reuniões periódicas com os provedores de aplicação de internet parceiros do programa para conhecer suas novas iniciativas no combate à desinformação e discutir possibilidades de inovação na parceria em favor da integridade do processo eleitoral.

- » Foram realizadas inúmeras reuniões para alinhamento das iniciativas e acompanhamento do *status* de cumprimento dos acordos. Em alguns momentos e com algumas plataformas, as reuniões passaram a ocorrer com periodicidade semanal. Na véspera do primeiro turno da votação, foi realizada uma reunião geral visando à conscientização e à necessidade de empenho adicional, com a finalidade de assegurar a normalidade do processo eleitoral.

META 2: promover a interlocução com provedores de aplicação de internet que ainda não participam do programa, buscando a sua adesão e a celebração de parceria no combate à desinformação.

- » A busca constante por essa interlocução resultou no aumento de 145% do número de plataformas parceiras dos programas, em comparação com o ciclo anterior.

META 3: celebrar memorandos de entendimento com os provedores de aplicação de internet parceiros do programa para estabelecer iniciativas específicas e medidas concretas a serem implementadas ao longo do ano eleitoral, acompanhando a implementação das iniciativas por meio de reuniões periódicas.

- » O diálogo constante possibilitou o aprofundamento das parcerias já existentes, resultando no aumento de diversos indicadores referidos no presente relatório.

META 4: propor o aperfeiçoamento das políticas de integridade cívica dos provedores de aplicação de internet, a partir de regras claras de moderação de conteúdo para o contexto eleitoral brasileiro, detalhando, inclusive, o protocolo de atuação em casos de identificação de comportamentos inautênticos coordenados e publicação de informações enganosas sobre o processo eleitoral, bem como hipóteses correlacionadas de violência política, discursos de ódio e demais questões que impactem negativamente as eleições.

[Ir ao sumário](#)

- » Os termos de cooperação previram, sem exceção, a necessidade de adoção de políticas de integridade claras, em linguagem acessível e verdadeiramente adaptadas à realidade nacional. No decorrer das eleições, foram realizadas reuniões com algumas plataformas para ressaltar a necessidade de ajustes ou atualizações, o que, em alguns casos, foi efetivamente atendido.

META 5: estabelecer canais de denúncia e/ou de comunicação com os provedores de aplicação de internet com o objetivo de permitir às cidadãs, aos cidadãos e aos órgãos da Justiça Eleitoral informar suspeita de disparo em massa e disseminação de informação falsa na internet. Buscar atuação célere e diligente na análise de denúncias feitas pelo TSE.

- » Todas as plataformas parceiras criaram canais extrajudiciais para recebimento e tratamento de apontamentos encaminhados pela AEED por meio do Sistema de Alerta de Desinformação contra as Eleições. Foram contemplados, nesse escopo, não apenas casos de disparos em massa e desinformação contra as eleições, mas ainda questões graves relacionadas, como discursos de ódio e violência política de gênero.

META 6: propor a adoção de protocolo de atuação excepcional que preveja providências urgentes e céleres nos casos de disseminação de desinformação grave capaz de comprometer a higidez do pleito (como alegações infundadas de fraude no resultado das eleições, ameaças graves e anúncio falso sobre o cancelamento das eleições). Realizar, ainda, simulações do funcionamento do protocolo antes do período crítico das eleições, a fim de testar a rapidez e a adequação das providências adotadas.

- » Em conexão com o eixo de planejamento preventivo previsto no PROFI, a AEED acordou com as plataformas e parceiros de monitoramento de redes a realização de evento-teste, tomando como base o acompanhamento de manifestações convocadas para o dia 7 de setembro. A partir do aprendizado obtido, plasmado em relatório interno, foram buscadas medidas de ajuste para assegurar o bom andamento do processo eleitoral, sobretudo nas datas de votação.

META 7: estimular a elaboração e a divulgação periódica dos dados sobre a aplicação geral das políticas das plataformas nos casos de desinformação (central de transparência), especialmente durante o período eleitoral, tanto para o público geral como para pesquisadoras e pesquisadores nacionais. Solicitar, ainda, capacitação sobre a utilização desses dados e de APIs para pesquisadoras, pesquisadores e jornalistas brasileiros(as).

- » Essas pautas foram reiteradamente tratadas nas reuniões com os provedores de aplicação de internet.

