

PROGRAMA PERMANENTE DE ENFRENTAMIENTO A LA DESINFORMACIÓN EN LA JUSTICIA ELECTORAL

INFORME SOBRE LAS ACCIONES Y LOS RESULTADOS ELECCIONES 2022

Brasília
TSE
2024

©2024 Tribunal Superior Electoral

Se permite la reproducción parcial de este trabajo siempre que se cite la fuente.

Secretaría de Gestión de la Información y del Conocimiento
SAFS, Quadra 7, Lotes 1/2, 1º piso
Brasília/DF – 70095-901
Teléfono: 55 (61) 3030-9225

Secretaria General de la Presidencia

Andrea Maciel Pachá

Directora General de la Secretaría del Tribunal

Roberta Maia Gresta

Secretario de Información y Gestión del Conocimiento

Cleber Schumann

Editor y Coordinador de Publicaciones

Washington Luiz de Oliveira

Oficina Especial de Enfrentamiento a la Desinformación

Asesor Jefe

José Fernando Moraes Chuy

Autores del Plan Estratégico Elecciones 2022: Aline Rezende Peres Osorio, Frederico Franco Alvim, Giselly Siqueira, Julia Rocha de Barcelos, Marco Antonio Martim Vargas, Tainah Pereira Rodrigues e Thiago Rondon.

Autor do PROFI: Frederico Franco Alvim.

Equipo Ejecutivo: Beatriz Barbosa, Décio Seo, Diogo Cruvinel, Eduardo Tagliaferro, Eduardo Stipp, Fábía Galvão, Frederico Alvim, Giselly Siqueira, José Fernando Moraes Chuy, Juliana Greimel Bernardes, Lara de Paula, Laura Gracindo, Marco Antonio Martim Vargas, Mayra Villela Ferreira, Raquel Ribeiro Teles, Tainah Pereira Rodrigues, Tatiana Cochlar, Thiago Rondon e Vitor Monteiro.

Comité Ejecutivo del FRENTE: Frederico Rafael Almeida e Tatiana Kolly Wasilewski Rodrigues (Região Sul); Elder Maia Goltzman e Maíra de Barros Domingues (Região Norte); Igor Ignacio e Juliana Freire dos Santos (Região Sudeste); Adriano Meireles Borba e Leticia Bernardes Barcelos (Região Centro-Oeste); Patrícia Vieira Minami e Volgane Oliveira Carvalho (Região Nordeste).

Portada, diseño gráfico

Rauf Soares y Wagner Castro

Sección de Edición y Programación Visual (Seprov/Cedip/SGIC)

Maquetación

Leila Gomes

Sección de Edición y Programación Visual (Seprov/Cedip/SGIC)

Conferencia

Harrison da Rocha e Mariana Lopes

Sección de Preparación y Revisión de Contenidos (Seprev/Cedip/SGIC)

Catalogación Internacional en Datos de Publicación (CIP)

Tribunal Superior Electoral – Biblioteca Professor Alysso Darowish Mitraud

Brasil. Tribunal Superior Electoral.

Programa permanente de enfrentamiento a la desinformación en la justicia electoral [recurso electrónico] : informe sobre las acciones y los resultados : elecciones 2022 / Tribunal Superior Electoral. – Datos electrónicos (104 páginas). – Brasília : Tribunal Superior Electoral, 2023.

“Autores del Plan Estratégico Elecciones 2022: Aline Rezende Peres Osorio, Frederico Franco Alvim, Giselly Siqueira, Julia Rocha de Barcelos, Marco Antonio Martim Vargas, Tainah Pereira Rodrigues y Thiago Rondon. Autor PROFI: Frederico Franco Alvim”. – Contraportada.

También disponible en formato impreso. Versión electrónica (PDF).

Modo de acceso: Internet:

<<https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/>>

1. Brasil. Tribunal Superior Electoral. Programa Permanente de Enfrentamiento a la Desinformación – Informe – 2023. 2. desinformación – Brasil – Programa. 3. elecciones (2022) – Brasil. 4. Justicia Electoral – Brasil. I. Título.

CDD 324.981
CDU 324(81)

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL

Presidente

Magistrada Cármen Lúcia

Vicepresidente

Magistrado Nunes Marques

Ministros

Magistrado André Mendonça

Magistrado Raul Araújo

Magistrada Isabel Gallotti

Magistrado Floriano de Azevedo Marques

Magistrado Ramos Tavares

Fiscal General Adjunto Electoral

Paulo Gonet Branco

SUMARIO

1. Sumario ejecutivo	6
2. Aplicación y resultados en las elecciones de 2022	13
2.1. El programa permanente de enfrentamiento a la desinformación centrado en las elecciones de 2022	13
2.2. El programa de fortalecimiento institucional basado en la gestión de la imagen del sistema de Justicia Electoral	14
2.3. Aplicación de los programas a la luz de estrategias no reglamentarias y multisectoriales	15
2.3.1. La enfrentamiento a la desinformación con información	15
2.3.2 La enfrentamiento a la desinformación con formación	48
2.3.3. La enfrentamiento a la desinformación centrada en el control de los comportamientos no auténticos	64
Apéndice	70
1. Estado de cumplimiento de los objetivos del plan	70
1.1. Eje 1 – Informar: difusión de información de calidad	74
1.2. Eje 2 – Capacitar: alfabetización mediática y formación	84
1.3 Eje 3 – Responder: identificar y contener la desinformación	92

[Ir al sumario](#)

