

Desinformação em Democracias:

Fortalecendo a Resiliência Digital na América Latina

Após um esforço de um ano para expor e explicar a desinformação na América Latina, o Adrienne Arsht Latin America Center e DFRLab do Atlantic Council propõem as seguintes recomendações para serem consideradas pelo governo, empresas de tecnologia e mídias sociais, empresas de telecomunicações, organizações de verificação de fatos e mídia, a sociedade civil e instituições acadêmicas, e instituições internacionais. Essas sugestões visam abordar os principais desafios coletivos da desinformação e automação em um ambiente de informações que muda rapidamente.

DESAFIO	SOLUÇÃO PROPOSTA	COMO
GOVERNO		
Às vezes, autoridades eleitorais são incapazes de verificar informações falsas ou suspeitas de automatização relacionadas a órgãos eleitorais em tempo hábil. Algumas suspeitas não são checadas ou são analisadas apenas depois das eleições. Isso pode exacerbar a desconfiança no sistema eleitoral.	Autoridades eleitorais podem dar respostas mais rápidas sobre suas investigações e ser mais transparentes sobre medidas tomadas para investigar e combater vulnerabilidades no sistema eleitoral.	Autoridades eleitorais podem se comunicar mais frequentemente com repórteres e “fact-checkers,” otimizar a comunicação interna para permitir tempos de resposta mais rápidas e publicar mais detalhes sobre os passos que estão sendo tomados para combater a desinformação e corrigir vulnerabilidades, principalmente durante períodos de campanha eleitoral. Isso pode ser feito em colaboração com a polícia, meios de comunicação e influenciadores digitais.
A polícia e o Ministério Público são, em alguns casos, os únicos atores que podem verificar alegações que exigem uma investigação oficial.	A polícia e o Ministério Público podem ser mais transparentes em relação a investigações em curso e a resultados obtidos, desde que essa transparência não afete o andamento das investigações.	A polícia e o Ministério Público podem dedicar mais recursos a investigações relacionadas a desinformação eleitoral e comunicar mais claramente os resultados ao público com ajuda dos meios de comunicação e funcionários públicos locais.
As leis eleitorais em muitos países impedem que governos publiquem certas informações durante o período eleitoral para evitar propaganda eleitoral indevida. Alguns países também têm regras que proíbem a mídia de publicar notícias relacionadas aos candidatos no período imediatamente anterior à votação. Essas leis impossibilitam que eleitores consultem fontes oficiais para verificar informações.	Órgãos governamentais, como a Procuradoria Geral em diferentes países, podem estabelecer orientações mais claras sobre leis já existentes que impedem instituições públicas de publicarem informações eleitorais. Também podem debater se essas leis poderiam ser reestruturadas em um ambiente digital, em que eleitores dependem cada vez mais das redes sociais e da internet para obter informações ligadas às eleições.	Órgãos governamentais, como a Procuradoria Geral em diferentes países, podem definir melhor e fornecer mais clareza sobre quais informações podem ser publicadas por instituições públicas durante as eleições. Esses esclarecimentos podem ser publicados na internet e divulgados ao público antes e durante as eleições, com o apoio da mídia e de funcionários públicos. A mídia deveria ser autorizada a expor desinformação relacionada ao processo eleitoral até o dia da eleição.

DESAFIO	SOLUÇÃO PROPOSTA	COMO
---------	------------------	------

GOVERNO

<p>As leis eleitorais não foram atualizadas para considerar novas tendências no consumo de informações digitais. É difícil para os promotores investigarem casos envolvendo análise forense digital, ou casos que não têm penalidades claramente definidas para atores envolvidos em desinformação ou automação.</p>	<p>As autoridades eleitorais, a polícia, o Ministério Público e o Judiciário devem debater possíveis atualizações das leis de difamação e calúnia que se apliquem a um mundo digitalmente conectado.</p>	<p>Nos níveis nacional e subnacional, os governos podem discutir leis sobre a transparência dos gastos com publicidade na internet. Quando relevante, os governos também podem colaborar com empresas de tecnologia e redes sociais para publicar relatórios nos quais os partidos políticos de todos os níveis de governo são responsabilizados por seus gastos e compras de cobertura de mídia, especialmente quando essas despesas estão relacionadas à contratação de empresas de marketing para enviar propaganda política por meio de plataformas de mensagens criptografadas.</p>
<p>Desinformação e informação falsa sobre o próximo ciclo de eleições locais começam a aparecer logo após o fim de um período eleitoral.</p>	<p>Autoridades eleitorais podem formar grupo interdisciplinar para discutir possíveis medidas baseadas em lições aprendidas com as eleições presidenciais de 2018.</p>	<p>Autoridades eleitorais podem criar órgãos especiais com múltiplos grupos para fomentar o debate sobre a desinformação em eleições locais e capacitar ainda mais funcionários em municípios para que eles possam reconhecer e verificar informações falsas em colaboração com atores independentes, como organizações da sociedade civil.</p>