META 8: solicitar acesso a dados e relatórios periódicos com estatísticas dos casos recebidos de desinformação contra o processo eleitoral e as respectivas medidas adotadas.

- » Com o lançamento do SA, o TSE alcançou a possibilidade de examinar dados e estatísticas relevantes, de forma independente. De todo modo, a importância do compartilhamento de dados e da transparência nas atividades de moderação foi objeto tratado em inúmeras reuniões com as plataformas digitais.

[Ir ao sumário](#)

META 9: solicitar e estimular o desenvolvimento de iniciativas que fortaleçam o trabalho de pesquisadoras e pesquisadores nacionais.

- » Essa pauta foi reiteradamente tratada nas reuniões com os provedores de aplicação de internet.

META 10: solicitar e estimular o desenvolvimento de iniciativas que fortaleçam o ecossistema dos checadores de fatos.

- » Essa pauta foi reiteradamente tratada nas reuniões com os provedores de aplicação de internet, assim como em reuniões com os Tribunais Regionais Eleitorais.

META 11: promover a interlocução entre as organizações da sociedade civil que representem grupos vulnerabilizados que são alvos de discurso de ódio e as plataformas, estimulando o desenvolvimento de iniciativas de proteção a esses grupos.

- » O Sistema de Alerta de Desinformação Contra as Eleições foi atualizado, tendo recebido opções específicas para denúncias envolvendo discurso de ódio e com violência de gênero. A pauta em questão também foi defendida em campanhas em redes sociais, como, por exemplo, a publicação das 10 Pílulas Sobre a Tolerância, dentro do projeto Democracia em Pílulas. Além disso, sob a coordenação da Comissão TSE Mulheres, firmou-se parceria com o Ministério Público, definindo rotinas de investigação e apuração de crimes eleitorais de violência política contra a mulher, com a inclusão de um formulário especial no *site* do MP.

Projeto 3: Canal de denúncia de disparo em massa em parceria com o WhatsApp

Objetivo: criar formulário eletrônico que permitia às cidadãs e aos cidadãos em geral o envio de denúncias de disparo em massa.

Metas:

META 1: construir formulário eletrônico que permita às eleitoras, aos eleitores, às cidadãs e aos cidadãos em geral o envio de denúncias de disparo em massa.

- » Meta cumprida com a criação e lançamento do Sistema de Alerta de Desinformação contra as Eleições.

META 2: aprimorar a operacionalização do canal de denúncias com o sistema de *tickets*, aumentando a celeridade na extração e no encaminhamento de dados para o WhatsApp.

- » Meta cumprida com a criação e o lançamento do Sistema de Alerta de Desinformação contra as Eleições.

META 3: divulgar, com antecedência e de forma ampla, o canal de denúncias de disparo em massa.

- » O Sistema de Alerta de Desinformação contra as Eleições foi divulgado de forma ampla, repercutindo de modo significativo na imprensa.

[Ir ao sumário](#)

Projeto 4: Criação de rede de monitoramento de práticas de desinformação contra o processo eleitoral

Objetivo: criar rede de monitoramento de práticas de desinformação digital nocivas ao processo eleitoral. A rede de monitoramento, com base em fontes abertas, deve ser capaz de: (i) identificar, expor e divulgar narrativas falsas contra o processo eleitoral; (ii) comunicar ao TSE as irregularidades identificadas, propondo, se for o caso, as correspondentes medidas de contrainformação e os recursos tecnológicos aptos a essa finalidade.

Metas:

META 1: estabelecer acordos de colaboração com laboratórios forenses e outras instituições de pesquisa e organizações da sociedade civil especializadas, com o objetivo de realizar o monitoramento de redes coordenadas de disseminação de desinformação, com compartilhamento de informações, estabelecimento de canal de comunicação para encaminhamento de apontamentos e relatórios, bem como realização de treinamentos.

- » Meta cumprida com a celebração de acordos com entidades e laboratórios especializados(as) em monitoramento de redes, assim como com a contratação de ferramentas (Apura) e serviços específicos (DAPP/FGV).

META 2: estabelecer acordos de colaboração com empresas de tecnologia para troca de conhecimento e realização de ações conjuntas na área de cibersegurança.

- » Com a contratação da ferramenta Apura, tornou-se desnecessária a busca de acordos para suprir essa carência.