LISTA DE ACRÓNIMOS Y ABREVIATURAS

AEED – Asesoría Especial de Enfrentamiento a la Desinformación

Asepa – Asesoría de Examen de las Cuentas Electorales y de los Partidos

CGE – Corregiduría General Electoral

Coalición – Coalición para la Verificación – Elecciones 2022

FRENTE – Frente Nacional de Enfrentamiento a la Desinformación

JE – Justicia Electoral

Osint – Inteligencia de Fuente Abierta (*Open Source Intelligence*)

PGE – Fiscalía General Electoral

PPED – Programa Permanente de Enfrentamiento a la Desinformación

PROFI – Programa de Fortalecimiento Institucional basado en la Gestión de la Imagen de la Justicia Electoral

SA – Sistema de Alerta de Desinformación Contra las Elecciones

Secom – Secretaría de Comunicación y Multimedia

SMG – Secretaría de Modernización, Gestión Estratégica y Socioambiental

STI – Secretaría de Tecnología de la Información

TRE – Tribunal Regional Electoral

TSE – Tribunal Superior Electoral

[Ir al sumario](#)

1. SUMARIO EJECUTIVO

El Programa Permanente de Enfrentamiento a la Desinformación (PPLD), creado con el objetivo de hacer frente a los efectos negativos de las narrativas fraudulentas sobre la imagen y la credibilidad de las instituciones electorales, ha recibido un plan de acción para las Elecciones de 2022 estructurado en torno a tres ejes con medidas a corto, mediano y largo plazo: (i) informar; (ii) empoderar; y (iii) responder.

A partir de esta estructura, se ha elaborado un plan estratégico con la información sobre la gestión del Tribunal y la ejecución de los trabajos, los criterios de selección de las instituciones socias, así como el plan de trabajo. El PPLD tiene tres pilares principales.

En primer lugar, enfrentar la desinformación con información, creando y difundiendo información oficial, verificable y de calidad, para que las personas puedan formarse convicciones informadas y conscientes. En segundo lugar, enfrentar la desinformación con capacitación, especialmente invirtiendo en la calificación de los funcionarios de la Justicia Electoral, así como en la capacitación de los socios estratégicos y de la población en general. En tercer lugar, abordar la desinformación con un enfoque en el control del comportamiento y, excepcionalmente, el control de contenidos, mediante el seguimiento de los datos abiertos de las redes sociales y la orientación de los recursos tecnológicos contra el comportamiento no auténtico y las acciones coordinadas para difundir la desinformación.

El PPLD pretendía hacer frente a dos formas de desinformación: i) la desinformación contra la integridad de las instituciones electorales, con contenidos fraudulentos que afectan a: a) el proceso electoral en sus distintas fases, desde el registro de candidaturas hasta la diplomacia de los cargos electos; b) el funcionamiento de las urnas electrónicas y otros aspectos del sistema de voto electrónico; c) a la Justicia Electoral, sus miembros y demás colaboradores; d) a otros actos relativos a la organización y desarrollo de las elecciones; y ii) a la desinformación contraria al Estado democrático de Derecho, con contenidos directa o indirectamente relacionados con la promoción de agendas golpistas.

Como complemento del PPEP, el Programa de Fortalecimiento Institucional (PROFI) surgió de la percepción de que el fenómeno de la desinformación promueve una disociación entre la calidad de los servicios prestados y la percepción social de las instituciones electorales entre los ciudadanos. Por lo tanto, propone el desarrollo de acciones para aumentar la impresión positiva de las instituciones electorales, así como la percepción de la imparcialidad, el profesionalismo y la importancia de la Justicia Electoral.

Los programas contaron con la contribución de más de 160 entidades y organizaciones que llevaron a cabo acciones y adoptaron medidas concretas para minimizar el impacto de la desinformación en el panorama político-electoral, según sus respectivos ámbitos de actividad institucional. Entre esas colaboraciones se encuentran las realizadas con agencias de verificación de hechos, plataformas de medios sociales, organizaciones de la sociedad civil, entidades académicas, organismos públicos, medios de comunicación y asociaciones de prensa.

[Ir al sumario](#)

El objetivo de este informe es presentar un balance de las acciones y resultados de estos programas, así como evaluar el cumplimiento de los objetivos establecidos en los respectivos planes de trabajo.

Iniciativas destacadas

1. Creación de la Asesoría Especial para la Enfrentamiento a la Desinformación, con una composición multidisciplinar, en constante formación y con dedicación exclusiva.
2. Puesta en marcha del Programa de Fortalecimiento Institucional basado en la Gestión de la Imagen de la Justicia Electoral (PROFI).
3. Creación del Sistema de Alerta de Desinformación Contra las Elecciones, herramienta que busca combatir las fake news mediante el reenvío de la desinformación a un canal privilegiado, vinculado a las plataformas digitales, a nivel de moderación.
4. Mejora del *chatbot* en colaboración con WhatsApp, con acceso a noticias verificadas, respuestas a preguntas sobre el proceso electoral y, a partir de 2022, recepción de notificaciones no solicitadas con mensajes contra la desinformación, con más de 6,2 millones de usuarios activos, lo que lo convierte en uno de los mayores chatbots de la plataforma en el mundo.
5. Creación del canal oficial de *Telegram*, que permite a los votantes acceder a noticias verificadas y obtener más información sobre la integridad del proceso electoral. Hubo casi 375.000 usuarios activos durante el período electoral, lo que lo convierte en el mayor canal de las instituciones públicas en Brasil y el TSE en el primer órgano electoral del mundo en tener un acuerdo de cooperación con la plataforma.
6. Mantenimiento de un centro de notificaciones en las aplicaciones de la Justicia Electoral (*e-Título*, Autoridades de Mesa (*Mesários*)) que permitió la comunicación directa entre la Justicia Electoral y los cerca de 40 millones de usuarios de estas aplicaciones.
7. Ampliación de la red de difusores de contenidos de calidad sobre las instituciones electorales y el fortalecimiento de la cultura democrática, que incluyó asociaciones de medios de comunicación, plataformas digitales, influencers, organizaciones públicas y privadas, así como líderes religiosos para difundir mensajes relacionados con la campaña Paz y Tolerancia en las Elecciones, incentivando la participación de los votantes jóvenes y combatiendo el acoso electoral.
8. Mejora de la página *Fato ou Boato* (en español: Realidad o Rumores), con la incorporación de una herramienta de búsqueda que facilita la identificación de noticias falsas.
9. Expansión de una red de seguimiento de datos abiertos en medios sociales para detectar narrativas falsas, violentas o antidemocráticas, para identificar rápidamente la incidencia de comportamientos inauténticos y prácticas de desinformación en general.
10. Contratación de un servicio de seguimiento digital de narrativas falsas, violentas o antidemocráticas, con el triple objetivo de ampliar el alcance del escaneo realizado en colaboración, obtener informes personalizados con análisis de tendencias y transferir experiencia al equipo de la *AEED*.

