



Dias 30 e 31 de outubro de 2024 - Santa Maria / RS

UFSM - Universidade Federal de Santa Maria

DESINFORMAÇÃO NAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2024: UM ESTUDO SOBRE A CAMPANHA ELEITORAL DE PABLO MARÇAL PARA A PREFEITURA DE SÃO PAULO.

DISINFORMATION IN THE 2024 MUNICIPAL ELECTIONS: A STUDY ON PABLO MARÇAL'S ELECTORAL CAMPAIGN FOR THE MAYOR OF SÃO PAULO.

Giovane Scarton Rossato
Gislaine Ferreira Oliveira
Maria Fernanda Feldmann

RESUMO

O ano de 2024 no Brasil foi marcado por disputas eleitorais municipais para os cargos de prefeito, vice-prefeito e vereador. A eleição para a prefeitura da capital paulista, São Paulo, a cidade mais rica e populosa do Estado, atraiu intensa atenção da mídia. O candidato Pablo Marçal destacou-se por disseminar informações falsas e pelo uso excessivo das plataformas digitais. Assim, o objetivo deste trabalho é analisar o fenômeno da desinformação durante a campanha de Marçal, investigando as estratégias utilizadas para criar narrativas enganosas e seus efeitos sobre o eleitorado de São Paulo. Também será examinado o papel das plataformas digitais na propagação de conteúdos falsos e as medidas adotadas pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) para combater essa prática. Para a realização da pesquisa utiliza-se o método de abordagem dedutivo, aliado com o método de procedimento monográfico, empregando as técnicas de pesquisa bibliográfica, documental e estudo de caso. A partir da análise das eleições municipais de São Paulo, com ênfase nas ações do candidato Pablo Marçal, é possível observar que *as estratégias de desinformação utilizadas, aliadas ao frágil controle sobre os conteúdos disseminados nas redes sociais, levantam questões críticas sobre a integridade do processo eleitoral e a formação da opinião pública. As ações do Tribunal Superior Eleitoral, embora relevantes, mostram-se insuficientes frente à rapidez e ao alcance da desinformação. Além de fortalecer as políticas de combate à desinformação, é necessário a educação midiática, visando não apenas a proteção da democracia, mas também a promoção de um eleitorado mais consciente e informado.*

Palavras-chave: Desinformação; Eleições; Pablo Marçal; Redes sociais.

ABSTRACT

The year 2024 in Brazil was marked by municipal electoral contests for the positions of mayor, vice mayor, and city councilor. The election for the mayor of São Paulo, the richest and most populous city in the state, attracted intense media attention. Candidate Pablo Marçal stood out for spreading false information and the excessive use of digital platforms. Thus, the objective of this work is to analyze the phenomenon of disinformation during Marçal's campaign, investigating the strategies used to create misleading narratives and their effects on the electorate of São Paulo. The role of digital platforms in the propagation of false content and the measures adopted by the Superior Electoral Court (TSE) to combat this practice will also be examined. The research employs a deductive approach, combined with a monographic procedural method, utilizing bibliographic, documentary research, and case study techniques. Through the analysis of the municipal elections in São Paulo, with an emphasis on the actions of candidate Pablo Marçal, it is possible to observe that the disinformation strategies used, along with the weak control over the content disseminated on social media, raise critical questions about the integrity of the electoral process and the formation of public opinion. The actions of the Superior Electoral Court, while relevant, prove insufficient in the face of the speed and reach of disinformation. In addition to strengthening



Dias 30 e 31 de outubro de 2024 - Santa Maria / RS

UFSM - Universidade Federal de Santa Maria

disinformation combat policies, media literacy is necessary, aiming not only to protect democracy but also to promote a more aware and informed electorate.

Keywords: *Disinformation, Elections, Pablo Marçal, Social Networks.*

INTRODUÇÃO

As eleições municipais de 2024, no Brasil, se destacaram por candidatos protagonistas e com posições e ideias opostas, em que utilizaram estratégias e fizeram campanhas antagônicas, utilizando das inovações tecnológicas e com uma nova onda de desinformação que afetou significativamente o processo democrático. A cidade de São Paulo, maior colégio eleitoral do país, foi palco de uma campanha eleitoral intensa, que revelou a crescente influência das redes sociais na política e o uso de estratégias de comunicação digital para conquistar o voto dos eleitores.

Nesse contexto, a candidatura de Pablo Marçal à prefeitura de São Paulo atraiu grande atenção, não apenas pelo perfil disruptivo do candidato, mas também pela forma como a desinformação emergiu como um fator crítico ao longo da campanha. Pablo Marçal, empresário e influenciador digital, consolidou-se como um nome no cenário político paulistano, apresentando uma plataforma que buscava inovação e empreendedorismo, características que atraíram uma parcela do eleitorado.

Entretanto, sua campanha foi marcada por polêmicas e desrespeito às regras do jogo eleitoral, inclusive quanto ao fenômeno da desinformação. O termo "desinformação" refere-se a informações falsas ou enganosas divulgadas intencionalmente com o objetivo de manipular a opinião pública, distorcer fatos ou desacreditar adversários. Nas eleições municipais de 2024, essa prática tornou-se uma ferramenta recorrente para influenciar percepções e, muitas vezes, alterar os rumos da disputa eleitoral.

Durante o período eleitoral, as redes sociais foram inundadas por uma série de mensagens e conteúdos que distorciam as propostas e ações de Pablo Marçal, além de disseminarem informações falsas sobre seus concorrentes. O uso estratégico de fake news, perfis automatizados (bots) e campanhas de desinformação coordenadas se consolidou como um desafio para os candidatos e para o próprio sistema eleitoral, uma vez que dificultou o acesso dos eleitores a informações confiáveis e verídicas.

