

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

[00:00:18] Olá, pessoal. Cada vez mais em todo o mundo, os órgãos de gestão eleitoral estão enfrentando desafios que vão além do limite da organização das eleições. Além da complexidade de garantir o direito ao voto livre e informado, e fazê-lo, em muitos casos, sob condições de polarização, intolerância e ataques dos governos. Os órgãos leitorais agora enfrentam o problema da desinformação, notícias falsas e discursos de ódio. O ecossistema de informação no qual as eleições são realizadas hoje é radicalmente diferente daquele de apenas uma década atrás. O contexto atual é caracterizado pelo uso generalizado da Internet, pela prevalência das mídias sociais e até mesmo pela crescente capacidade de gerar e disseminar informações em quase todos os lugares e em todos os momentos. Nesse novo ecossistema, há uma competição acirrada pela atenção do público e pela conquista do voto dos cidadãos. Isso impacta suas capacidades institucionais e ferramentas que os órgãos de gestão eleitoral devem projetar para deter a desinformação, tornar possível o voto informado e criar condições de integridade eleitoral. Para enfrentar esses desafios. No Instituto Nacional Eleitoral do México, criamos uma estratégia que busca reduzir substancialmente os efeitos nocivos da desinformação e notícias falsas no contexto das eleições. É uma estratégia que temos implementado desde as eleições gerais de 2008. O primeiro passo foi que reconhecessemos que a organização das eleições se tornou cada vez mais complexa em muitos casos devido à desconfiança entre os atores políticos. Portanto, precisávamos criar uma estratégia que nos permitisse explicar ao público de forma clara e simples como as eleições são realizadas, quais são suas principais atividades, quais decisões e partes interessadas estamos enfrentando. Isso é, explicar o que chamamos de "Cadeia de Confiança", que é a série de etapas e decisões que oferecem condições para a integridade eleitoral. Essa ênfase no raciocínio público, uma forma de pedagogia, implicou que o Instituto Nacional Eleitoral do México (INE) se comunicasse de forma eficaz, aumentando assim a confiança das pessoas nas eleições. Além disso, as estratégias do INE buscam contribuir para o desenvolvimento de um ecossistema de comunicação que possibilite maior qualidade das informações e aumente os custos sociais de desinformar intencionalmente o público. Para que essa tarefa pedagógica institucional funcione, o momento é essencialmente importante porque um evento explicado após sua ocorrência se torna, na verdade, um controle de danos, em vez de um esforço explicativo genuíno. Ao mesmo tempo, na INE, decidimos nos afastar das abordagens regulatórias e punitivas da liberdade de expressão nas mídias sociais. Nossa abordagem tem sido, desde o início, favorecer a explicação oportuna, verdadeira e clara do processo eleitoral, especialmente das decisões tomadas pelo INE em conformidade com a lei. Nossa abordagem é fasear desinformação com informação e fazê-lo de forma assertiva, não reativa. Então, a estratégia do INE para fasear essas informações foi ancorada em três componentes. Em primeiro lugar, estabelecer alianças com as plataformas de mídia social. Em uma medida internacional sem precedentes em 2018, o INE assinou acordos institucionais com Facebook, Twitter e Google. Esses acordos ajudaram a ampliar o alcance das informações produzidas pela INE, incluindo o grande número de atividades que realizam e as decisões institucionais tomadas em cada eleição. Esses acordos permaneceram em vigor desde então. Uma segunda linha de ação, que foi estratégica para a eleição de 2019, foi a estreita relação com a mídia e a organizações civis para promover e aprimorar a tarefa de verificar as informações que são divulgadas na mídia tradicional e nas mídias sociais. Reconhecendo sua independência em uma batalha junto com a mídia e organizações cidadãs para promover informações verificadas em muitos casos com base em evidências fornecidas pelo próprio INE. O terceiro componente da estratégia do INE tem sido o desenvolvimento

de um sistema para identificar estratégias de desinformação e agir de acordo. Desenvolvido pelo INE, chamamos esse sistema de "certeza", referindo-se ao esforço de enfrentar a incerteza gerada pelas notícias falsas com informações verdadeiras, claras e oportunas. Esse sistema, que opera especialmente no dia da eleição e nos dias que a antecederam, é baseado em um modelo de escuta social, gerenciamento de informações e geração de evidências. Os órgãos eleitorais devem estar preparados para enfrentar as práticas de desinformação e misinformation porque elas afetam o ambiente social e político do qual uma eleição é alimentada. Ou seja, abandonar sua confiança nas instituições e influenciar negativamente o aspecto central das eleições. Os desafios que o ambiente digital impõe à criação da democracia são múltiplos e transversais. O desafio não é adaptar a democracia à era digital, subordinando-se à sua dinâmica, que, aliás, nem sempre é democrática. O desafio é continuar tornando a democracia um projeto essencialmente civil no ambiente digital, possibilitando a liberdade de expressão com a responsabilidade compartilhada da sociedade, mídia tradicional, plataformas de mídia social e, claro, órgãos eleitorais em todo o mundo. Muito obrigado e boa sorte.

