

## The impact of online harmful practices on the electoral cycle and tools to tackle them PT (Portuguese)

[00:00:18] Bem-vindos(as) ao módulo três do MOOC sobre Informação e Eleições na Era Digital. Este curso é organizado pelo Centro Knight para o Jornalismo nas Américas com o apoio da UNESCO e do PNUD. Estou muito feliz que você esteja aqui hoje. Meu nome é Alberta Piterbarg, especialista eleitoral na UNESCO e a instrutora principal deste curso hoje. Neste módulo, analisaremos o impacto das práticas nocivas nas eleições e as possíveis respostas para enfrentar e mitigar seus efeitos negativos. Analisaremos as diversas estratégias e técnicas usadas para espalhar desinformação, misinformation, discurso de ódio e outras práticas nocivas. Falaremos sobre os principais alvos de desinformação dentro do ciclo eleitoral e começaremos a ver como articular soluções e respostas a esses desafios. Para isso, precisaremos revisar da ligação entre o ciclo eleitoral, o calendário eleitoral e o planejamento operacional. Então, vamos falar sobre as estratégias e técnicas para divulgar essas desinformação. Antes de tudo, precisamos estar familiarizados com as estratégias e técnicas para divulgar essas informações. Existem muitas, mas abordaremos cinco das principais estratégias para espalhar essas desinformação, misinformation e malinformation. Veremos comportamento coordenado e inautêntico, operações de informação e campanhas de influência, a amplificação computacional da desinformação, narrativas falsas ou enganosas e conteúdo visual enganoso. Vamos começar comportamento coordenado e inautêntico. A coordenação de comportamentos inautênticos ocorre quando os atores se coordenam entre si para enganar as pessoas sobre quem são e o que estão fazendo. Esse método tem sido amplamente explorado para obter ganhos políticos em todo o mundo durante os últimos anos, e o comportamento coordenado e inautêntico on-line pode fazer uso de perfis falsos, usuários anônimos, trolls e bots. Esses elementos podem assediar, provocar ou intimidar individualmente outros usuários reais. Os diferentes objetivos do comportamento coordenado e inautêntico são gerar mais tráfego e/ou silenciar certas opiniões, dependendo das motivações dos instigadores, e influenciar as opiniões públicas e, finalmente, impactar na tomada de decisões. Algo que é particularmente sensível durante os processos eleitorais. Mas o que é um "Troll"? Basicamente, um troll é uma pessoa ou usuário que assedia sistematicamente outros usuários online, e por isso, ele pode ser interpretado como um troll. Esse tipo de usuário provoca ataques perturbados a outros usuários com ferramentas digitais, com o objetivo de criar uma forte reação ou silenciar as pessoas. Trolls buscam respostas emocionais e geralmente se escondem atrás do anonimato. Outra forma de perturbar, isso é, distribuir desinformação, misinformation e malinformation é chamada de operações de informação. Operações de informação são uma forma de coletar informações táticas e disseminar propaganda para tentar obter vantagem competitiva. Um conceito semelhante é o de campanhas de influência que tentam alcançar um resultado estratégico e geopolítico, como o resultado eleitoral. A amplificação computacional da desinformação com bots de micro segmentação ou contas falsas tenta promover e compartilhar certos tipos de conteúdo. Então, esses impactos de amplificação, por exemplo, no que vimos durante o primeiro dia do módulo, o conteúdo viral, pode ser parte da amplificação computacional dessas informações. E também precisamos entender o conceito de micro segmentação. O que é micro segmentação? É uma nova forma de propaganda política que normalmente envolve monitorar o comportamento online das pessoas e usar os dados coletados relacionados ao conceito de big data que vimos no módulo 1, às vezes violando outros dados e exibir anúncios ou conteúdo direcionados individualmente ou propaganda para certo usuários. Narrativas falsas e enganosas, como artigos de notícias ou conteúdo documental, pretendem parecer conteúdos reais. Elas são realmente publicados para enganar ou fornecer informações incorretas com a ideia de criar, confundir ou desestabilizar os usuários, isso