A situação evidenciou a necessidade de uma análise crítica sobre como a desinformação pode impactar o comportamento eleitoral e ameaçar a integridade do processo democrático. Assim, como problema de pesquisa questiona-se como as estratégias de desinformação durante a campanha eleitoral de Pablo Marçal para a prefeitura de São



Paulo nas eleições municipais de 2024 impactaram a sua campanha e em que medida as ações de combate adotadas pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e pelas plataformas digitais foram eficazes na contenção e mitigação desses conteúdos falsos e enganosos?

Este estudo busca analisar o fenômeno da desinformação na campanha de Pablo Marçal, investigando as estratégias empregadas para criar narrativas enganosas e seus efeitos sobre o eleitorado paulistano. Além disso, analisa o papel das plataformas digitais na disseminação de conteúdos falsos e as medidas adotadas pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) para combater esse fenômeno.

Para a execução da pesquisa, utilizou-se o método de abordagem dedutivo, partindo da apresentação do fenômeno da desinformação e seus impactos para, posteriormente, examinar o caso concreto das eleições municipais de 2024. Aliado ao método de procedimento monográfico, com análise aprofundada do tema, aliado às técnicas de pesquisa bibliográfica, documental e estudo de caso

Sem o intuito de esgotar o tema, dividiu-se o presente artigo em duas partes. No primeiro capítulo denominado “A desinformação nas eleições e as ações de controle do TSE e plataformas digitais” pretende abordar o conceito de desinformação, principalmente diante do contexto eleitoral, a regulamentação do TSE sobre a desinformação e a propaganda eleitoral e as ações propostas pelas plataformas visando o combate à veiculação de notícias falsas. Ainda, no segundo capítulo, denominado de “A campanha eleitoral de Pablo Marçal e a desinformação nas eleições municipais de 2024: o líder carismático cercado de polêmicas” propõe investigar a partir da teoria de Max Weber a participação de Marçal no cenário eleitoral, as fake news sobre as propostas e os planos de governo e a disseminação de conteúdo sensacionalista.

1 A DESINFORMAÇÃO NAS ELEIÇÕES E AS AÇÕES DE CONTROLE DO TSE E PLATAFORMAS DIGITAIS

A desinformação, embora recorrente nos debates atuais, não é um fenômeno recente, pois sempre esteve presente ao longo da história. O que a torna mais frequente nos dias de hoje é o paradoxo inerente à sociedade contemporânea, caracterizada como informacional. De acordo com Lash¹, atualmente há uma “[...] sobrecarga de informação, informação errada, desinformação e informação descontrolada. O que está em jogo aqui é uma sociedade da informação desinformada [...]”.

¹ LASH, Scott. *Crise de la informática*, 2005, p. 23.



Dias 30 e 31 de outubro de 2024 - Santa Maria / RS

UFSM - Universidade Federal de Santa Maria

Nesse sentido, o amplo acesso de conteúdo e informação acaba por, consequentemente, prejudicar o acesso à informação, uma vez que a filtragem dos conteúdos é indispensável. Muitas vezes, as pessoas não estão preocupadas em verificar a veracidade das informações e podem acreditar em tudo que acessam online. Essa falta de discernimento pode levar à propagação de desinformação, resultando em consequências negativas para a formação da opinião pública e para a tomada de decisões conscientes. Em um ambiente saturado de dados, a responsabilidade de filtrar e avaliar as fontes torna-se ainda mais crucial para garantir uma compreensão precisa da realidade.

A desinformação pode ser conceituada como a veiculação de informações falsas ou enganosas, com a intenção de manipular a percepção pública e influenciar comportamentos. A partir da compreensão da desinformação como uma desordem informativa, Derakhshan e Wardle² desenvolveram uma classificação da desinformação nas seguintes categorias: a) *desinformation* ou desinformação intencional, sendo aquelas informações falsas que podem levar a falsas conclusões e são compartilhadas de forma deliberada como parte de uma campanha coordenada; b) *misinformation* ou desinformação não intencional, são informações falsas ou que podem levar a falsas conclusões e são compartilhadas de forma inadvertida, sem a intenção de enganar; c) *malinformation* que é a informação baseada na realidade, usada para causar danos a uma pessoa, organização ou país. Essas distinções são essenciais para compreender o impacto de cada uma delas na sociedade, principalmente no contexto das redes sociais, onde a velocidade e difusão das informações podem potencializar os efeitos negativos.

Constata-se uma notória distinção entre informação falsa e informação incorreta³. A informação incorreta refere-se a dados que surgem sem intenção de enganar ou causar prejuízo. Por outro lado, a informação falsa, ou desinformação, é aquela que tem como objetivo intencional criar desordem social, gerando confusão entre os indivíduos.

² DERAKHSHAN, H. WARDLE, C. Information Disorder: Definitions. In: **Proceedings of Understanding and Addressing the Disinformation Ecosystem**, 2017, p. 9.

³ O presente artigo analisa a desinformação no contexto eleitoral. Um exemplo de informação falsa é um boato que circula nas redes sociais, alegando que um candidato à presidência pretende implementar uma nova taxa que prejudicaria drasticamente a classe média. Essa informação é fabricada e tem como objetivo gerar medo e desconfiança em relação ao candidato. Por outro lado, a informação incorreta ocorre quando, durante um debate, um político afirma que um projeto de lei foi aprovado em uma data específica, mas, na verdade, sua aprovação ocorreu um mês depois. Embora essa informação seja imprecisa, não há intenção maliciosa por trás dela; pode ser apenas um erro de memória.



Dias 30 e 31 de outubro de 2024 - Santa Maria / RS

UFSM - Universidade Federal de Santa Maria

Nesse contexto, Vladimir Brito e Marta Pinheiro⁴ categorizam a desinformação em diferentes tipos, como a ausência de informação, a informação manipulada e o engano proposital, sendo as duas últimas as mais prejudiciais ao corpo social informacional. Assim, destaca-se a importância da investigação sobre a desinformação no cenário eleitoral.

Em primeiro lugar, não se pode falar em verdadeira democracia sem a garantia da legitimidade das manifestações do sufrágio universal. É essencial que os cidadãos tenham a oportunidade de expressar suas opiniões políticas livremente, com base na liberdade de expressão.

