

Presentation by the President Councilor and the Communication Director of the National Electoral Institute of Mexico (INE) FR (French)

[00:00:18] Bonjour à tou.tes. Partout dans le monde, les organismes de gestion des élections sont de plus en plus confrontés à des défis qui dépassent les limites de l'organisation des élections. Outre la difficulté de garantir le droit à un vote libre et éclairé, et ce, dans de nombreux cas, dans des conditions de polarisation, d'intolérance et d'attaques de la part des gouvernements, les organismes de gestion des élections sont désormais confrontés au problème de la désinformation, des "fake news" et du discours de haine. L'écosystème de l'information dans lequel se déroulent les élections aujourd'hui est radicalement différent de celui d'il y a à peine dix ans. Le contexte actuel se caractérise par l'utilisation généralisée d'internet, la prédominance des médias sociaux et même une capacité croissante à générer et à diffuser des informations dans presque tous les lieux et à tout moment. Dans ce nouvel écosystème, il existe une concurrence acharnée pour attirer l'attention du public et obtenir le vote des citoyen.nes. Cela a un impact sur les capacités de ces institutions et les outils que leurs membres doivent concevoir pour mettre fin à la désinformation, pour rendre possible le vote éclairé et pour créer les conditions pour l'intégrité des élections. Pour relever ces défis, à l'institut national électoral (INE) de Mexico, nous avons conçu une stratégie qui vise à réduire considérablement les effets néfastes de ces informations et des "fake news" dans le contexte des élections. C'est une stratégie que nous mettons en œuvre depuis les élections générales de 2018. La première étape a consisté pour l'INE à reconnaître que l'organisation des élections est devenue de plus en plus complexe dans de nombreux cas en raison de la méfiance des acteur.rices politiques. Nous avons donc dû concevoir une stratégie qui nous permette d'expliquer au public de manière claire et simple comment se déroulent les élections, quelles sont leurs principales activités, quelles sont les décisions et les parties prenantes auxquelles nous sommes confronté. Cela explique ce que nous appelons à l'INE la "chaîne de confiance", c'est-à-dire la série d'étapes et de décisions qui offre les conditions de l'intégrité électorale. Cet accent mis sur le raisonnement public, une forme de pédagogie, a permis à l'Institut national électoral de Mexico de communiquer efficacement, renforçant ainsi la confiance de la population dans les élections. En outre, les stratégies de l'INE visent à contribuer au développement d'un écosystème de communication qui permet une meilleure qualité de l'information et augmente les coûts sociaux liés à la désinformation intentionnelle du public. Pour que cette tâche pédagogique institutionnelle fonctionne, le choix du "moment" est essentiel car un événement qui est expliqué une fois qu'il s'est produit devient davantage un moyen de contrôler les dégâts plutôt qu'un effort d'explication. De plus, à l'ENI, nous avons décidé de nous éloigner des approches réglementaires et de sanctions portant sur la liberté d'expression sur les réseaux sociaux. Pour affronter ce problème, notre approche a été, dès le début, de favoriser les explications rapides, exactes et claires sur les processus électoraux, en particulier celles relatives aux décisions prises par l'ENI conformément à la loi. Notre approche consiste à confronter la désinformation à l'information et à le faire de manière assertive et non réactive. La stratégie de l'INE est articulée autour de trois composantes. Tout d'abord, établir des alliances avec les plateformes de réseaux sociaux. A une échelle internationale sans précédent, l'INE a signé en 2018 des accords institutionnels avec Facebook, Twitter et Google. Ces accords ont contribué à élargir la portée des informations produites par l'INE, y compris le grand nombre d'activités qu'elle mène et les décisions institutionnelles prises lors de chaque élection. Ces accords sont restés en vigueur depuis lors. Une deuxième ligne d'action, qui a été stratégique pour les élections de 2013, a consisté à établir des relations étroites avec les médias et les organisations civiques afin de promouvoir et de renforcer la tâche de vérification des informations diffusées sur les médias traditionnels et sur les réseaux sociaux. Dans le

respect d'indépendance, des médias et des organisations citoyennes ont utilisé des informations vérifiées, dans de nombreux cas, sur la base de preuves fournies par l'INE elle-même. La troisième composante de la stratégie de l'INE a consisté à mettre au point un système permettant d'identifier des stratégies de désinformation et d'agir en conséquence. Développé par l'INE, nous appelons ce système la "certitude", en référence à l'effort visant à faire face à l'incertitude générée par les "fake news" en fournissant des informations véridiques, claires et en temps voulu. Ce système, qui fonctionne en particulier le jour du scrutin et les jours qui précèdent, repose sur un modèle d'écoute sociale, de gestion de l'information et de production de preuves. Les organismes de gestion des élections doivent être prêts à faire face à la désinformation et aux pratiques de désinformation, car ces dernières affectent l'environnement social et politique qui caractérise une élection. Ces dernières altèrent la confiance dans les institutions et influencent négativement l'aspect central des élections. L'environnement numérique impose des défis multiples et transversaux à la création de la démocratie. Le défi n'est pas d'adapter la démocratie à l'ère numérique, en se subordonnant à sa dynamique qui, soit dit en passant, n'est pas toujours démocratique. Le défi est de continuer d'aborder la démocratie comme un projet essentiellement civique dans l'environnement numérique et de rendre la liberté d'expression possible à travers la responsabilité partagée de la société, des médias traditionnels, des plateformes de réseaux sociaux et, bien sûr, des organismes de gestion des élections dans le monde. Merci beaucoup. Et bonne chance.

