

2022 Y LA ODISEA DEL COMBATE CONTRA LA DESINFORMACIÓN EN BRASIL

Nina Santos

- *Análisis de la lucha por la información en las elecciones de 2022* •

RESUMEN

La desinformación se presenta como un problema serio y complejo para las democracias modernas. Por un lado, demanda criterios y normas estatales para su enfrentamiento, por otro exige un cuidado en relación a la protección de libertades y a la garantía y promoción de un entorno digital más saludable e inclusivo. Esta pequeña reflexión analiza las elecciones brasileñas del 2022 en relación a la odisea que fue enfrentar la desinformación, en un contexto de intensa polarización y amenazas democráticas.

PALABRAS CLAVE

Plataformas digitales | Desinformación | Elecciones | Debate público

Las elecciones de 2022 fueron, sin duda alguna, un hito en la historia de la desinformación en Brasil. La campaña electoral y las embestidas de la extrema derecha en el uso de la desinformación como estrategia política provocaron movimientos importantes, por parte de las plataformas digitales, de la sociedad civil y del poder público, en la búsqueda de formas de combatir este problema que está minando democracias por todo el mundo. Para entender mejor ese contexto, puede ser útil pensar en tres momentos distintos: la preparación del terreno, el calentamiento de motores y la aceleración que generó acciones de emergencia.

1 • Preparación del terreno

Hay que reconocer que las elecciones de 2018 en Brasil dejaron un legado. Si ese legado no necesariamente permitió la construcción de soluciones robustas para el tema de la desinformación, por lo menos hizo con que, desde el comienzo, estuviese en el centro del debate. Exactamente por eso, hubo una preparación del terreno para las elecciones. Para las elecciones de 2022, el Tribunal Superior Electoral (TSE) tuvo una reunión con las plataformas digitales: Twitter, TikTok, Facebook, WhatsApp, Google, Instagram, YouTube, Kwai y Telegram para establecer un diálogo constante, firmando colaboraciones y memorandos de entendimiento con las mismas. Es decir, había términos acordados, aunque insuficientes, sobre lo que debería hacerse durante las elecciones.

Ese paso significativo pareció funcionar en el comienzo de la campaña política de 2022. Hasta la semana que precedió al primer turno, predominaba una percepción de que la desinformación estaba bajo control, sin grandes impactos, como se había visto en 2018. Las 48 horas anteriores al primer turno, no obstante, mostraron que no era exactamente así. Hubo movimientos rápidos que se aprovecharon de un momento de vacío en la comunicación – cuando ya no había horario electoral gratuito ni mítines –, de la indulgencia de las plataformas y de la demora de las decisiones judiciales. Fue así como, por ejemplo, un video que afirmaba que el traficante [Marco Willians Herbas Camacho] Marcola, había declarado votar a Lula estuvo 16 horas en el aire, entre las 20h30 de la víspera del primer turno y las 12h30 del día de la votación.¹