A massificação de informações falsas em período eleitoral, como um fenômeno mundial contribui para o enfraquecimento da democracia. A tomada de poder ou golpe de Estado, nos dias de hoje, não ocorrem com base no uso da força e violência, mas por métodos mais sofisticados, em que mantém uma estrutura de democracia, mas corrói sua essência, por isso a população demora para perceber a dimensão do problema⁵.

Em um sistema democrático, deve se questionar a legitimidade de um pleito eleitoral que ocorreu com o fomento da desinformação em massa, afetando a vontade e liberdade de escolha dos cidadãos e, conseqüentemente, a democracia. Nos últimos anos, alguns candidatos autoritários chegaram ao poder através da utilização da tecnologia para a divulgação de notícias falsas, como é o caso das eleições presidenciais brasileiras, de 2018.

O acesso ao poder de um líder autocrata, o qual usa a tecnologia, os algoritmos que permitem distribuição de forma direcionada e individualizada para determinado público alvo, coloca em prova a qualidade do sistema democrático. Nessa seara, é essencial analisar os contextos de desinformação pautados dentro do cenário eleitoral, conforme apontam Rafa Rubio e Victor Monteiro⁶:

A despeito da existência na legislação geral de dispositivos que impedem a disseminação de informações falsas que resultem em danos à pessoa, e de algum tratamento pontual sobre o tema, não há ainda no Brasil um marco regulatório específico, e suficiente, para lidar com os casos em que a desinformação afeta o processo eleitoral. A base normativa para a resposta à desinformação no Brasil está dispersa em alguns diplomas normativos, que permitem, com algum esforço hermenêutico, encontrar as balizas centrais para o tratamento da matéria.

⁴ BRITO, Vladimir de Paula; PINHEIRO, Marta Macedo Kerr. Poder informacional e desinformação. XVI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação - XVI ENANCIB, João Pessoa, 2015.

⁵ LEVITSKY, Steven; ZIBLATT, Daniel. Como as democracias morrem, 2018, p. 17.

⁶ RUBIO, Rafa; MONTEIRO, Victor. DESINFORMAÇÃO NAS ELEIÇÕES BRASILEIRAS DE 2022: a atuação do Tribunal Superior Eleitoral em um contexto de conflito informativo, 2023.



A partir da análise do corpo social brasileiro durante as eleições presidenciais de 2023, os referidos autores verificaram que esse foi marcado por inúmeras notícias falsas e apelos à desinformação por parte dos candidatos. Portanto, entende-se que há uma continuidade da presença da desinformação nas eleições brasileiras.

No entanto, é possível observar que a fragilização das eleições brasileiras sempre esteve presente. Historicamente, destaca-se o período da República Velha, quando o sistema eleitoral era manipulado pelas elites agrárias, que elegiam o candidato que melhor atendia aos seus interesses, praticando o chamado “voto de cabresto” e o “coronelismo”.

Entretanto, atualmente, como destaca Silvio Genesi⁷, na obra “A Pós-Verdade é uma Notícia Falsa”, os políticos que disputam as eleições não são mais apenas agentes públicos; transformaram-se em celebridades e personalidades do show business que permeiam o cotidiano do povo brasileiro. Essa mudança de percepção altera a dinâmica eleitoral, onde a imagem e a comunicação visual desempenham papéis fundamentais na construção da identidade política. Os candidatos frequentemente utilizam estratégias de marketing para se apresentarem como figuras carismáticas e acessíveis, buscando conquistar o apoio popular não apenas por meio de propostas, mas também por meio de sua presença nas redes sociais e na mídia. Essa nova realidade intensifica a influência da desinformação, uma vez que a construção da imagem pública muitas vezes eclipsa o debate sobre questões políticas substantivas.

Assim, é imperativo investigar como o diploma jurídico do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) estruturou os procedimentos relacionados à desinformação nas eleições. Em primeiro lugar, a Resolução nº 23.714/2022 do TSE⁸ visa reforçar as medidas de combate à desinformação, que ameaçam a integridade e a veracidade do processo eleitoral.

Essa legislação revogou o artigo 9º da Resolução nº 23.610 de 2019⁹, que tratava da desinformação em relação à integridade eleitoral, ao mesmo tempo em que regulamenta os procedimentos para o combate às “fake news” eleitorais. Sendo que agora a Resolução nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019, do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), estabelece diretrizes sobre a propaganda eleitoral no Brasil, abordando na seção II, intitulada “Da Desinformação na Propaganda Eleitoral”, o artigo 9º e suas respectivas alíneas, com nova redação dada pela Resolução nº 23.732 de 2024¹⁰. Essa conexão entre as Resoluções

⁷ GENESI, Silvio. A pós-verdade é uma notícia falsa. *Revista USP*, 2018.

⁸ BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução nº 23.714, de 20 de outubro de 2022.**

⁹ BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019.**

¹⁰ BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução nº 23.732, de 27 de fevereiro de 2024.**



demonstra um esforço contínuo para garantir a lisura do processo eleitoral e proteger a integridade da informação divulgada.

Inicialmente, o artigo 9º, caput¹¹, tem redação acerca da fidedignidade das informações a serem utilizadas em propaganda eleitoral pelos candidatos. Sendo possível a interpretação combinada com o disposto no art. 58 da Lei 9.504/1997¹², sobre calúnia, difamação e injúria, aliado também ao conteúdo da Resolução nº 23.671/2021¹³ a eventual responsabilização penal.