EMPRESAS DE TECNOLOGIA E REDES SOCIAIS

<p>Plataformas criptografadas apresentam barreiras de entrada para repórteres e pesquisadores que desejam entender a desinformação e entender como tais plataformas podem servir como vetores para a disseminação da desinformação durante os períodos eleitorais.</p>	<p>Plataformas criptografadas podem prover mais informações sobre como funcionam as plataformas e quais ações estão sendo tomadas ou poderiam ser implementadas para impedir a disseminação da desinformação.</p>	<p>Plataformas criptografadas podem compartilhar informações que criam uma imagem do uso da plataforma - como quantos grupos existem, quantos desses têm links públicos para acesso e o tamanho dos grupos por categorias - para permitir a investigação independente da desinformação por verificadores de informações e meios de comunicação. Além disso, as plataformas podem considerar se comunicarem diretamente com seus usuários sobre a ameaça de desinformação por meio de notificações automáticas com anúncios de serviço público, por exemplo.</p>
<p>Algumas plataformas funcionam tanto para trocar mensagens individualmente quanto para enviar mensagens em massa, de um usuário para vários. A natureza criptografada da plataforma, somada a recursos de envio de mensagens que possibilitam que elas viralizem, abrem portas para a disseminação da desinformação.</p>	<p>Empresas de tecnologia e redes sociais, ao entender as implicações das funcionalidades de mensagens individuais e mensagens em massa, podem modificar as características de seus produtos com base em vulnerabilidades.</p>	<p>Plataformas criptografadas, ao entender melhor os efeitos dos recursos que oferecem a seus usuários, podem modificar as opções de modo a minimizar as características de transmissão que aumentam o potencial de que a desinformação se torne viral, sem qualquer forma de verificadores de informação e repórteres poderem rastrear sua propagação.</p>

DESAFIO	SOLUÇÃO PROPOSTA	COMO
---------	------------------	------

EMPRESAS DE TECNOLOGIA E REDES SOCIAIS

<p>Regras de comportamento de usuário em algumas plataformas de tecnologia e redes sociais não são sempre claras o suficiente para todos os usuários, o que leva alguns grupos e indivíduos a argumentar que eles são injustamente censurados nas redes sociais.</p>	<p>Empresas de tecnologia e redes sociais podem fornecer regras mais claras sobre as normas e termos de serviço em relação ao comportamento do usuário em suas plataformas.</p>	<p>Empresas de tecnologia e redes sociais podem otimizar e comunicar claramente as regras sobre seus termos de serviço e compartilhar mais informações com o público sobre as páginas e contas que foram removidas/ desativadas, de modo a aumentar a compreensão do que é considerado comportamento não autêntico. A quantidade de informação compartilhada deve ser cuidadosamente estudada para levar em conta possíveis riscos de segurança e riscos à privacidade.</p>
<p>Há ocasiões em que as empresas de tecnologia e as redes sociais carecem de conhecimento sobre o contexto político no nível nacional ou subnacional e os fluxos de desinformação específicos para o país.</p>	<p>Empresas de tecnologia e redes sociais podem criar mais parcerias com instituições locais e organizações da sociedade civil para entender melhor os desafios locais de desinformação.</p>	<p>Empresas de tecnologia e redes sociais podem capitalizar com base em canais de comunicação criados com terceiros durante as eleições de 2018 para aprofundar e expandir seus conhecimentos em acontecimentos políticos locais e consumo de informações. As empresas podem abrir ou expandir escritórios necessários nos principais mercados para acelerar o tempo requerido para abordar e resolver violações dos termos de serviço.</p>