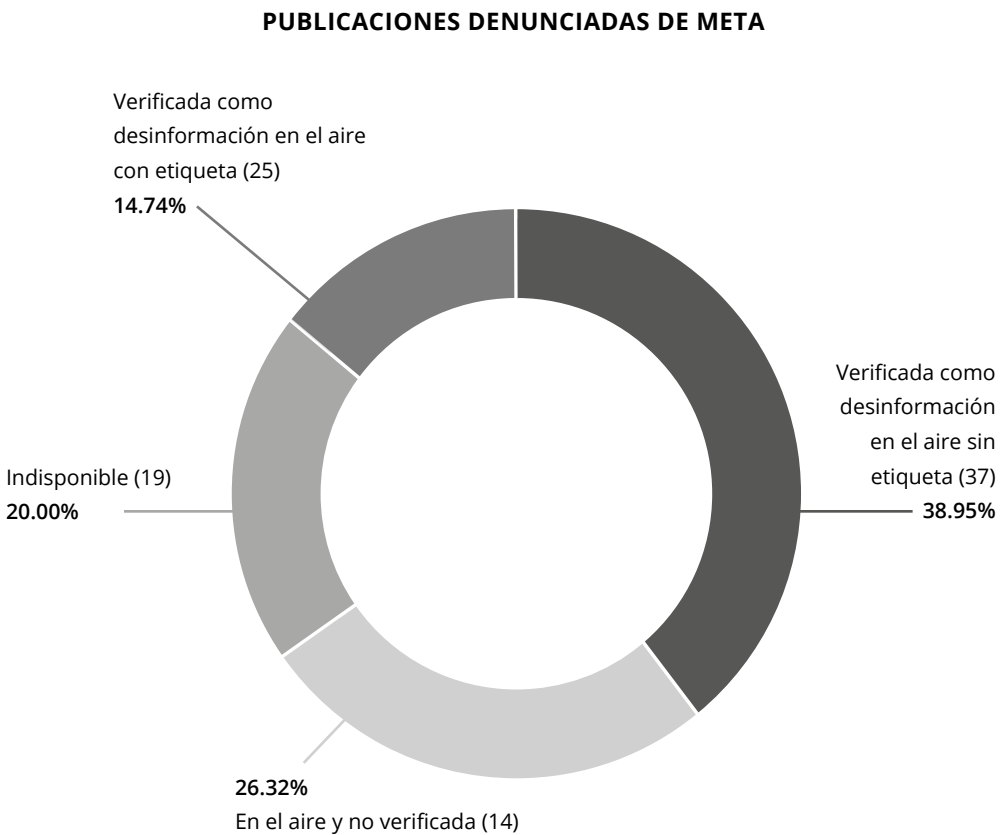
2 • Calentamiento de motores

El paso al segundo turno aceleró más aún la lucha informativa, cambiando fuertemente la percepción de tranquilidad. El presidente del TSE, Alexandre de Moraes, llegó a declarar, en una reunión con Google, Kwai, LinkedIn, Meta, TikTok, Twitch y Twitter, que la situación de la desinformación era un desastre.² La necesidad de una eliminación más rápida de contenidos en respuesta a las decisiones judiciales era una de las principales cuestiones planteadas por el ministro.

En ese momento, puede decirse que los problemas eran de dos órdenes. Por un lado, las políticas de las plataformas eran insuficientes para lidiar con diversos aspectos de la desinformación, como aquellos vinculados específicamente a candidatos y candidatas y aquellos relacionados

a la sublevación democrática; por otro, los términos ya anunciados y acordados por las plataformas con el TSE no estaban siendo cumplidos completamente: Anuncios políticos *on-line*, prohibidos en el día de la elección del primer turno, permanecieron en el aire; contenidos señalados como problemáticos por la Corte no fueron retirados y diseminadores reiterados de desinformación no fueron punidos. Estas irregularidades fueron señaladas en una serie de informes publicados en ese periodo. Destacamos especialmente la serie de estudios producidos por Netlab, de la UFRJ.³

El siguiente gráfico, por ejemplo, muestra cómo casi el 40% de las publicaciones consideradas problemáticas en la plataforma Meta permanecían en el aire, sin ningún tipo de etiquetado.



Fuente: Netlab/UFRJ (2022).⁴

3 • Acciones de emergencia

Este escenario hizo que el TSE decidiese adoptar medidas de emergencia. Concentró poderes en sí mismo, permitiendo que el tribunal actuase de oficio contra la desinformación, además

de ampliar la prohibición de anuncios a 48 horas antes y 24 horas después de la contienda electoral y ampliar las decisiones de retirada de contenido para copias idénticas de contenidos originales. Pasado el proceso electoral, acciones como esas sin duda merecen una larga discusión. La concentración de poderes en un solo órgano, en este caso el TSE, fue importante como acción inmediata, pero puede no ser la mejor opción a largo plazo. La complejidad del tema requiere pesos y contrapesos para garantizar puntos de vista diferentes y posiblemente en conflicto. Aparte de eso, la desinformación no se limita al periodo electoral. ¿Cómo queda ese conflicto en el momento en el que el TSE deja de estar en el centro de las acciones judiciales? Ese y otros puntos precisan ser debatidos para encontrar caminos lo más democrático posibles para lidiar con las decisiones sobre lo que vale o no en el debate público. Durante la campaña, sin embargo, esas acciones se mostraron importantes y efectivas para combatir el escenario de desinformación que se intensificaba. En una contienda tan reñida como ésta, habría sido una tragedia que la desinformación fuera la responsable de cambiar el resultado de las elecciones basándose no en los deseos de los y las votantes, sino en la creación de una falsa sensación de realidad.

4 • El porvenir

Es importante decir, no obstante, que especificar el impacto de la desinformación sobre la decisión de voto sigue siendo un desafío. Aunque la observación de patrones de comunicación pueda servir de indicador, es una correlación difícil de establecer. Esa dificultad viene, incluso, del hecho de que el ambiente digital cambia profundamente la forma de hacer campaña política, y eso va mucho más allá de la desinformación. Las formas de comunicarse, de crear hechos políticos, de movilizar electores y de influenciar la agenda son otras y eso aún causa extrañeza en un país acostumbrado a una campaña centrada en la televisión. No por casualidad un actor político como André Janones ha obtenido atención en el campo de la izquierda justamente por conseguir entender y apropiarse de esa lógica de la comunicación. La pregunta que queda es: ¿cuáles son de hecho los parámetros que deben guiar la comunicación política digital para que ella sirva para producir más, y no menos, democracia?