Ainda, o art 9º-C, da Resolução nº 23.610, de 2019, alterado no presente ano, é compatível ao objeto do estudo uma vez que discorre:

É vedada a utilização, na propaganda eleitoral, qualquer que seja sua forma ou modalidade, de conteúdo fabricado ou manipulado para difundir fatos notoriamente inverídicos ou descontextualizados com potencial para causar danos ao equilíbrio do pleito ou à integridade do processo eleitoral. (Incluído pela Resolução nº 23.732/2024)¹⁴

Frente ao exposto, percebe-se a necessidade do legislador na atualização das legislações perante a complexidade da sociedade informacional, constante evolução tecnológica e o intenso uso manipulatório de plataformas de inteligência artificial. Assim, o artigo 9º, alínea C é certo em sua redação já que as eleições municipais de 2024 foram marcadas pela difusão de conteúdos inverídicos, assim como as anteriores.

Outrossim, merece destaque o parágrafo 2º, do artigo 9º-C¹⁵ em comento, que organiza a responsabilização nos termos do Código Eleitoral, art 323, parágrafo 1º bem como de outras medidas diante da ilicitude do ato ou do nível de irregularidade da propaganda disseminada por uso indevido dos meios de comunicação social. Ainda na resolução 23.732/2024 adiciona a alínea D, no art. 9º¹⁶, que estabelece que o provedor que permitiu a veiculação do conteúdo específico deve adotar medidas para mitigar a desinformação que possa afetar um candidato. Em adição, o parágrafo 2º, do art. 9º-D¹⁷ firma que esse mesmo provedor ao ser notificado das irregularidades incompatíveis com o

¹¹ BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Resolução nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019.

¹² Dispõe o supracitado art. 58: “ A partir da escolha de candidatos em convenção, é assegurado o direito de resposta a candidato, partido ou coligação atingidos, ainda que de forma indireta, por conceito, imagem ou afirmação caluniosa, difamatória, injuriosa ou sabidamente inverídica, difundidos por qualquer veículo de comunicação social”. BRASIL. Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997.

¹³ BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Resolução nº 23.671, de 14 de dezembro de 2021.

¹⁴ BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Resolução nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019.

¹⁵ Idem.

¹⁶ Idem.

¹⁷ Idem.



Dias 30 e 31 de outubro de 2024 - Santa Maria / RS

UFSM - Universidade Federal de Santa Maria

disposto na Resolução deve tomar medidas imediatas e eficazes para inibir a contínua divulgação desses conteúdos.

Nessa linha de pensamento, é necessário avaliar quais medidas o TSE tem utilizado para mitigar as informações falsas disseminadas durante as eleições brasileiras. Frente ao exposto, explicam Rafa Rubio e Victor Monteiro¹⁸:

Desde 2018, a desinformação vem ameaçando a integridade do processo eleitoral, mas, na eleição de 2022, a desinformação foi normalizada como um instrumento de propaganda política. As campanhas de desinformação enfrentadas têm sido mais complexas do que nunca, com vários atores e recursos automatizados - a exemplo dos bots - lançando mensagens coordenadas de mentiras por meio de diferentes plataformas de maneira simultânea, em autênticos ecossistemas de desinformação.

Assim, observa-se que as práticas de disseminação de desinformação já estavam presentes nas eleições presidenciais de 2022. No entanto, em 2024, as fraudes eleitorais aumentaram de nível, exemplificadas por laudos médicos falsos elaborados pelo candidato a prefeito da cidade de São Paulo, Pablo Marçal. Essa evolução nas táticas de desinformação evidencia a necessidade de estratégias mais robustas para combater essas práticas nocivas e proteger a integridade do processo eleitoral.

Nesse contexto, fica evidente que, diante da emergência da temática, há uma urgente necessidade de implementar políticas voltadas para o combate à desinformação. Além disso, é fundamental estabelecer parcerias entre o Estado e as redes sociais—canais frequentemente utilizados para tais práticas—com o objetivo de mitigar a disseminação de informações inverídicas que possam prejudicar o processo eleitoral democrático no país.

Por esse motivo, o Tribunal Superior Eleitoral realizou, ao longo do mês de setembro de 2024, a formalização de diversos acordos com as empresas das principais redes sociais utilizadas pelos brasileiros. Dentre as *big techs* que firmaram memorandos de orientação para o combate à desinformação eleitoral^{19,20,21} estão: Facebook Brasil, X, TikTok, Kwai, LinkedIn, Google e Telegram.

Os documentos assinados possuem como objetivo firmar estratégias e ferramentas auxiliaadoras de reconhecimento de desinformação, cada um com suas peculiaridades. Alguns dos compromissos comuns dizem respeito à cooperação com o Centro Integrado de

¹⁸ RUBIO, Rafa; MONTEIRO, Victor. **DESINFORMAÇÃO NAS ELEIÇÕES BRASILEIRAS DE 2022: a atuação do Tribunal Superior Eleitoral em um contexto de conflito informativo**, 2023.

¹⁹ BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Memorando de Entendimento - TSE n° 29/2024**.

²⁰ BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Memorando de Entendimento - TSE n° 33/2024**.

²¹ BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Memorando de Entendimento - TSE n° 34/2024**.



Enfrentamento à Desinformação e Defesa da Democracia e a criação de canal de denúncias contra informações falsas.

O Facebook Brasil, que comporta as redes Whatsapp, Facebook, Instagram e Therads, se propôs a suspender anúncios de candidatos, partidos e coligações, durante o período vedado pela Resolução de nº 23.610/2019. Já o TikTok se comprometeu prestar auxílio na divulgação de conteúdos de serviços ao eleitor, impulsionando conteúdos do TSE. Além disso, o Google assegurou a criação de uma seleção editorial e destaque de uma coleção de aplicativos com conteúdo cívico, na Google Play Store, durante o período eleitoral.

Ademais, o TSE²² criou uma aba exclusiva em seu site para a luta contra a desinformação, na qual estão dispostos diversos programas com as mais diferentes funções, todas alinhadas nesse mesmo enfoque. Merecem destaque o Sistema de Alerta de Desinformação Contra as Eleições, a Coalizão para Checagem e o PAUSE!! - Boletim de Enfrentamento à Desinformação.