[Ir al sumario](#)

11. Creación del Frente Nacional de Enfrentamiento a la Desinformación (FRENTE), formado por más de 2.100 voluntarios de la Justicia Electoral.
12. Desarrollo de una herramienta de *Business Intelligence (BI)* para el registro y seguimiento de eventos y actividades realizadas por FRENTE en todo el territorio nacional.
13. Lanzamiento de *iPause! - Boletín de Enfrentamiento a la Desinformación*, un periódico semanal distribuido digitalmente cuyo objetivo es desmentir falsas narrativas virales, fomentar el compromiso en la enfrentamiento a la desinformación y proporcionar consejos e información.
14. Lanzamiento del *Guía de Enfrentamiento a la Desinformación y Defensa de la Reputación de la Justicia Electoral* para funcionarios/as de la Justicia Electoral.
15. Lanzamiento de la *Guía Básica de Enfrentamiento a la Desinformación* con un conjunto de alternativas claras y simplificadas para mitigar la presencia de la desinformación en las discusiones públicas sobre el proceso electoral brasileño.
16. Lanzamiento de la *Guía de la Urna*, que presenta, en un lenguaje sencillo, claro y accesible, todos los elementos legales y técnicos que garantizan la transparencia, seguridad y auditabilidad del proceso de voto electrónico.
17. Lanzamiento de la *Guía para Socios/as Institucionales del TSE*, con el objetivo de ampliar el número de alianzas estratégicas y orientar a las asociaciones oficiales en la realización de acciones relacionadas con la enfrentamiento a la desinformación y la defensa de la democracia.
18. Elaboración del *Mapa de Aclaraciones* de casos emblemáticos de desinformación contra las elecciones, presentado a los funcionarios en los fines de semana de la primera y segunda vuelta de las elecciones, como herramienta de acceso rápido a los artículos a verificar en la página *Fato ou Boato* (en español: Realidad o Rumores) de la Justicia Electoral.
19. Creación de la serie *Pílulas pela Democracia* (en español: *Pildoras por la Democracia*), con cursos cortos sobre medios sociales a través de lecciones objetivas diarias sobre temas clave en los perfiles oficiales del TSE y grupos en *Twitter*, *Instagram* y *Telegram*.
20. Desarrollo de acciones de capacitación en línea bajo la modalidad de encuentros nacionales, en los que se capacitó a aproximadamente 800 funcionarios de Oficinas Electorales de todo el país sobre desinformación y temas relacionados.
21. Realización de 19 caravanas de movilización en el TSE y en los TRE para concienciar, sensibilizar y comprometer a más de 6.000 funcionarios en la enfrentamiento a la desinformación y por la defensa de las instituciones electorales y democráticas de Brasil.
22. Realización de talleres periódicos de intercambio con organismos electorales internacionales (INE-México, JNE-Perú, TSE-Costa Rica, TE-Panamá) para intercambiar experiencias y discutir desafíos, tendencias y formas de trabajo conjunto en la Enfrentamiento a la desinformación.

[Ir al sumario](#)

23. Visitas de intercambio técnico con 16 organizaciones que participan en la camioneta global para combatir la desinformación, con sede en Bélgica, Francia y Alemania, con apoyo financiero y logístico de la Unión Europea.
24. Ofrecimiento de cursos de formación para actores clave, con la colaboración de plataformas digitales, para formar a influencers, formadores de opinión y miembros de partidos políticos.
25. Formalización de un convenio con 30 de los 31 partidos políticos actualmente inscritos en el TSE para realizar actividades dirigidas a concienciar a sus afiliados sobre la ilegalidad y el carácter antidemocrático de las prácticas de desinformación.
26. Actualización de la herramienta de gestión de riesgos, mapeando hipótesis y proponiendo soluciones anticipadas para responder rápida y eficazmente a eventos y narrativas lesivas a la imagen de las instituciones electorales.
27. Implementación de una rutina de análisis de la cobertura informativa para identificar entrevistas, reportajes y artículos relacionados con críticas, innovaciones y propuestas para mejorar las estrategias de enfrentamiento a la desinformación.
28. Formalización de convenio con la Fiscalía General Electoral para mantener un canal de comunicación ágil y eficiente para la atención de denuncias relacionadas con prácticas de comunicación contrarias a la ley.
29. Formalización de un acuerdo con 14 líderes y entidades religiosas y cuasi-religiosas para promover agendas relacionadas con garantizar la paz y la tolerancia en las elecciones.
30. Formalización de acuerdos con 55 entidades académicas y representativas de clase para organizar eventos científicos y publicaciones académicas, conceder entrevistas y publicar artículos de opinión en medios de prensa.
31. Aprobación de un reglamento propio, integrado por normas destinadas a garantizar la legalidad de la comunicación electoral.
32. Creación del *Radar de la Desinformación*, destinado a dar a los funcionarios de la Justicia Electoral acceso rápido y simplificado a las tendencias de desinformación y a las respectivas respuestas oficiales o materiales de verificación.
33. Se realizó una encuesta censal interna, con la participación de más de 2.000 funcionarios de todos los Tribunales Electorales del país, que ayudó a diseñar políticas de incentivos para aumentar el número de voluntarios que participan en las iniciativas del FRENTE.
34. Realización de un estudio sobre la demografía de la desconfianza que, a partir de indicadores demográficos (género, edad, posición geográfica y nivel educacional) provenientes de encuestas de confianza social, permitió identificar públicos prioritarios y formas de abordar la comunicación.