META 3: contratar empresa especializada em monitoramento de redes, com recursos de TI e das comunicações aptos à identificação de práticas de desinformação que envolvam o processo eleitoral. A ferramenta de monitoramento deve operar com base em fontes abertas e detectar conteúdos desinformativos em pelo menos quatro redes sociais, a partir de critérios e indicadores previamente estabelecidos no âmbito do Grupo de Análise de Apontamentos.

- » Meta cumprida com a contratação do DAPP/FGV.

META 4: buscar mais parcerias externas que possuam capacidade de identificar comportamentos inautênticos e construir com elas termos de cooperação para compartilhamento de relatórios com base em dados públicos.

- » Meta cumprida com a ampliação das parcerias de monitoramento, com a entrada de entidades como Palver, Ideia e UFMG, além das parcerias já existentes.

META 5: desenvolver plataforma interna de *tickets*, organizada em um sistema próprio de gerenciamento de demandas, para o registro de recebimentos dos conteúdos desinformativos sobre o processo eleitoral (“apontamentos”) e para o envio automatizado das denúncias para as plataformas.

[Ir ao sumário](#)

- » Meta cumprida com a criação e o lançamento do Sistema de Alerta de Desinformação contra as Eleições.

META 6: aprimorar o fluxo de recebimento de denúncias por meio da Ouvidoria do Tribunal.

- » Meta cumprida mediante reunião de alinhamento. Com o lançamento do SA, as denúncias de desinformação via Ouvidoria tornaram-se raras e residuais.

META 7: designar e capacitar a equipe de servidoras e de servidores que integrará o Grupo de Análise e Monitoramento, com a coordenação feita pela equipe da AEED. A pessoa indicada para representar a Secom será capacitada para operar a ferramenta de monitoramento contratada e eventuais ferramentas disponibilizadas pelos parceiros com *expertise* na área.

- » Meta cumprida mediante treinamento com os desenvolvedores do Sistema de Alerta de Desinformação contra as Eleições e com as empresas contratadas para esse fim específico.

META 8: contratar especialista em análise de dados e desinformação para integrar a equipe de monitoramento do TSE.

- » Com a criação da AEED com formação multidisciplinar, os dados passaram a ser analisados internamente, eliminando a necessidade de contratação.

META 9: estreitar contato com os TREs, por meio de troca de informações com os pontos focais designados para atuação no Comitê Estratégico e na Coalizão para Checagem, a fim de ampliar e capilarizar a rede de monitoramento e identificação de desinformação sobre o processo eleitoral.

- » Meta cumprida mediante a realização de diversas reuniões de alinhamento e manutenção de diálogo constante em aplicativos de conversação. Eventualmente, alguns ajustes e aperfeiçoamentos foram solicitados de modo formalizado, mediante o envio de ofício-circular pela Presidência do TSE.

META 10: contratar ferramenta de eternização de URLs ou celebrar parceria com empresa que preste o referido serviço, para que possa ser mantido um banco de dados das ocorrências recebidas, antes de eventual exclusão da URL.

- » Meta cumprida mediante celebração de parceria com a Verifact.

META 11: estabelecer canais de denúncia e/ou de comunicação com os provedores de aplicação de internet com o objetivo de permitir ao público e aos órgãos da Justiça Eleitoral informar suspeita de disparo em massa e disseminação de informação falsa na internet.

- » Meta cumprida mediante a abertura de canais extrajudiciais para o recebimento de apontamentos encaminhados pelo Sistema de Alerta de Desinformação contra as Eleições (AS).

META 12: implantar Centro Integrado de Comando e Controle Nacional (CICCN), utilizando o já existente sob a coordenação do Ministério da Justiça e Segurança Pública (MJSP), para identificar práti-

[Ir ao sumário](#)

cas de desinformação pela internet; verificar a possibilidade de medidas de contrainformação, com resposta à Justiça Eleitoral; e agilizar medidas de polícia judiciária na hipótese de crimes verificados.

- » Meta cumprida com a criação do Núcleo de Segurança Cibernética e do Núcleo de Inteligência para Combater Violência Política.

META 13: integrar o CICCEN e os órgãos que o compõem em ações de capacitação.

- » Meta revista: com a aproximação do contato entre SPJ e PF, tornou-se desnecessária a integração ao CICCEN.

META 14: informar o CICCEN sobre os dados relativos às ocorrências relacionadas à desinformação contra o processo eleitoral, para atualização do indicador no painel de monitoramento divulgado nos dias das eleições.

- » Meta revista: com a aproximação do contato entre SPJ e PF, tornou-se desnecessária a integração ao CICCEN.