O Sistema de Alerta de Desinformação Contra as Eleições funciona como um canal que permite o envio de denúncias sobre violações dos termos de uso de plataformas digitais, no que se refere à desinformação. Complementarmente, a Coalizão para Checagem corresponde à junção de nove instituições de checagem para o aferimento de veracidade ou inveracidade de notícias relacionadas ao período eleitoral de 2024.

Já o PAUSE!! - Boletim de Enfrentamento à Desinformação funciona como um informativo periódico, que contém instruções e dicas de reconhecimento de notícias falsas, bem como divulgar ações e grupos de destaque no combate à desinformação. Tais ações demonstram a preocupação estatal com a referida chaga social, sobretudo tendo em vista os eventos e possíveis efeitos da problemática, já mencionados no presente artigo.

É notável o esforço direcionado à redução dos casos e impactos no Estado Democrático de Direito. No entanto, embora as iniciativas do governo federal para mitigar práticas maliciosas apresentem efeitos positivos, esses mecanismos não conseguem atingir toda a população e não impedem completamente a propagação de desinformação. Um exemplo disso é a prática transgressora observada quando um dos candidatos à prefeitura da cidade mais populosa do Brasil, no caso a cidade de São Paulo, elabora e dissemina informações falsas por meio de diversos canais de comunicação, incluindo redes sociais, entrevistas em veículos de grande circulação e debates eleitorais, conforme será analisado a seguir a partir do estudo de caso.

²² BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Desinformação.



2 A CAMPANHA ELEITORAL DE PABLO MARÇAL E A DESINFORMAÇÃO NAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2024: o líder carismático cercado de polêmicas.

A teoria de Max Weber, uma das bases fundamentais da sociologia e da ciência política, oferece uma estrutura teórica relevante para analisar fenômenos políticos contemporâneos, incluindo as candidaturas eleitorais. O autor procura examinar e compreender as ações dos indivíduos e os padrões de interação social que constituem a sociedade.

A ação social é o ponto de partida essencial para qualquer análise sociológica, uma vez que é por meio das ações dos indivíduos que a sociedade se forma. Weber²³ define que “a ação social (incluindo omissão ou tolerância) orienta-se pelo comportamento de outros, seja este passado, presente ou esperado como futuro (vingança por ataques anteriores, defesa contra ataques presentes ou medidas de defesa para enfrentar ataques futuros)”.

Um ponto importante da ação social é que ela leva em consideração o comportamento dos outros indivíduos. Sendo que esses outros “(...) podem ser indivíduos e conhecidos ou uma multiplicidade indeterminada de pessoas completamente desconhecidas (...)”²⁴. O autor destaca que a ação social acontece dentro de um contexto social, no qual os indivíduos interagem uns com os outros e levam em conta as reações e expectativas dos demais. Assim, verifica-se que as reações e expectativas alheias podem moldar o comportamento dos indivíduos, influenciando suas ações e escolhas.

A ação social pode ser orientada por diferentes motivações, como tradições, emoções, valores éticos ou busca de objetivos racionais. Nesse ponto, desenvolve os tipos ideais de ação social, como ação tradicional, ação afetiva, ação racional com relação a valores e ação racional com relação a fins, com a finalidade de melhor compreender a diversidade das ações sociais.

Na obra “Ciência e Política: duas vocações”²⁵, o conceito de ação social se apresenta para a análise de como os indivíduos se comportam e tomam decisões no âmbito da ciência e da política. Desta forma, Weber investiga a influência dos valores, das motivações e das interações sociais nesses dois campos de atividade.

²³ WEBER, Max. *Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva*, 1994, p. 13-4.

²⁴ Idem, p. 14.

²⁵ WEBER, Max. *Ciência e política: duas vocações*. São Paulo: Cultrix, 2011.



No caso dos políticos podem ser influenciados por ações racionais com relação a valores, agindo de acordo com crenças e valores éticos que consideram essenciais. Ainda, há consequências da ação social na esfera política, principalmente na forma em que os indivíduos buscam poder, formam coalizões, influenciam o comportamento dos outros e constroem relações de dominação, uma vez que a ação social pode moldar as dinâmicas políticas e as estruturas de poder²⁶:

Há duas formas de fazer política. Ou se vive “para” a política ou se vive “da” política. Nessa oposição não há nada de exclusivo. Muito ao contrário, em geral se fazem uma e outra coisa ao mesmo tempo, tanto idealmente quanto na prática. Quem vive “para” a política a transforma, no sentido mais profundo do termo, em “fim de sua vida”, seja porque encontra forma de gozo na simples posse do poder, seja porque o exercício dessa atividade lhe permite achar o equilíbrio interno e exprimir valor pessoal, colocando-se a serviço de uma “causa” que dá significação a sua vida. [...] Daquele que vê na política uma permanente fonte de rendas, diremos que “vive da política” e diremos, no caso contrário que “vive para a política”.²⁷

Weber delineou três tipos ideais de autoridade: o poder carismático, o poder legal-racional e o poder tradicional. Essa tipologia permite compreender como diferentes formas de liderança e legitimidade se manifestam nas esferas política e social, sendo a candidatura de Pablo Marçal nas eleições municipais de São Paulo, em 2024, é um exemplo interessante para explorar essas dinâmicas.

O poder carismático, segundo Weber, é baseado nas qualidades pessoais do líder, que inspiram devoção e lealdade entre seus seguidores. Essa forma de autoridade é muitas vezes efêmera e depende da figura do líder, que pode mobilizar pessoas através de sua presença e capacidade de comunicação:

Em sua forma genuína, a dominação carismática é de caráter especificamente extracotidiano e representa uma relação estritamente pessoal, ligada à validade carismática de determinadas qualidades pessoais

²⁶ Esse tipo de homem político “por vocação”, no sentido próprio do termo, não constitui de maneira alguma, em país algum, a única figura determinante do empreendimento político e da luta pelo poder. O fator decisivo reside, antes, na natureza dos meios de que dispõem os homens políticos. De que modo conseguem as forças políticas dominantes afirmar sua autoridade? Essa indagação diz respeito a todos os tipos de dominação e vale, conseqüentemente, para todas as formas de dominação política, seja tradicionalista, legalista ou carismática. Toda empresa de dominação que reclame continuidade administrativa exige, de um lado, que a atividade dos súditos se oriente em função de obediência devida aos senhores que pretendem ser os detentores da força legítima e exige, de outro lado e em virtude daquela obediência, controle dos bens materiais que, em dado caso, se tornem necessários aplicação de força física. In: Idem, p. 59.