inclui conteúdo ideológico extremo, hiperpartidário ou de conspirações, bem como várias formas de propaganda para chamar sua atenção. As narrativas falsas ou enganosas costumam ser acompanhadas por vídeos, fotos, letras maiúsculas excessivas, palavras e imagens carregadas de emoção e também de premissas lógicas. Vimos muitas dessas estratégias para disseminar desinformação, misinformation e malinformation durante a pandemia da COVID-19. Mas e quanto ao conteúdo visual enganoso? Muitas das informações que circulam nas redes sociais, na Internet e nas plataformas são visuais, como fotos, vídeos e memes. Isso pode ser um particularmente persuasivo, estes conteúdos visuais são compartilhados com mais frequência e são favorecidos pelos algoritmos das plataformas sociais. Além disso, os seres humanos processam o conteúdo visual mais rápido, geralmente levando a respostas emocionais, o que diminui a probabilidade de usarem habilidades analíticas. Além disso, pode ser impossível rastrear a origem de algumas imagens. Então, agora vimos quais são as estratégias de disseminação e agora vamos olhar para os principais alvos de desinformação, misinformation (informação incorreta) e malinformation (má-informação) durante o ciclo eleitoral. Em primeiro lugar, diríamos que um dos principais alvos são órgãos eleitorais, reguladores eleitorais, instituições governamentais relacionadas a eleições e outras partes interessadas eleitorais. O objetivo é muito simples: desacreditar as instituições eleitorais e prejudicar e interferir no processo eleitoral. Isso pode ir desde a divulgação de informações enganosas sobre o processo de registro eleitoral até a independência e transparência de uma determinada comissão eleitoral, até mesmo anunciar os resultados finais que podem ser estipulados apenas nas redes ou denunciar fraudes imaginárias. Outro alvo das campanhas de desinformação, misinformation e malinformation são os candidatos. Isso visa dissuadir atores políticos de concorrer como candidatos ou intimidá-los para fazê-los renunciar. Informações falsas sobre candidatas mulheres se espalham de forma mais rápida e intensa do que a desinformação sobre candidatos homens. Desinformação com vieses de gênero costuma ser usado para envergonhar e dissuadir as mulheres de participarem da política ou até mesmo de irem votar. Outro alvo de campanhas de desinformação dependendo do sistema eleitoral, podem ser os partidos políticos, grupos políticos ou até mesmo candidatos independentes. Dependendo do sistema eleitoral e da estrutura legal, alguns partidos políticos, candidatos ou grupos políticos podem ter menos recursos para suas campanhas políticas do que outros. Obviamente, isso depende do país e do contexto e da estrutura legal. Mas isso faz com que alguns atores políticos fiquem mais vulneráveis do que outros atores porque se há atores que podem investir mais dinheiro e mais recursos em campanhas de desinformação para prejudicar outros candidatos, isso pode criar desequilíbrio na equação política e a desigualdade no acesso à participação política. Assim, desinformação pode não ser apenas uma forma de criar propaganda política e influenciar os eleitores, mas também uma forma de desestabilizar e gerar desigualdade entre candidatos e diferentes grupos políticos. Quando o alvo é uma minoria, como por exemplo membros de alguns grupos mais vulneráveis, é comum dissuadir pessoas de grupos específicos a concorrer como candidatas ou fazer com que renunciem se já forem candidatas. Grupos mais vulneráveis podem ser alvo de desinformação durante as eleições, o que também alimenta a intolerância e a polarização social. Quando os alvos são jornalistas, meios de comunicação e jornalistas cidadãos, o objetivo na maioria das vezes é prejudicar a reputação da mídia e desacreditá-la. Então, dessa forma, também fariam com que as informações compartilhadas pela mídia fossem desacreditadas. Entre esses alvos, as jornalistas mulheres enfrentam riscos específicos de gênero, além daqueles enfrentados por todo mundo. Portanto, elas também são mais vulneráveis a ataques de reputação ou ao uso de informações privadas para desestabilizá-las ou desacreditá-las. Quando os cidadãos e os eleitores em geral são os alvos dessas campanhas, o objetivo também é manipulá-los e influenciar suas decisões, seja para ir