META 15: coletar e analisar dados para subsidiar futuras campanhas preventivas ou “profiláticas”, a exemplo de vídeo a respeito das “10 principais *fakes* recicladas”.

- » Meta cumprida mediante elaboração e envio de relatórios de mapeamento de narrativas falsas e danosas pela AEED.

Projeto 5: Contenção de desinformação no Telegram

Objetivo: enfrentar os desafios apresentados pelo Telegram como aplicativo que, não obstante seu elevado número de usuários no país, não possui interação com o TSE ou outras entidades governamentais.

Metas:

META 1: buscar ativamente formar parceria com pesquisadoras e com pesquisadores que tenham como objeto de trabalho a desinformação no Telegram.

- » Meta cumprida, mediante a parceria de entidades como o Monitor Telegram.

META 2: estimular entidades parceiras que tenham conta no aplicativo a divulgar informações oficiais e checagens.

- » Meta cumprida, com a criação de canal próprio do TSE.

META 3: realizar esforços de *outreach* a órgãos e entidades internacionais que tenham se ocupado da temática do Telegram.

- » Meta cumprida, mediante diálogo com autoridades de outros países, com apoio da AIN. O TSE se tornou o primeiro ente público do mundo a estabelecer parceria oficial com a plataforma.

[Ir ao sumário](#)

META 4: avaliar a criação de página Fato ou Boato no Telegram para garantir uma fonte oficial de informação e evitar vácuos de informação no aplicativo.

- » Meta cumprida, com o uso do canal do TSE para esse efeito.

META 5: compartilhar conhecimento, relatórios e quaisquer documentos que possam apoiar autoridades nacionais na atuação do enfrentamento à desinformação no aplicativo.

- » Meta cumprida, mediante o compartilhamento da experiência em reuniões realizadas com outros organismos nacionais e internacionais.

Projeto 6: Parceria e interlocução com a Polícia Federal e o Ministério Público Eleitoral

Objetivo: estabelecer uma rede de comunicação próxima, ágil e efetiva entre TSE e representantes da Polícia Federal e do Ministério Público Eleitoral, a fim de que possam ser reportados casos de desinformação que constituam, também, infrações legais.

Metas:

META 1: solicitar via ofício a indicação de representante(s) da PF e do MPE que atuem como pontos focais dessas instituições no Programa de Enfrentamento à Desinformação.

- » Quanto ao MPE, a meta foi cumprida mediante reuniões e envio de ofício, culminando com a formalização de parceria para a luta contra a desinformação. Por questões de organização interna, o contato com a PF ficou centralizado na Secretaria de Polícia Judiciária (SPJ) do TSE, assim como no Núcleo de Combate à Violência Política.

META 2: criar grupos virtuais de comunicação que permitam interlocução rápida entre os representantes da PF e do MPE, o Grupo Gestor do Programa, e representante(s) da Aesi, de modo a facilitar e agilizar o encaminhamento dos casos recebidos na Justiça Eleitoral em que haja indícios de prática de delitos, dada a urgência de situações dessa natureza.

- » Mantido contato direto entre AEED e MPE e entre SPJ e PF, com reuniões periódicas e contatos eventuais por aplicativos de conversação instantânea.

META 3: desenvolver capacitação com os departamentos de inteligência e investigação da PF e do Ministério Público (MP) sobre monitoramento de redes sociais e estratégias de combate à desinformação.

- » Equipe do MPE convidada a participar de alguns eventos de capacitação da AEED. Em seu caráter multidisciplinar, a AEED passou a contar com servidoras e com servidores especialistas na área de inteligência, eliminando a necessidade de capacitação para esse fim.

META 4: aprofundar a integração e aprimorar o fluxo de trabalho com representantes do MPE e da PF.

- » Foram realizadas reuniões técnicas e de ajuste de fluxos entre AEED e MPE e entre SPJ e PF.
- » Questões tratadas e resolvidas em termo de cooperação.

[Ir ao sumário](#)

Projeto 7: Comitê Estratégico de Ciberinteligência

Objetivo: criar comitê capaz de responder, com agilidade e eficiência, aos incidentes e acontecimentos cibernéticos ligados à infraestrutura digital do TSE, adotando medidas concretas para impedir que boatos decorrentes de problemas triviais de tecnologia sejam transformados em ataques à credibilidade do processo eleitoral.