²⁷ Idem, p. 65.



Dias 30 e 31 de outubro de 2024 - Santa Maria / RS

UFSM - Universidade Federal de Santa Maria

e à prova destas. Quando essa relação não é puramente efêmera, mas assume o caráter de uma relação permanente - “comunidade” de correligionários, guerreiros ou discípulos, ou associação de partido, ou associação política ou hierocrática - a dominação carismática, que, por assim dizer, somente *in statu nascendi* existiu em pureza típico-ideal, tem de modificar substancialmente seu caráter: tradicionaliza-se ou racionaliza-se (legaliza-se), ou ambas as coisas, em vários aspectos.²⁸

No contexto da candidatura de Marçal, ele se posiciona como uma figura carismática, capaz de conectar-se emocionalmente com os eleitores. Conhecido por sua habilidade de se comunicar de maneira eficaz, Marçal utiliza as redes sociais para construir uma imagem de autenticidade e proximidade com a população.

Seu discurso, frequentemente voltado para a mudança e renovação, ressoa com eleitores que se sentem insatisfeitos com a política tradicional e buscam alternativas. Essa abordagem pode ser vista como uma tentativa de criar um movimento popular, alinhando-se com a ideia de que o carisma pode gerar um forte engajamento eleitoral.

Entretanto, a candidatura de Marçal não se resume apenas a uma liderança carismática. Ela também se insere em um contexto de poder legal-racional, caracterizado por um sistema eleitoral que estabelece regras e normas a serem seguidas. A participação de Marçal nas eleições implica conformidade com as diretrizes da Justiça Eleitoral, o que confere a sua campanha um caráter institucional. A capacidade de Marçal de articular propostas concretas e viáveis para os problemas da cidade de São Paulo é fundamental para legitimar sua candidatura sob essa perspectiva.

No entanto, ele falhou em conseguir traduzir seu apelo carismático em um projeto político consistente. Apesar de atrair não apenas os eleitores que se identificam com sua imagem, mas também aqueles que valorizam a seriedade e a estrutura de uma plataforma eleitoral, sua campanha foi cercada de polêmicas, episódios antidemocráticos e desinformação online. Apesar do número significativo de votos, ao examinar a campanha eleitoral do referido candidato como um todo, visualiza-se uma falha no equilíbrio desses dois tipos de poder.

Esses meios antidemocráticos podem ser exemplificados pela disseminação da desinformação. Por meio de uma análise objetiva, destacam-se alguns eventos de disseminação de desinformação realizados pelo candidato à prefeitura de São Paulo, nos âmbitos dos veículos de comunicação jornalística, de debates eleitorais e das redes sociais.

²⁸ WEBER, Max. *Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva*. 3ª ed. Brasília: Universidade de Brasília, 1994, p. 161-2.



Dias 30 e 31 de outubro de 2024 - Santa Maria / RS

UFSM - Universidade Federal de Santa Maria

O podcast “O assunto”²⁹, um dos maiores na área jornalística do Brasil, realizou entrevistas com os principais candidatos à prefeitura de São Paulo, alvo das atenções no cenário político atual, tendo em vista a quantidade de personalidades políticas características e o município de suma importância econômica para o país. Natuza Nery entrevistou, dentre outros, Pablo Marçal. O episódio, com cerca de uma hora de duração, passou pela checagem de fatos do portal do G1, É fato ou fake?³⁰, que é referência na análise de informações, e foram encontradas, além das informações corrigidas durante a própria entrevista, diversas informações completamente erradas ou parcialmente distorcidas.

É o caso da afirmação “A gente faz todos os alunos da rede pública estudar Bhaskara, ninguém sabe explicar pra que que é isso, isso é pra engenharia e a maior parte dos engenheiros nunca vai usar isso e a gente não tem ninguém questionando isso” (sic) e “Os Estados Unidos da América não estuda geografia”. São momentos em que o candidato critica a política educacional brasileira, utilizando-se de distorções e mentiras, para incentivar um conteúdo programático definido a partir dos próprios ideais, e alegando que existe doutrinação nas escolas.

Já no durante o debate realizado pela UOL e pela Folha de São Paulo à Prefeitura de São Paulo³¹, o candidato realizou uma tática de persuasão visando confundir parte dos eleitores sobre a legenda de um de seus principais concorrentes, Guilherme Boulos, do PSOL. O número pelo qual o candidato Boulos concorre é 50; entretanto, tendo em vista que Boulos está coligado com o Partido dos Trabalhadores (PT), cujo número de legenda é 13, Marçal, repetiu reiteradamente para “que os eleitores não digitarem 13 nas urnas eletrônicas, e sim 28”, número do seu partido (PRTB).

Segundo a socióloga Fabiane Penedo de Andrade³², a repetição de termos, como forma de persuasão é uma técnica muito comumente empregada para o convencimento de uma ideia, sob a perspectiva linguística e psicológica:

A repetição é, certamente, o recurso mais empregado na linguagem oral, justamente por fazer parte desse processo de planejamento da fala: enquanto repete vocábulos, o falante organiza mentalmente as ideias para proferi-las em seguida. As repetições são marcas do texto em formação,

²⁹ NERY, Natuza. **O ASSUNTO**: Natuza Nery entrevista Pablo Marçal. Entrevistado: Pablo Marçal.

³⁰ G1. **O que é #FATO ou #FAKE na entrevista de Pablo Marçal para O Assunto**.