EMPRESAS DE TELECOMUNICAÇÃO

<p>Políticas de “zero-rating” desestimulam usuários a sair das redes sociais incluídas no pacote de dados para verificar informações de forma independente.</p>	<p>Empresas de telecomunicação e empresas de tecnologia e redes sociais, podem reconsiderar políticas de “zero-rating” com ênfase em desinformação.</p>	<p>Empresas de telecomunicação podem colaborar com empresas de tecnologia, redes sociais e verificadores de informações para discutir a possibilidade de incluir sites de verificação de informações como parte das políticas de “zero-rating,” de modo que os usuários possam acessar mais recursos quando interagirem com informações nas redes.</p>
---	---	--

AGÊNCIAS DE FACT-CHECKING E A MÍDIA INDEPENDENTE

<p>Agências de fact-checking têm dificuldade em alcançar o público mais afetado pela desinformação ou aqueles que dependem, principalmente, de plataformas de mensagens criptografadas para obter notícias.</p>	<p>Agências de fact-checking e a mídia independente podem considerar novos conteúdos e um novo formato que tenha maior impacto e que envolva os usuários mais predispostos a consumir desinformação nas redes sociais.</p>	<p>A mídia pode experimentar novos formatos de transmitir conteúdo para aprender o que é mais claro para usuários e o que tem o maior impacto nas redes sociais. A mídia também pode se dedicar mais a monitorar a opinião pública e as reações a esses experimentos para adaptar as mensagens com mais eficiência.</p>
<p>Às vezes, fact-checkers e meios de comunicação ampliam a desinformação em suas tentativas de abordar casos individuais de desinformação, o que pode expandir o problema e exacerbar a desconfiança.</p>	<p>Fact-checkers podem melhorar e aumentar a verificação de narrativas em vez de apenas instâncias individuais de desinformação. Também podem direcionar checagens aos públicos afetados pela desinformação.</p>	<p>Agências de fact-checking podem melhorar seu uso de ferramentas de análise para compreender melhor como ocorre o consumo de informações falsas e quais grupos que veriam o valor de receber artigos verificados.</p>

DESAFIO	SOLUÇÃO PROPOSTA	COMO
---------	------------------	------

AGÊNCIAS DE FACT-CHECKING E A MÍDIA INDEPENDENTE

Nem todas as organizações de verificação de informações e meios de comunicação independentes tem a confiança do público.	Agências de 'fact-checking' e a mídia podem trabalhar para aumentar a transparência nas reportagens e na metodologia para fortalecer a credibilidade. A mídia independente também pode continuar a respeitar os mais altos padrões de integridade jornalística.	A mídia deve garantir que as partes mais relevantes de um debate sejam retratadas em artigos. A mídia deve sempre checar se suas fontes são confiáveis e verificar as informações que serão publicadas. Erros devem ser corrigidos imediatamente.
--	---	---

A SOCIEDADE CIVIL E INSTITUIÇÕES ACADÊMICAS

As descobertas acadêmicas sobre a desinformação nem sempre atingem o público em geral ou são usadas de forma efetiva no debate público.	Pesquisadores acadêmicos podem melhorar sua comunicação com a mídia e o público em geral.	Os círculos acadêmicos podem se associar mais frequentemente à mídia para divulgar os resultados de seus estudos e manter conversas diretas com organizações da sociedade civil e atores políticos.
A sociedade civil e instituições acadêmicas às vezes não conseguem acessar dados de redes sociais e plataformas digitais para poder pesquisar desinformação.	A sociedade civil e as instituições acadêmicas podem continuar focando em pesquisas e em desenvolver novas colaborações que lhes permitam estudar o comportamento dos usuários nos espaços onde as informações são consumidas.	A sociedade civil e as instituições acadêmicas, em colaboração com empresas de tecnologia e redes sociais, incluindo plataformas criptografadas, podem trabalhar para abrir novas portas para analisar o ambiente de informações em espaços digitais e plataformas onde os usuários as consomem mais ativamente.

ORGANIZAÇÕES INTERNACIONAIS

Muitas vezes, a natureza da desinformação é transnacional e pode representar uma ameaça às democracias. Esse tipo de ameaça não respeita fronteiras físicas.	Organizações internacionais podem continuar a incluir esforços para combater a desinformação como parte das iniciativas de monitoramento eleitoral e continuar financiando investigações locais, 'advocacy', projetos de educação e de comunicação social destinados a combater a desinformação.	Organizações internacionais podem treinar melhor os observadores eleitorais para entender os fluxos e a dinâmica da desinformação, e continuar seu apoio a projetos transversais para abordar o problema em diferentes regiões do mundo.
--	--	--