Ciertamente las elecciones de 2022 en Brasil nos dejaron algunas pistas. Primero, el modelo de autorregulación de las plataformas digitales por sí solo no funciona. Necesita parámetros nacionales que sean respetados y mecanismos de transparencia, supervisión y *accountability*. Segundo, la falta de parámetros legales, construidos colectivamente y fruto de una amplia discusión social, deja en mano del poder judicial decisiones de emergencia y acciones rápidas que pueden generar controversias. En tercer lugar, una sociedad civil activa y capacitada para lidiar con cuestiones digitales es absolutamente esencial a la hora de garantizar la supervisión y la presión social para el avance continuo de los parámetros. Cuarto, el papel del periodismo serio en la producción de información de calidad y en la producción de confianza en las instituciones es otro pilar fundamental de este combate.

Con el nuevo gobierno que comienza y la tregua en la amenaza antidemocrática que se cernía sobre Brasil, continúa el desafío de construir caminos para la consolidación de un

espacio digital saludable, plural y democrático, garantizando derechos e inhibiendo usos de ese espacio para falsear la realidad. Eso implica, sin duda, que las cuestiones de género y raza necesitan ser tratadas como estructurales y transversales a los debates sobre lo digital. Más que nunca el mundo digital es hoy una más de las vertientes muy reales de nuestras vidas, lo que significa que las desigualdades históricas de nuestra sociedad impregnan el mundo digital y deben ser así tratadas.

Aparte de eso, el nuevo gobierno ha insinuado que priorizará la cuestión de la desinformación y del debate sobre reglas para el entorno digital.⁵ Eso apunta a una intensificación del debate sobre la regulación de las plataformas digitales, lo que sin duda exigirá una gran movilización de quien investiga y trabaja con ese tema. La delgada línea que separa, por un lado, el combate a las *fake news*, a los discursos de odio y a la desinformación en el sentido más amplio y, de otro, la protección de derechos como el de la libertad de expresión y de la privacidad no es fácil de ser establecida, pero se volvió esencial para cualquier sociedad realmente democrática.

Por último, creo que es estratégico reorientar el debate: la desinformación es una parte esencial, pero solo una parte del problema. En el fondo, el debate que intentamos moderar cada día es el de cómo construir un entorno digital más saludable e inclusivo; cómo construir estructuras y formas de apropiación de lo digital que nos permitan profundizar y mejorar los mecanismos democráticos.

NOTAS

1 • “TSE manda Bolsonaro e sites apagamem que Marcola vota em Lula: ‘Inverídico’”, UOL, 2 de octubre de 2022, visitado el 31 de diciembre de 2022, <https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/10/02/tse-marcola-lula.htm>.

2 • “Moraes fala em desastre de fake news no 2º turno e quer poder de polícia ao TSE”, Exame, 20 de octubre de 2022, visitado el 31 de diciembre de 2022, <https://exame.com/brasil/moraes-fala-em-desastre-de-fake-news-no-2o-turno-e-quer-poder-de-policia-ao-tse/>.

3 • Accesibles en el archivo de la universidad: “Conteúdos”, Netlab, 2022, visitado el 31 de diciembre

de 2022, <http://www.netlab.eco.ufrj.br/publicacoes>.

4 • “Conteúdo nocivo: a Meta protege a integridade eleitoral no Brasil?”, Netlab/UFRJ, 7 de octubre de 2022, visitado el 31 de diciembre de 2022, <https://www.netlab.eco.ufrj.br/blog/conteudo-nocivo-a-meta-protege-a-integridade-eleitoral-no-brasil>.

5 • Liz Nóbrega, “Em discurso de posse, ministro da Secom fala sobre combate à desinformação e liberdade de imprensa.” *desinformante, 4 de enero de 2023, visitado el 4 de enero de 2023, <https://desinformante.com.br/pimenta-posse-ministro-secom/>.



NINA SANTOS – *Brasil*

Nina Santos es coordinadora general de *desinformante, directora del Aláfia Lab e investigadora en el Instituto Nacional de Ciencia y Tecnología en Democracia Digital (INCT.DD) y en el Centre d'Analyse et de Recherche Interdisciplinaires sur les Médias (Université Panthéon-Assas). Autora de *Social media logics: Visibility and mediation in the 2013 Brazilian protests* (Palgrave Macmillan, 2022). Fue investigadora visitante en el Center of Advanced Internet Research (CAIS - Alemania, 2020) y en el grupo Social Movements in the Global Age, en la Université de Louvain-la-Neuve (SMAG - Bélgica, 2018).

Recibido en diciembre de 2022.

Original en portugués. Traducido por Sebastián Porrua.



“Esta revista es publicada bajo la licencia la Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License”