Metas:

META 1: estabelecer canais mais robustos com os(as) principais fornecedoras e fornecedores de tecnologia e infraestrutura, habilitados(as) a contribuir com estratégias de ciberinteligência durante todo o período eleitoral.

- » Foram realizadas reuniões para elaboração de planos de ação, inclusive para a prevenção de riscos de imagem, por exemplo, com a Amazon Web Services, com o desenho de soluções antecipadas para mitigar riscos e conferir tratamento célere e eficaz em casos de alguma intercorrência.

META 2: criar grupos virtuais de comunicação com integrantes do Grupo Gestor, STI e prestadoras e prestadores de serviços de tecnologia e infraestrutura.

- » Os grupos foram criados, incluindo a participação de representantes da STI.

META 3: elaborar fluxos de operação com previsão de ação nos casos de ataques cibernéticos.

- » O TSE instituiu um Comitê Estratégico de Segurança da Informação (Cetsi), composto por representantes da Presidência, Diretoria-Geral, AEED, Secom e STI, dentre outros. O Cetsi, por sua vez, aprovou plano de ação para o tratamento de incidentes que envolvam serviços digitais com criticidade alta, para tratamento célere e não improvisado, em caso de incidência.

META 4: realizar simulações internas, exercícios com times de ataques e de defesa, e monitoramento.

- » Realizadas investigações de análise de segurança em diversas aplicações, com a consequente aplicação das correções necessárias, e de *pentests* em alguns aplicativos como o e-Título.

META 5: desenvolver capacitação sobre segurança dos sistemas, vazamento de dados, *phishing* e outros temas que envolvam ciberinteligência.

- » A STI promoveu diversas ações de conscientização, direcionadas ao corpo interno do TSE e também aos TREs, apresentando e cobrando a implementação de medidas necessárias ao incremento da segurança cibernética.

META 6: aprimorar constantemente os protocolos de encaminhamento de apontamentos para plataformas, MP, PF e Centro de Prevenção, Tratamento e Resposta a Incidentes Cibernéticos de Governo (CTIR-Gov) na hipótese de crimes cibernéticos.

[Ir ao sumário](#)

- » Internamente, os protocolos passaram a ser tratados pelo Cetsi. Na hipótese de crime, medidas adicionais são tomadas pela SPJ, que também compõe o Comitê Estratégico.

Projeto 8: Revisão e elaboração de normas que combatam a prática da desinformação no âmbito da Justiça Eleitoral como forma de prevenção do fenômeno

Objetivos: colaborar, observados os limites institucionais do Tribunal, para a discussão sobre projetos de lei que tratem da temática da desinformação, bem como contribuir para as resoluções do TSE a respeito do tema.

Metas:

META 1: acompanhar a tramitação de projetos de lei que tratem da temática da desinformação, em especial o Projeto de Lei (PL) n. 2.630 (PL das *Fake News*), bem como contribuir, na medida das suas possibilidades, para o aprimoramento das proposições.

- » Meta cumprida, com apoio da Assessoria Parlamentar (Aspar). Em março de 2023, o TSE constituiu um grupo de trabalho com representantes das plataformas digitais, a fim de criar um conjunto de propostas a ser enviado ao Congresso Nacional.

META 2: participar, por meio dos integrantes do Grupo Gestor, de debates, seminários e conferências que discutam o aperfeiçoamento do ordenamento jurídico para o combate à desinformação, sobretudo aqueles organizados por parceiros do programa e entidades e organizações da sociedade civil atuantes no tema.

- » Os(as) especialistas da AEED e da Secom participaram de inúmeros eventos nacionais, além de seminários e congressos internacionais em meio virtual, sediados nos Estados Unidos, Espanha, México e Argentina, dentre outros.

META 3: monitorar a jurisprudência do TSE e dos TREs sobre desinformação, elaborando compilado de julgados mais importantes sobre o tema.

- » Trabalho incorporado à rotina da AEED, sobretudo a partir da publicação da Resolução-TSE n. 23.714/2022.

META 4: garantir a participação de integrantes do Grupo Gestor do Programa nos grupos de trabalho dedicados à elaboração de propostas de resolução relacionada à temática para que se avalie a inclusão e/ou alteração de normas destinadas ao combate às práticas de desinformação.

- » Meta cumprida e já posta em andamento, com a elaboração da minuta da Resolução-TSE n. 23.714, em 20 outubro de 2022.



**Tribunal
Superior
Eleitoral**