

Module 2: The role of the media in tackling disinformation and misinformation by Patrícia Campos Mello, journalist PT (Portuguese)

[00:00:18] Muitos líderes populistas em todo o mundo estão usando a tecnologia, especialmente a Internet, para manter os apoiadores em um ecossistema de informação paralelo. Entrevistei pela primeira vez Steve Bannon, ex-estrategista-chefe da Casa Branca, em outubro de 2018. Na época, ele disse que se não fosse pelo Facebook, Twitter e outras plataformas de mídia social, teria sido 100 vezes mais difícil para os populistas ascenderem porque os populistas não seriam capazes de superar a barreira da mídia tradicional. Ignorar o filtro da mídia tradicional e se comunicar diretamente com os apoiadores por meio das mídias sociais é essencial para populistas digitais como Jair Bolsonaro no Brasil, Rodrigo Duterte nas Filipinas, Narendra Modi na Índia e Donald Trump nos EUA. e muitos outros. Ao atacar a mídia tradicional e desacreditar jornalistas como parte da estratégia de estabelecer um canal direto com apoiadores, sem verificação de fatos, sem questionamentos e sem responsabilidade. A cobertura eleitoral em um cenário digital é um grande desafio para jornalistas. As estratégias de desinformação estão mudando constantemente, assim como a tecnologia. Além disso, a legislação eleitoral luta para acompanhar as novas possibilidades de propaganda e desinformação online. Jornalistas precisam monitorar as contas de mídia social de titulares de cargos e candidatos. Precisamos monitorar a publicidade política online em questões de biblioteca de anúncios e transparência de anúncios do Google, bem como verificar se eles seguem a legislação local. Devemos investigar como os malfeitores contornam a legislação eleitoral, usaram terceiros para anunciar em plataformas da Internet e criam sites anônimos para espalhar desinformação. E também precisamos monitorar o CrowdTangle para identificar campanhas emergentes de desinformação nas mídias sociais. Também temos que monitorar os grupos públicos do WhatsApp e canais do Telegram em grupos públicos para identificar as narrativas que estão se tornando virais e que tipo de campanhas de desinformação estão ganhando força. É muito fácil disfarçar sua identidade online. Portanto, é preciso haver muita perícia digital para determinar quem são os verdadeiros proprietários dos sites e quais imagens e vídeos são manipulados. O tempo todo, devemos ter cuidado. Nós, jornalistas, temos o desafio de investigar campanhas digitais e desinformação e reportá-las sem amplificar a desinformação. No Brasil, por exemplo, há um considerável ecossistema de informações de Bolsonaro, um ecossistema de apoiadores e informações que apoiam o presidente Bolsonaro. Tem uma influência significativa na opinião pública. O ecossistema de informação de Bolsonaro tem vários componentes. Primeiro, há as contas de mídia social do presidente Bolsonaro e seus filhos, que são os políticos, e seus principais aliados. O conteúdo geral que é amplificado por uma enorme rede de YouTubers, blogueiros e influenciadores digitais de extrema direita. Bolsonaristas criaram e continuam criando centenas de milhares de grupos no WhatsApp e no Telegram, onde divulgam conteúdo pró-governo vindo de Bolsonaro, contas de mídia social e YouTubers e blogueiros e desinformação sobre oponentes políticos, o sistema eleitoral, institutos de votação e a grande mídia. Esses grupos também divulgaram links para sites de notícias inúteis, centenas de sites que se apresentam como sites jornalísticos regulares, mas estão espalhando propaganda. Os sites de notícias inúteis têm um grande público, 48,2 milhões de visitas somente em julho de 2022, de acordo com a SIMILARWEB. Esse alcance é mais amplo do que de muitos sites de mídia convencional e mais do que o dobro da audiência dos sites identificados com os progressistas. A maioria dos sites são anônimos, se apresentam como tendenciosos e proliferam como gremlins. De acordo com as principais agências de verificação de fatos do Brasil, eles também têm uma circulação muito alta de desinformação. E por último, mas não menos importante, o sistema de ecossistema de Bolsonaro também inclui redes de TV, embora não seja a líder de audiência, Globo, que é

vista como inimiga. Ao mesmo tempo, Bolsonaro e seus aliados vêm deslegitimando a grande mídia desde o primeiro dia do governo, dizendo que são todos de esquerda e favorecem o comunismo. O presidente também exorta as pessoas a não assistirem a certas redes de TV e a não lerem os três jornais mais proeminentes. Em vez disso, eles devem obter suas informações de fontes confiáveis, tanto nos sites quanto nos YouTubers, blogueiros e do governo, ou seja, os bolsonaristas se esforçam para manter seus apoiadores em um universo de informações paralelo. O presidente Jair Bolsonaro e seus principais aliados usaram esse ecossistema para semear dúvidas sobre o processo eleitoral. A versão brasileira de Stop the Steal (Pare o Roubo) inclui a ilegitimação das urnas eletrônicas, dizendo que elas não podem ser auditadas e, portanto, os resultados não são confiáveis. Além disso, há também a negação de pesquisas eleitorais, uma grande quantidade de desinformação, desacreditando os principais institutos de votação que circularam nos grupos do WhatsApp Telegram e nos canais do YouTube. Diz que os institutos de votação favoreceram a esquerda e que a única pesquisa confiável não são os dados das pessoas, o "data povo". Basicamente, fotos e vídeos mostrando muitas pessoas em manifestações. E também promovem pesquisas menos confiáveis e pesquisas instantâneas na Internet como se fossem pesquisas precisas. Ao abordar esse cenário digital complexo, também precisamos lidar com o aumento dos ataques. A censura neste novo mundo não exige a supressão de informações. Líderes populistas inundam as mídias sociais, os aplicativos de mensagens e a Internet com a versão dos fatos que eles querem que prevaleça, para que isso abafe investigações e notícias negativas. Então, a chamada "censura pelo ruído". Então, para que essa manipulação da opinião pública tenha sucesso, esses líderes populistas digitais precisam deslegitimar o jornalismo profissional, neutralizar o jornalismo e realizar campanhas de difamação contra jornalistas e meios de comunicação que mantêm o governo sob controle. É uma nova forma de censura terceirizada para trolls, blogueiros e influenciadores. Essas agressões não têm nada a ver com críticas justas e bem-vindas. Jornalistas cometem erros, e devemos corrigi-los e ser responsáveis. Nem é a animosidade tradicional entre governos e "cães de vigia". Os jornalistas também estão sob assédio judicial sistemático, bombardeados com os chamados "SLAPS", que em inglês significa ações judiciais estratégicas contra a participação pública. A situação é especialmente crítica para jornalistas mulheres. Somos alvo de campanhas de difamação, estimuladas e amplificadas pelo governo com muito mais frequência do que nossos colegas homens. Temos nossos pais e nossos filhos intimidados, nossa aparência ridicularizada, nossos endereços e números de telefone expostos. E estamos sujeitos a ameaças violentas tanto online quanto no mundo real. Sou alvo dessa máquina de ódio desde 2018, quando comecei a escrever sobre o uso político do WhatsApp e de outras ferramentas de desinformação para manipular a opinião pública. É um duplo desafio, investigar estratégias de desinformação cada vez mais complexas e, ao mesmo tempo, enfrentar assédio online e ataques contra a credibilidade. Enfrentamos concorrência injusta. A desinformação se torna viral, informações precisas não. Mas acho que, se continuarmos investigando e não deixarmos que os ataques nos intimidem, há uma chance de jornalistas estourarem essas bolhas de desinformação. Essa é minha esperança.