[Ir al sumario](#)

Programas institucionales en cifras

- » **Número total de socios:** 162.
- » **Número de socios en 2022:** 96 (aumento del 145%).
- » **Equipo TSE directamente implicado:** 12 profesionales con formación diversa en Derecho, Ciencias Políticas, Desinformación, Comunicación Social y Tecnologías de la Información.
- » **Equipos del TRE directamente involucrados:** 27 puntos focales de enfrentamiento a la desinformación, así como miembros de comités estratégicos formados en algunos de estos tribunales y otros funcionarios públicos involucrados.
- » **Funcionarios implicados:** 2.102 voluntarios del FRENTE, repartidos por todos los estados.

Combatir la desinformación con información

- » **Coalición para la verificación - Elecciones 2022:** 252 piezas de contenido fueron publicadas a lo largo de 2022, 112 de las cuales fueron verificadas por la Justicia Electoral y otras 140 por agencias de verificación.
- » **FRENTE:** 372 acciones realizadas a nivel comunitario y local, con la publicación de artículos académicos y de opinión, entrevistas, participación en debates de prensa, asistencia a conferencias y organización de eventos temáticos sobre democracia, integridad electoral y enfrentamiento a la desinformación en todos los estados.
- » **Página Fato ou Boato (en español: Realidad o Rumores):** 5,4 millones de visitas de usuarios y usuarios únicos entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2022.
- » **Notificaciones de la app Justicia Electoral:** notificaciones informativas enviadas a más de 40 millones de usuarios únicos.
- » **Mensajes intercambiados en el chatbot de WhatsApp:** alrededor de 177 millones de mensajes intercambiados entre principios de abril y el 31 de diciembre de 2022 (un aumento aproximado del 840% en comparación con 2020).
- » **Notificaciones en Telegram:** publicación de 461 contenidos informativos entre mayo de 2022 y marzo de 2023, una media de 36 publicaciones al mes, con un alcance medio de más de 46.000 usuarios.
- » **Campaña promocional Chatbot:** emitida en radio y televisión nacional durante 97 días, entre el 4 de abril y el 20 de julio de 2022, la campaña Asistente Virtual TSE llegó a 199.325.512 personas, lo que supone 1.837.810.905 impactos en el target ABCDE 16+ (Fuente: Ibope). Se emitieron 26.342 inserciones durante el periodo.
- » **Manifiestos de reconocimiento:** Manifiestos de reconocimiento: después de un episodio de ataques con desinformación, el TSE recibió el apoyo expreso de 115 instituciones nacionales, a través de manifiestos que reconocen la integridad de las elecciones brasileñas y la idoneidad del sistema de Justicia Electoral.

[Ir al sumario](#)

- » **Preguntas y solicitudes enviadas a través de la Central de Escucha Electoral:** durante el periodo electoral, la AEED analizó y contestó 117 preguntas o solicitudes de información o aclaración relacionadas con el tema de la desinformación.

La enfrentamiento a la desinformación con formación

- » **Fato ou Boato na TV (en español: Realidad o Rumores en televisión):** una serie de 78 vídeos que aclaran las principales informaciones erróneas que circularon durante el periodo electoral, difundidos por *TV Justiça* (en español: TV Justicia) en emisoras asociadas y en Youtube.
- » **Série Pílulas pela Democracia (en español: Pildoras por la Democracia):** cursos cortos ofrecidos en los perfiles de Twitter, Instagram y Telegram del TSE, con un alcance estimado de 1,5 millones de personas.
- » **Curso de Derecho Electoral para Periodistas centrado en las Elecciones de 2022:** Varios periodistas participaron en un acto en el que se abordó, entre otras cosas, la seguridad del proceso de votación electrónica.
- » **Curso antidesinformación para partidos políticos:** formación organizada en la sede del TSE, con la participación de nueve plataformas digitales (*TikTok, Google, YouTube, Telegram, Facebook, Instagram, Kwai, WhatsApp* y *Twitter*), en la que participaron 65 representantes de 20 partidos políticos.
- » **Curso sobre seguridad de procesos electrónicos para influencers digitales:** asociación con *Youtube*.
- » **Formación internacional:** participación del personal de la AEED y la Secom en un curso virtual internacional sobre medios de comunicación y elecciones, organizado por la Asociación Mundial de Organismos Electorales (A-WEB), con sede en Corea del Sur.
- » **Sensibilización de los responsables de los TRE:** se celebraron cinco actos regionales sobre el tema El papel de los tribunales regionales en la aplicación del PROFI y del PPED.
- » **Sesiones de formación sobre condiciones de uso y normas de moderación:** 26 sesiones de formación con los equipos de respuesta a la desinformación del TSE y todas los TRE en colaboración con las plataformas *Twitter, Kwai, Facebook, Instagram, WhatsApp, TikTok, Youtube, LinkedIn, Spotify, Google* y *Telegram*, con un total de aproximadamente 1.000 personas.
- » **Sesión informativa para embajadas:** acto con información técnica para miembros de embajadas y representaciones consulares, centrado en la enfrentamiento a la desinformación y la seguridad del proceso de votación electrónica, al que asistieron más de 140 representantes de 68 países extranjeros.
- » **iPAUSE!** 16 ediciones digitales del Boletín con consejos, casos prácticos e iniciativas para combatir la desinformación.
- » **Encuentros nacionales FRENTE:** dos formaciones nacionales, con conferencias sobre integridad electoral, seguridad del proceso de voto electrónico, enfrentamiento a la desinformación, entre otros temas, con un alcance estimado de 800 funcionarios de todas los TRE.