[00:07:16] L'Institut national électoral traite en permanence les "fake-news" et la désinformation en utilisant le programme CERTEZA, qui fonctionne de manière intensive la veille et le jour du scrutin. CERTEZA est un programme qui implique différents secteurs de l'institut, tant ceux qui traitent l'information que ceux qui prennent les décisions et disposent des outils pour vérifier les données, c'est à dire les propriétaires de l'information. S'il s'agissait d'un programme du seul bureau de communication sociale, nous ne serions pas en mesure de connaître en temps voulu ni de manière efficace, des cas où des risques sont identifiés à cause de la désinformation et de fausses informations. Un engagement de l'institut en faveur de la "certitude" et de la transparence est essentiel pour constituer un front commun contre la désinformation. La première étape de la "certitude" consiste à repérer des informations fausses, incomplètes ou manipulées qui mettent en danger l'exercice des droits politico-électorales des citoyen.nes en suscitant la méfiance à l'égard du travail des autorités électorales. A cette fin, les réseaux sociaux et les médias font l'objet d'une surveillance constante à l'aide d'outils technologiques, mais aussi de personnes qui filtrent ce type d'informations, en tenant compte de certains éléments, tels que la mesure dans laquelle l'information est dupliquée et si elle affecte ou non le vote des citoyen.nes le jour du scrutin. Une fois ces informations détectées, c'est au tour du groupe d'analyse. Il est composé de membres issus de différents domaines stratégiques de l'institut, tels que la communication sociale, la présidence, le secrétariat exécutif, la direction de la formation et de la diffusion, l'unité de liaison avec les Etats et le registre électoral fédéral. Cette équipe évalue les informations reçues et, surtout, en vérifie la véracité par différents moyens. Parfois, il suffit de connaître les procédures électorales pour les clarifier et, d'autres fois, il est nécessaire de consulter des sources directes pour connaître les faits de première main. Une fois que l'information précise et complète est en main, l'équipe détermine la manière avec laquelle élaborer une réponse et, par le biais du bureau de communication sociale, diffuser cette réponse de manière spécifique. C'est à dire par le biais d'un Tweet, d'un communiqué de presse, d'une vidéo, d'une infographie ou même d'un appel, si nécessaire, aux médias pour clarifier la question. Afin d'avoir un impact réel sur la désinformation et les "fake-news", ce processus ne peut pas prendre trop de temps, parce qu'il faut considérer qu'un mensonge se propage beaucoup plus vite qu'un fait réel. Le moment de la réponse est donc crucial. En réalité, certaines des

"fake-news" qui circulent le jour du scrutin sont prévisibles. Certains faits sont invariablement sortis de leur contexte et mal interprétés, comme le fait que les responsables des bureaux de vote doivent rayer les bulletins excédentaires pour en éviter une utilisation abusive, par exemple. A cette fin, l'institut prépare en amont des élections du matériel graphique et audiovisuel pour expliquer cette pratique, afin que ce matériel soit prêt à être utilisé lorsque des commentaires remettant en question cette pratique feront leur apparition. Le processus de vérification de CERTEZA n'est pas uniquement déclenché par la surveillance des médias sociaux, les journalistes posent également des questions directes sur des faits ou des processus spécifiques. Le traitement efficace de ces requêtes est le meilleur moyen d'empêcher les "fake-news" de commencer à circuler. Le processus de confiance implique donc non seulement de disposer d'une équipe de veille et de la capacité à prendre des décisions et à obtenir des informations en temps voulu. Il faut construire un modèle de communication basé sur la pédagogie électorale, sur l'élaboration constante de contenus qui expliquent encore et encore les décisions et les activités de l'autorité électorale en utilisant tous les moyens possibles: réseaux sociaux, forums académiques, communication avec les organisations de la société civile et, bien sûr, une relation étroite et fluide avec les médias. Dans le cadre du récent processus de rappel présidentiel, l'équipe de CERTEZA a traité les 127 cas qui lui ont été signalés. La plupart d'entre eux questionnaient l'organisation de la journée de vote. Cela a impliqué la mise en oeuvre de 33 actions de communication en passant par les utilisateurs de Twitter qui est le réseau social où par nature la plupart des fausses nouvelles sont diffusées. Le processus de rappel présidentiel (au Mexique) a mis CERTEZA à l'épreuve. Depuis le rappel présidentiel, les conditions légales ont été réunies pour être réalisées ce, pour la première fois dans l'histoire du pays. L'INE a dû lever toutes sortes de doutes en les expliquant et les clarifiant. La stratégie consistait à ne laisser aucun soupçon s'installer et à s'attaquer aux "fake-news" en temps voulu. C'est la stratégie que nous avons adoptée dans tous les cas, et pas seulement pour le rappel présidentiel, mais pour tous les processus électoraux. C'est la seule voie possible dans un contexte de post-vérité et dans l'esprit du respect de la liberté d'expression. Pour l'instant nous sommes convaincus que seule l'information peut contrecarrer la désinformation. Merci beaucoup.