votar, não ir votar, gerar medo de que algo aconteça apenas para ir aos centros de votação ou para participar como candidatos políticos ou como equipe de votação, etc. Novamente, existem diferenças entre como as mulheres e os homens podem ser influenciados ou alcançados por esse tipo de propaganda e manipulação. Continuaremos com o modelo três após uma pequena pausa. Bem, vamos continuar. Fico feliz em ver você de volta. Agora vamos falar um pouco sobre o calendário eleitoral. Cada ciclo eleitoral é traduzido em um calendário eleitoral completo. O calendário eleitoral informa todas as partes interessadas as datas principais de um determinado processo eleitoral. A abordagem do ciclo eleitoral e o calendário eleitoral são os pilares de um plano operacional de gestão eleitoral. E os pilares do planejamento e das ações e atividades relacionadas às eleições, incluindo as iniciativas para prevenir e combater a desinformação, misinformation, malinformation e discurso de ódio. O planejamento operacional eleitoral geralmente é feito pelas autoridades eleitorais e mostra como e quando cada atividade será realizada. Cada atividade precisa ser direcionada aos objetivos estabelecidos de forma estratégica e, em seguida, ser refletida no orçamento. Ter recursos financeiros adequados é fundamental não apenas para a implementação, mas também para estar preparado para contingências. Vamos ver agora como lidar com a desinformação, misinformation e malinformation. Mas, para isso, precisamos ter em mente não apenas a ideia do ciclo eleitoral, mas o fato de que esse ciclo eleitoral será adaptado a um determinado calendário eleitoral e todas as operações serão implementadas após o planejamento estratégico. Portanto, as formas de lidar com a desinformação, misinformation e malinformation precisam ser integradas nesse processo de planejamento operacional com antecedência. Em primeiro lugar, para implementar soluções, procurar medidas e maneiras de lidar com campanhas de desinformação e discurso de ódio, todos precisam estar envolvidos em todos os níveis. Medidas eficazes exigem uma série de respostas para vários atores. As medidas podem ter diferentes níveis de impacto e serem projetadas para períodos de curto, médio e longo prazo. As respostas para combater a desinformação podem ser organizadas em quatro categorias: medidas preventivas, identificação, verificação de fatos e medidas de monitoramento, medidas regulatórias e regulatórias, e corretivas ou contendo medidas corretivas. Medidas preventivas são coisas que podemos fazer antes de ter todas as informações que examinamos nos últimos três módulos. Sabemos que há diferentes tipos de desafios que precisaremos enfrentar ao nos prepararmos para esse ciclo eleitoral específico. Portanto, durante as medidas preventivas e em relação ao conhecimento que já temos, as medidas de identificação e monitoramento podem ocorrer uma vez que os processos já estejam em vigor. E a contenção de medidas corretivas também pode ser implementada durante esse período. Depois dessa parte que geralmente coincide com o período pós-eleitoral, tentaremos revisar as medidas regulatórias e não-regulatórias e começar a traçar estratégias para a próxima etapa eleitoral. Vamos fazer uma recapitulação do módulo três. Durante este módulo, abordamos estratégias e técnicas para espalhar desinformação, misinformation e malinformation; os principais alvos da desinformação dentro do ciclo eleitoral; a relevância do calendário eleitoral e sua conexão com o ciclo eleitoral embora o planejamento operacional eleitoral seja fundamental para processos eleitorais e para combater a desinformação; e quais são as quatro categorias que agrupam as principais respostas para resolver esse problema. No próximo módulo, continuaremos examinando detalhadamente as quatro categorias de respostas e, em particular, nos concentraremos nas preventivas. Muito obrigada por estar conosco. Nos vemos na próxima semana, no módulo quatro. Até logo!