[Ir al sumario](#)

- » **Formación de personas influyentes:** el TSE acogió a un grupo de 30 participantes para impartirles formación sobre el sistema electoral brasileño. La iniciativa es una de las seis incluidas en el programa Jogo Limpo, dirigido por el Centro Internacional de Periodistas (ICFJ), con el apoyo de YouTube Brasil. Juntos, los influencers tienen aproximadamente 10 millones de seguidores.

Enfrentamiento a la desinformación en plataformas digitales e instituciones públicas

- » **Sistema de Alerta de Desinformación contra Elecciones:** 43.559 denuncias de irregularidades (un aumento del 566% en comparación con 2020).
- » **Sentencias judiciales en casos de desinformación grave contra las instituciones democráticas y electorales:** después de la publicación de la Resolución 23.714/2022 del TSE, se dictaron más de 100 sentencias judiciales sobre narrativas de desinformación en las redes sociales.
- » **Irregularidades denunciadas a la Corregiduría-General Electoral:** durante el período electoral, se enviaron dos cartas a la CGE con informes elaborados por organizaciones socias del PPEd sobre diversos temas relacionados con la desinformación.
- » **Irregularidades denunciadas ante la Fiscalía General Electoral:** durante el periodo electoral, se enviaron dos cartas a la Fiscalía General, con informes elaborados por organizaciones socias del PPEd sobre diversos temas relacionados con la desinformación.
- » **Gestiones formalizadas ante la Fiscalía Electoral:** se enviaron 46 gestiones a la PGE, a través de la Sala Ciudadana, sobre posibles prácticas electorales ilegales en materia de desinformación.
- » **Irregularidades denunciadas ante la Oficina de Fiscalización de Cuentas Electorales y Partidarias:** durante el periodo electoral se remitió a Asepa un escrito con sospechas de irregularidades vinculadas a la promoción de contenidos en redes sociales por parte de candidatos inscritos para las Elecciones de 2022.
- » **Informes sobre actividades antidemocráticas potencialmente delictivas:** a lo largo del periodo electoral se elaboraron 93 informes con técnicas Osint.

[Ir al sumario](#)

2. APLICACIÓN Y RESULTADOS EN LAS ELECCIONES DE 2022

2.1. EL PROGRAMA PERMANENTE DE ENFRENTAMIENTO A LA DESINFORMACIÓN CENTRADO EN LAS ELECCIONES DE 2022

El PPED con foco en las Elecciones de 2022 fue lanzado por el TSE en febrero de 2022, con el objetivo de intensificar los esfuerzos para enfrentar y mitigar los efectos negativos causados por la desinformación en la imagen y credibilidad de la Justicia Electoral a través de acciones de corto, mediano y largo plazo. Creado durante la administración de la magistrada Rosa Weber, el programa se tornó permanente durante la administración del magistrado Luís Roberto Barroso, ganó impulso durante la administración del magistrado Edson Fachin y profundizó el trabajo de inteligencia destinado a identificar y responsabilizar a los difusores y propagadores de desinformación durante la administración del magistrado Alexandre de Moraes.

Pilares

El Programa de Enfrentamiento a la Desinformación centrado en las Elecciones de 2022 se basó en los tres pilares que guiaron las actividades de los ciclos anteriores:

1. **Pluralidad informativa:** combatir la desinformación con información, creando y difundiendo información veraz y de calidad a los ciudadanos, para que puedan votar y opinar sobre los grandes temas públicos de forma informada y consciente.
2. **Acción educativa:** combatir la desinformación con capacitación, invirtiendo en la formación de funcionarios de la Justicia Electoral y ciudadanos, para que puedan comprender el fenómeno de la desinformación, aumentar su capacidad crítica, reconocer contenidos falsos y fraudulentos, y acceder a fuentes confiables de información.
3. **Foco en el comportamiento inauténtico:** combatir la desinformación con foco en el control de comportamiento y, excepcionalmente, en el control de contenido, especialmente a través del monitoreo de casos y prácticas de desinformación, así como de la orientación de recursos tecnológicos y actividades preventivas y represivas contra el comportamiento inauténtico, el uso de propaganda informática y las acciones coordinadas de difusión de desinformación.

Alcance

El PPED busca combatir contenidos falsos y fraudulentos que afecten: (i) el proceso electoral en sus diferentes fases, desde la inscripción de candidaturas hasta la elección; (ii) el funcionamiento de la urna electrónica y otros aspectos del proceso de voto electrónico; (iii) la Justicia Electoral, sus miembros, servidores y demás colaboradores; y (iv) otros actos relativos a la organización y desarrollo de las elecciones. También se ocupa de las manifestaciones antidemocráticas.