[00:07:12] **Karla Garduño** Permanentemente, o Instituto Nacional Eleitoral do Mério trata a desinformação e "fake news" por meio da utilização do programa chamado "CERTEZA" que funciona de maneira intensiva na véspera e durante o dia da eleição. CERTEZA, é um programa que envolve diferentes setores do Instituto, tanto aqueles que gerem a informação, quanto aqueles que tomam as decisões e contam com ferramentas e dados, ou seja, os proprietários dos dados. Se fosse um programa exclusivo do escritório de comunicação social, não poderíamos conhecer de forma oportuna e eficiente cada um dos casos em que são detectados riscos de desinformação ou por informação falsa. O compromisso de todo o Instituto com a certeza e transparência é fundamental para construir uma frente comum contra a desinformação. O primeiro passo do CERTEZA é localizar uma informação falsa, incompleta ou manipulada, que coloca em risco os direitos político-eleitorais dos cidadãos ao gerar desconfiança no trabalho das autoridades eleitorais. Para isso, se realiza um monitoramento constante das redes sociais e da mídia com ferramentas tecnológicas, mas também com pessoas que filtram este tipo de informação, considerando alguns elementos, como o quão replicada é a informação e se isso afeta a decisão dos eleitores de votar ou não no dia das eleições. Uma vez que esta informação é detectada, é a vez do grupo de análise. São integrantes de diversas áreas estratégicas do Instituto, como a área de comunicação social, a presidência, a secretaria executiva, a diretoria de capacitação e difusão, a unidade de articulação com os estados e o cadastro eleitoral federal. Esta equipe valoriza a informação recebida, e sobretudo, verifica sua veracidade através de diversos meios. Às vezes só é necessário conhecer os procedimentos eleitorais para esclarecê-los, e outras vezes, é necessário consultar fontes para conhecer os fatos em primeira mão. Com as informações completas e corretas em mãos, a equipe determina como a resposta é construída, e por meio da comunicação social, esta resposta é dada de forma específica. Ou seja, por meio de um tweet, um comunicado, um infográfico ou até mesmo uma chamada para esclarecer sobre o tema com a mídia, se necessário. Para ter um impacto real na desinformação ou nas notícias falsas, esse processo não pode demorar muito. De fato, algumas das notícias falsas que circulam no dia das eleições são previsíveis. Existem certos processos que são invariavelmente descontextualizados e mal compreendidos, como o fato dos oficiais de votação terem que riscar todas as células restantes para evitar seu uso indevido, por exemplo. Para isso, o Instituto está previamente preparado com materiais gráficos e audio-visual que explicam esse processo antes do dia das eleições, para que estejam prontos para serem usados de forma intensiva quando surgirem comentários questionando essa atividade cotidiada. O processo de verificação do CERTEZA não é acionado apenas pelo monitoramento das redes sociais, os jornalistas também fazem

consultas na plataforma sobre eventos diretos ou processos específicos. E sanar essas dúvidas com eficiência é a melhor forma de evitar que as notícias enganosas comecem a circular. O processo do CERTEZA, então, não implica apenas ter uma equipe de monitoramento e a capacidade de tomar decisões e obter informação em tempo hábil. Pelo contrário, requer a construção de um modelo de comunicação baseado na pedagogia eleitoral, na constante elaboração de conteúdos que expliquem continuamente as decisões e atividades da autoridade eleitoral por todos os meios possíveis: redes sociais, fóruns acadêmicos, comunicação com organizações da sociedade civil e, claro, a relação fluída com a mídia. No processo de cassação do mandato passado, a equipe do CERTEZA, atendeu o total de 127 casos notificados. A maioria questionando a organização do dia. Ou seja, cada um deles foi realizado para esclarecê-los. Isso envolveu a implementação de 33 ações de comunicação; desde newsletters até respostas diretas aos usuários do Twitter - que é a rede social, onde, por natureza mais notícias se espalham. A revogação do mandato colocou à prova o processo CERTEZA. Como o Instituto foi incumbido de realizá-lo pela primeira vez na história do país, foi necessário explicar e esclarecer dúvidas de todos os tipos. A estratégia era não permitir que qualquer suspeita crescesse e combater as notícias falsas o mais rápido possível. Essa é a estratégia que adotamos em todo o caso, não apenas na revogação do mandato. A única possível em meio a um contexto de pós-verdade e com o objetivo de respeitar a liberdade de expressão. No momento estamos convencidos de que apenas a informação pode converter a desinformação. Muito obrigada.