³¹ UOL. **DEBATE RedeTV/UOL AO VIVO com candidatos à Prefeitura de São Paulo**: assista à íntegra | UOL News. YouTube, 17 set. 2024.

³² ANDRADE, Fabiane Penedo. **Parece Igual, mas é Diferente: a Repetição como Função Persuasiva na Linguagem Oral**. *Revistas USP*. São Paulo. 15 jul. 2010.



Dias 30 e 31 de outubro de 2024 - Santa Maria / RS

UFSM - Universidade Federal de Santa Maria

são meios pelos quais o falante se utiliza a fim de levar o interlocutor a compreender seu enunciado e nele acreditar.

Nos casos de propagação de desinformação, os efeitos podem ser amplificados quando aliados ao poder carismático já referido acima. Segundo levantamento de dados realizado pelo jornal O Globo³³, a partir do Registro Digital de Voto, mais de quarenta e oito mil eleitores anularam o seu voto digitando o número 13 nas urnas eletrônicas, número suficiente para que o candidato Guilherme Boulos assumisse a liderança do primeiro turno das eleições municipais de São Paulo.

Claramente não se pode atribuir a completude desses números às falas realizadas por Marçal durante o debate referido. Porém, considerando a técnica persuasiva explicitada e a polarização política vivida atualmente no cenário político brasileiro, claramente nota-se estabelecida a ligação entre a ação e o efeito.

Por fim, o caso que mais chamou a atenção da mídia momentos antes do primeiro turno das eleições foi a divulgação de um laudo cuja veracidade foi desmentida pela Polícia Civil, após abertura de inquérito para a investigação de autenticidade, laudo este que referia que o candidato Guilherme Boulos havia buscado auxílio médico após consumir drogas ilícitas, mais especificamente cocaína. A divulgação do laudo falso resultou em decisão judicial que definiu pela suspensão da conta do Instagram de Pablo Marçal

A prática supracitada claramente demonstra a má-fé do candidato que ora vem sendo investigado, cuja intenção com a propagação de desinformação visualmente se demonstra como a de se eleger prefeito de São Paulo a qualquer custo, mesmo que tenha que violar direitos e criar mentiras sobre os mais diversos assuntos, tentativa que foi infrutífera, considerando que não conseguiu chegar ao segundo turno.

CONCLUSÃO

Portanto, conclui-se que a crise de desinformação vivida pela sociedade contemporânea também perpassa o cenário político. A desinformação, conceituada por Derakhshan e Wardle, é gênero e abrange uma classificação subdividida em *desinformation*, *misinformation* e *malinformation*, a qual depende da intenção e do foco da prática. Classificada como uma desordem informativa, no âmbito político, a

³³ O GLOBO. SP: quase 50 mil anularam escolha para prefeito digitando 13, do PT, votos com os quais Boulos superaria Nunes. São Paulo, 09 out. 2024.



Dias 30 e 31 de outubro de 2024 - Santa Maria / RS

UFSM - Universidade Federal de Santa Maria

desinformação pode gerar danos significativos ao Estado Democrático de Direito, fragilizando garantias fundamentais.

Com o intuito de combater a desinformação e preservar a integridade do processo eleitoral, verifica-se a atuação do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), a partir das Resoluções, em evidência a Resolução nº 23.619 de 2019 que trata de propaganda e integridade eleitoral. Tal documento foi atualizado pela Resolução nº 23.714 de 2022 que reforça as medidas para combater a desinformação eleitoral e, recentemente, pela Resolução nº 23.732 de 2024, que atualizou o art. 9º e suas alíneas, por exemplo, proíbe a utilização de conteúdos fabricados ou manipulados para difundir informações falsas com potencial para prejudicar o equilíbrio e transparência das eleições, adaptando-se de forma constante às complexidades tecnológicas e aos desafios da sociedade informacional. É notório o esforço do Tribunal Superior Eleitoral tangente à criação de políticas de combate à desinformação eleitoral, bem como de parceria entre o Estado e as *big techs* que comandam as redes sociais mais utilizadas no Brasil, a fim de atenuar a difusão de desinformação durante os processos eleitorais no país.

Durante a campanha eleitoral de 2024, o candidato à prefeitura de São Paulo, Pablo Marçal, é um exemplo da aplicação da teoria de Max Weber, que distingue três tipos ideais de autoridade (carismático, legal-racional e tradicional), os quais permitem analisar como diferentes formas de liderança e legitimidade se manifestam na política. O presente estudo de caso demonstra uma combinação do poder carismático, ao mobilizar eleitores por meio de sua comunicação eficaz e imagem de autenticidade, e poder legal-racional, ao se submeter às regras do sistema eleitoral. Embora tenha obtido uma expressiva quantidade de votos, sua campanha foi marcada por desinformação e atitudes antidemocráticas, o que levanta questionamentos sobre a responsabilidade e ética na utilização do carisma como ferramenta política.

Ao analisar os casos de disseminação de informações falsas na campanha de Pablo Marçal, ficou evidente que, apesar de criadas diversas ferramentas para coibir tais práticas, as práticas se reiteram. Desse modo, resta intensificar as medidas para proteção do sistema eleitoral e do processo democrático.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Fabiane Penedo. Parece Igual, mas é Diferente: a Repetição como Função Persuasiva na Linguagem Oral. *Revistas USP*. São Paulo. 15 jul. 2010. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/anagrama/article/view/35482>. Acesso em: 22 out. 2024.