[Ir al sumario](#)

2.2. EL PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL BASADO EN LA GESTIÓN DE LA IMAGEN DEL SISTEMA DE JUSTICIA ELECTORAL

Creación de un programa centrado en generar confianza y fortalecer la imagen de la Justicia Electoral. Con el PROFI, la Justicia Electoral dispone ahora de un marco específico para construir una reputación positiva entre la población.

Ejes de acción

El PROFI se estructura en torno a dos ejes interconectados: (i) el eje preventivo (relacionado con la gestión de los riesgos para la reputación); y (ii) el eje afirmativo (vinculado a la construcción de una imagen sólida y favorable).

Eje preventivo: gestión de los riesgos para la reputación

Este eje favorece la protección de la reputación mediante la identificación precoz de los factores de riesgo.

	Previsibles	Tratamiento (preventivo)	Tratamiento (reactivo)	Oportunidad
Riesgos internos	Fallas en sistemas informatizados	Pruebas públicas de seguridad Revisión interna de protocolos	Aclaración pública (minimización de lo sucedido)	Perfeccionamiento (reposicionamiento del sistema)
	Fallas de seguridad electrónica (ataques de hackers)	Inversión en ciberseguridad	Aclaración pública (minimización de lo sucedido)	Encuadramiento positivo (No éxito como comprobación de la seguridad del sistema)
	“Fuego amigo”	Diálogos de acercamiento	Desvinculación (opinión personal y opinión institucional) <i>Debunking</i>	Refuerzo de imagen y del posicionamiento
Riesgos externos	Desinformación	Acuerdos con plataformas digitales (PPED)	Coalición de verificación (PPED)	Refuerzo de imagen y del posicionamiento Héterocertificación de la credibilidad de la Justicia Electoral (JE)
	Alcance periodístico negativo	Diálogos de acercamiento Entrenamiento	Difusión de informes oficiales	Refuerzo de imagen y del posicionamiento
	Ataques institucionales (apología a la extinción)	Diálogos de acercamiento (clase política) Defensa institucional directa e indirecta (organización de eventos, publicaciones, etc.)	Búsqueda por informes oficiales firmados por autoridades públicas/organismos internacionales Publicación de respuestas por medio de editoriales/artículos de opinión (autoridades/partes interesadas)	Refuerzo de imagen y del posicionamiento Comprobación externa de la fundamentalidad de la JE

[Ir al sumario](#)

	Previsibles	Tratamiento (preventivo)	Tratamiento (reactivo)	Oportunidad
Riesgos externos	Incitación al rechazo de los resultados electorales	Diálogos democráticos buscando la disminución del radicalismo y de la polarización (eventos, publicaciones, etc.)	Difusión de informes oficiales Búsqueda por informes oficiales firmados por autoridades públicas/organismos internacionales Publicación de respuestas por medio de editoriales/artículos de opinión (autoridades/partes interesadas)	Refuerzo de imagen y del posicionamiento Héterocertificación de la credibilidad de la Justicia Electoral (JE) Asociación de imagen de la JE con la defensa de la democracia
	Estímulo a la violencia	Diálogos democráticos buscando la disminución del radicalismo y de la polarización (eventos, publicaciones, etc.)	Difusión de informes oficiales Búsqueda por informes oficiales firmados por autoridades públicas/organismos internacionales Publicación de respuestas por medio de editoriales/artículos de opinión (autoridades/partes interesadas)	Refuerzo de imagen y del posicionamiento Héterocertificación de la credibilidad de la Justicia Electoral (JE) Asociación de imagen de la JE con el mantenimiento de la paz social ²⁹

Eje afirmativo: construir una reputación positiva

Centrado en el fortalecimiento de la comunicación institucional, este eje se basa en el conocimiento acumulado en las áreas de marketing y branding para diseñar estrategias capaces de transformar positivamente la percepción de las instituciones electorales.

Asociaciones estratégicas

Durante las Elecciones de 2022, los programas institucionales del TSE contaron con la contribución de 162 instituciones que llevaron a cabo acciones y medidas concretas para minimizar el impacto de la desinformación en el proceso electoral y en la estabilidad del panorama político brasileño.

2.3. APLICACIÓN DE LOS PROGRAMAS A LA LUZ DE ESTRATEGIAS NO REGLAMENTARIAS Y MULTISECTORIALES

Desarrollo y resultados de las principales acciones llevadas a cabo durante las Elecciones 2022.

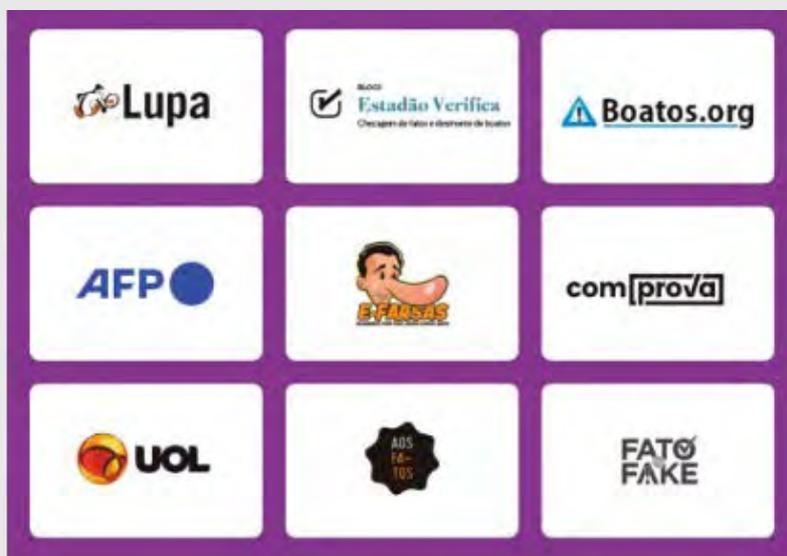
2.3.1. La enfrentamiento a la desinformación con información

A. Coalición para la verificación – Elecciones 2022

Una de las principales medidas para proporcionar a los votantes información veraz sobre el proceso electoral y desacreditar los contenidos falsos difundidos a través de las redes sociales es la organización de una red de fact-checking, la “Coalición para la Verificación – Elecciones 2022”.

[Ir al sumario](#)

Participan en el proyecto periodistas de las nueve principales instituciones de fact-checking de Brasil que colaboran con el TSE desde las elecciones de 2020: AFP Checamos, Agência Lupa, Aos Fatos, Boatos.org, E-farsas, Estadão Verifica, Fato ou Fake (G1), Projeto Comprova y UOL Confere.



Fato ou Boato (en español: Realidad o Rumores)

La Coalición para la Verificación está aliada al proyecto *Fato ou Boato* (en español: Realidad o Rumores), una página del sitio de la Justicia Electoral que reúne, además de aclaraciones y notas oficiales de la propia institución, todos los controles realizados por la Coalición.

La página publica diversos contenidos producidos para aclarar y enfrentar informaciones falsas sobre las instituciones electorales. *Fato ou Boato* (en español: Realidad o Rumores) incluye un resumen del control, acompañado de enlaces para que se pueda acceder directamente a los artículos en los sitios web de los organismos responsables.



[Ir al sumario](#)

De enero a diciembre de 2022, se publicaron 214 artículos con aclaraciones en la página Fato ou Boato, que tuvo 5.595.787 visitas de usuarios y usuarios únicos durante el año electoral. Estos artículos llevaron a un total de 198 contenidos verificados por los organismos participantes de la Coalición y aclaraciones de la Justicia Electoral, lo que representa un aumento del 167% en comparación con 2020, cuando hubo solo 74 publicaciones.

Grupos de falsas narrativas verificadas

Durante el período electoral, se propagaron en los medios de comunicación varias narrativas falsas con ataques a las instituciones electorales, incluso recuperadas de años anteriores, que ponen en duda la seguridad de las urnas electrónicas y la veracidad de los resultados electorales. En general, los contenidos verificados difundieron falsedades que pueden separarse en tres categorías:

- » Falsas narrativas sobre la existencia de fraude en las elecciones.
- » Falsas narrativas sobre la falta de fiabilidad del sistema de justicia electoral o de sus autoridades.
- » Narrativas desestabilizadoras, con agendas antidemocráticas de carácter golpista.

The image displays three cards, each representing a verified false narrative. Each card includes a thumbnail image, a date, a title, a brief description, and logos of the verifying organizations.

- Card 1 (Left):** Dated 20/12/2022. Title: "Canal argentino dissemína novas mentiras sobre urnas, votação fantasma e transferência de votos em branco para candidato à Presidência". Description: "Alegações já foram desmentidas pelo TSE e por agências especializadas em checagem de notícias falsas que circulam na internet". Logos: Justiça Eleitoral, Estadão Verifica.
- Card 2 (Middle):** Dated 28/11/2022. Title: "Resultado das eleições não está sob análise; relatório das Forças Armadas não apontou fraude no pleito". Description: "Publicações nas redes sociais distorciam teor do documento elaborado pela instituição". Logos: Justiça Eleitoral, Lupa, com[prova], Estadão Verifica, UOL.
- Card 3 (Right):** Dated 29/09/2022. Title: "É falso que urnas eletrônicas estariam sendo modificadas no sindicato dos metalúrgicos em São Bernardo do Campo (SP)". Description: "Zonas eleitorais do município dispõem de instalações próprias para o procedimento de preparação das urnas, que ocorre em evento público". Logos: Justiça Eleitoral, UOL.

Resultados

El número de reportajes y contenidos comprobados por período en la página Fato ou Boato fue el siguiente:

- » Entre el inicio oficial de la campaña (16/8) y la víspera de la primera vuelta (30/9) hubo 35 artículos.
- » Durante el fin de semana de la primera vuelta (1 y 2 de octubre), se publicaron 12 artículos.
- » Entre el final de la primera vuelta (3/10) y la víspera de la segunda vuelta (28/10), hubo 70 artículos.

[Ir al sumario](#)

- » Durante el fin de semana de la segunda vuelta (29 y 30 de octubre), se publicaron 10 artículos.
- » Entre el anuncio de los resultados (31/10) y la invasión de la sede de los Tres Poderes por golpistas (8/1), hubo 68 noticias.
- » Entre el 9/1 y el 21/3 hubo 4 noticias.

Mayor visibilidad de la página de Fato ou Boato (en español: Realidad o Rumores)

Entre el inicio oficial de la campaña y el final de la primera vuelta (16/8 a 2/10), la página Fato ou Boato tuvo 2,76 millones de visitas, con 526.697 mil solo el día de las elecciones. Entre el final de la primera vuelta y el final de la segunda (3/10 a 28/10), hubo 4,05 millones de visualizaciones, 362.625 mil solo el día de las elecciones. En todo 2022, hubo 5.595.787 accesos a la página por parte de usuarios y usuarios únicos.

Además del acceso a las comprobaciones a través de la página Fato ou Boato, las verificaciones realizadas por la Coalición fueron difundidas por asociaciones de medios de comunicación socias del Programa.

El electorado también recibió las aclaraciones en cuestión en sus teléfonos móviles – a través del chatbot de WhatsApp, el canal oficial de Telegram y las redes sociales del TSE. Las personas también recibieron alertas enviadas a través del Centro de Notificaciones de las aplicaciones oficiales de Justicia Electoral (*e-Título* y Autoridades de Mesa (*Mesários*)).