Dias 30 e 31 de outubro de 2024 - Santa Maria / RS

UFSM - Universidade Federal de Santa Maria

BRASIL. Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997. Estabelece normas para as eleições. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 1º out. 1997. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9504.htm. Acesso em: 22 out. 2024.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Desinformação**. Disponível em: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/>. Acesso em: 22 out. 2024.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Memorando de Entendimento - TSE nº 29/2024**. Brasília, 02 ago. 2024. Disponível em: https://www.tse.jus.br/++theme++justica_eleitoral/pdfjs/web/viewer.html?file=https://www.tse.jus.br/comunicacao/arquivos/memorando-de-entendimento-tse-facebook-desinformacao-eleicoes-2024-2/@@download/file/TSE-memorando-entendimento-desinformacao-facebook-2024.pdf. Acesso em: 22 out. 2024.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Memorando de Entendimento - TSE nº 33/2024**. Brasília, 06 ago. 2024. Disponível em: https://www.tse.jus.br/++theme++justica_eleitoral/pdfjs/web/viewer.html?file=https://www.tse.jus.br/comunicacao/arquivos/memorando-de-entendimento-tse-google-brasil-internet-desinformacao-eleicoes-2024-2/@@download/file/TSE-memorando-entendimento-desinformacao-google-2024.pdf. Acesso em: 22 out. 2024.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Memorando de Entendimento - TSE nº 34/2024**. Brasília, 02 ago. 2024. Disponível em: https://www.tse.jus.br/++theme++justica_eleitoral/pdfjs/web/viewer.html?file=https://www.tse.jus.br/comunicacao/arquivos/memorando-de-entendimento-tse-tiktok-desinformacao-eleicoes-2024-2/@@download/file/TSE-memorando-entendimento-desinformacao-tiktok-2024.pdf. Acesso em: 22 out. 2024.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019**. Dispõe sobre a propaganda eleitoral no território brasileiro. Diário da Justiça Eletrônico, Brasília, DF, 18 dez. 2019. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019>. Acesso em: 22 out. 2024.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução nº 23.671, de 14 de dezembro de 2021**. Dispõe sobre a propaganda eleitoral e a comunicação do candidato nas eleições. Diário da Justiça Eletrônico, Brasília, DF, 14 dez. 2021. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2021/resolucao-no-23-671-de-14-de-dezembro-de-2021>. Acesso em: 22 out. 2024.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução nº 23.714, de 20 de outubro de 2022**. Dispõe sobre medidas de combate à desinformação nas eleições. Diário da Justiça Eletrônico, Brasília, DF, 20 out. 2022. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2022/resolucao-no-23-714-de-20-de-outubro-de-2022>. Acesso em: 22 out. 2024.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução nº 23.732, de 27 de fevereiro de 2024**. Dispõe sobre medidas de combate à desinformação nas eleições. Diário da Justiça Eletrônico, Brasília, DF, 27 fev. 2024. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2024/resolucao-no-23-732-de-27-de-fevereiro-de-2024>. Acesso em: 22 out. 2024.

BRITO, Vladimir de Paula; PINHEIRO, Marta Macedo Kerr. Poder informacional e desinformação. XVI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação - XVI ENANCIB, João Pessoa, 2015. Disponível em: <<https://revistas.ancib.org/index.php/tpbci/article/view/355/355>>. Acesso em: 22 out. 2024.



Dias 30 e 31 de outubro de 2024 - Santa Maria / RS

UFSM - Universidade Federal de Santa Maria

COHN, Gabriel. **Crítica e resignação: fundamentos da sociologia de Max Weber**. São Paulo: T.A. Queiroz, 1979.

DERAKHSHAN, H.; WARDLE, C. Information Disorder: Definitions. In: **Proceedings of Understanding and Addressing the Disinformation Ecosystem**. Annenberg: University of Pennsylvania, p. 5-12, 2017.

FONSECA, Diego Leonardo de Souza; NETO, João Arlindo dos Santos. O processo de desinformação e o comportamento informacional: uma análise sobre a escolha de voto nas eleições municipais de 2020. **Revista Unicamp**, São Paulo, v. 19, 2021.

GENESI, Silvio. A pós-verdade é uma notícia falsa. **Revista USP**, São Paulo n. 116, pág 45-48, 2018.

G1. **O que é #FATO ou #FAKE na entrevista de Pablo Marçal para O Assunto**. São Paulo, 09 ago. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/sao-paulo/noticia/2024/08/09/veja-o-que-e-fato-ou-fake-na-entrevista-de-pablo-marcal-para-o-assunto.ghtml>. Acesso em: 22 out. 2024.

LASH, Scott. **Crise de la informática**. Buenos Aires: Amorrortu, 2005.

LEVITSKY, Steven; ZIBLATT, Daniel. **Como as democracias morrem**. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

NERY, Natuza. **O ASSUNTO: Natuza Nery entrevista Pablo Marçal**. Entrevistado: Pablo Marçal. G1. Podcast, 09 ago. 2024. Disponível em: https://open.spotify.com/episode/4G7lfvij7qe9giTCt5kP76?si=z0wegEzKTbSQMnrUyFd_hg. Acesso em: 22 out. 2024.

O GLOBO. SP: quase 50 mil anularam escolha para prefeito digitando 13, do PT, votos com os quais Boulos superaria Nunes. São Paulo, 09 out. 2024. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/eleicoes-2024/noticia/2024/10/09/sp-quase-50-mil-anularam-escolha-para-prefeito-digitando-13-do-pt-votos-com-os-quis-boulos-superaria-nunes.ghtml>. Acesso em: 22 out. 2024.

RUBIO, Rafa; MONTEIRO, Victor. **DESINFORMAÇÃO NAS ELEIÇÕES BRASILEIRAS DE 2022: a atuação do Tribunal Superior Eleitoral em um contexto de conflito informativo**. Scielo, 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ccrh/a/sqgyfmdrCGPwqrBnXZVgNLk/?lang=pt#>. Acesso em: 20 out. 2024.

UOL. **DEBATE RedeTV/UOL AO VIVO com candidatos à Prefeitura de São Paulo: assista à íntegra** | UOL News. YouTube, 17 set. 2024. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=aq1ci-PXacs>. Acesso em: 22 out. 2024.

WEBER, Max. **Ciência e política: duas vocações**. São Paulo: Cultrix, 2011.

WEBER, Max. **Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva**. 3ª ed. Brasília: Universidade de Brasília, 1994.