El alcance de la información también se amplió mediante la puesta a disposición de dos banners en YouTube, con un enlace a la lista de reproducción Fato ou Boato.

B. Chatbot – Preguntas Electorales en WhatsApp

Lanzada en 2020 como la primera asociación entre WhatsApp y una organización electoral en el mundo, Preguntas Electorales, desarrollada en colaboración con Infobip, ha facilitado a los votantes el acceso a información relevante sobre las elecciones y la comprobación de noticias falsas.

El relanzamiento fue objeto de una intensa campaña en los medios de comunicación impresos y en emisoras de radio y televisión. Emitido en las cadenas nacionales de radio y televisión durante 97 días entre el 14 de abril y el 20 de julio de 2022, llegó a 199.325.512 personas en las emisoras de libre acceso a lo largo de 26.342 proyecciones.

[Ir al sumario](#)

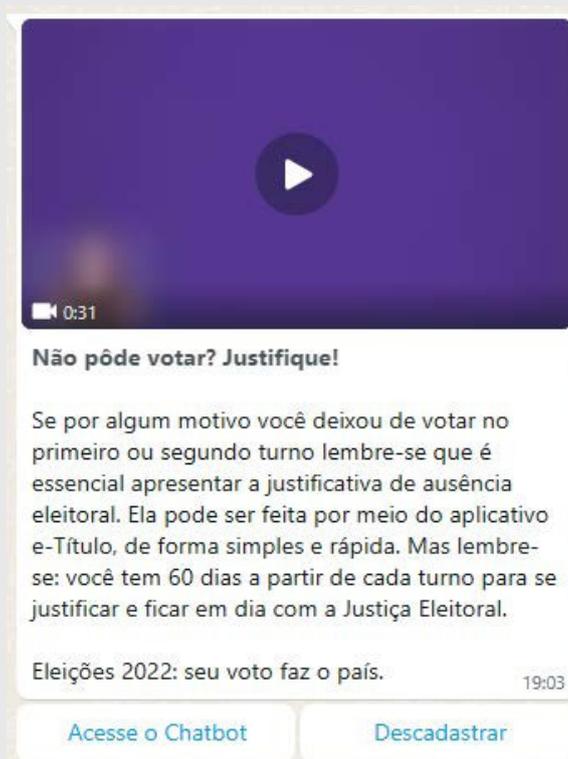


Como novedad para 2022, la herramienta ha añadido datos estadísticos e información sobre los cargos que se presentan a las elecciones, así como las principales fechas previstas en el calendario electoral y explicaciones sobre comportamientos permitidos o prohibidos en las elecciones. La herramienta también permite ahora enviar críticas, sugerencias y preguntas a la Central de Escucha Electoral.

En el ámbito de la enfrentamiento a la desinformación, se ha dotado al chatbot de un campo propio para acceder a información y aclaraciones sobre la seguridad de las urnas electrónicas y otro para comprobar las narraciones.

Por último, ahora permite -y fomenta- el registro específico para recibir mensajes no solicitados, en forma de notificaciones, sobre desinformación (y cómo atajarla en la práctica).

Tras las elecciones, el chatbot recordó a los usuarios la necesidad de justificar su ausencia en los plazos establecidos por la legislación electoral para evitar multas.



[Ir al sumario](#)

Resultados

Entre los meses de abril y octubre de 2022, periodo de funcionamiento, el chatbot alcanzó un volumen de usuarios de alrededor de 6,2 millones, lo que representa un aumento de más del 490% en comparación con las elecciones de 2020.

El 2 de octubre, el número de usuarios que habían autorizado recibir notificaciones (opt-in) alcanzó aproximadamente los 4,75 millones (alrededor del 76,5% del número total). En 2020, el porcentaje de usuarios registrados era ligeramente superior al 13%.

En cuanto a WhatsApp, la cuenta del TSE, con el chatbot Preguntas, alcanzó más de 4,7 millones de usuarios registrados en la primera vuelta, interactuó con más de 6,2 millones de usuarios únicos e intercambió más de 177 millones de mensajes, lo que corresponde a un crecimiento aproximado del 840% en relación al volumen del ciclo electoral anterior.

C. Canal del TSE en el Telegram

En mayo de 2022, el TSE se convirtió en el primer organismo electoral del mundo en asociarse con la aplicación Telegram. Como parte de la colaboración, el Tribunal lanzó un canal oficial en la plataforma, que superó los 100.000 suscriptores en tan solo una semana.

Con el tiempo, el canal @tsejus alcanzó cerca de 375.000 usuarios activos durante el periodo electoral, convirtiéndose en el mayor canal para instituciones públicas, el segundo mayor en la categoría política y el quinto mayor de todas las categorías en Brasil. En términos globales, la página ocupó el puesto 65 entre los canales del segmento de política.

Desde la creación del canal, se han publicado 461 contenidos, una media mensual de 36 posts, centrados en mensajes dirigidos, entre otros, a los siguientes fines:

- » Prestación de servicios.
- » Crear confianza en el proceso electoral.
- » Aportar aclaraciones importantes.
- » Acercamiento entre el TSE y la sociedad.
- » Fortalecimiento de la cultura democrática.
- » Sensibilizar sobre temas de desinformación.

Ir al sumario



D. Difusión de información oficial sobre las instituciones electorales

D.1. Asociaciones con proveedores de Internet para el acceso a contenidos fiables en plataformas

Desde 2020, el TSE ha establecido acuerdos con las principales plataformas de medios sociales. Actualmente, la lista de socios incluye las siguientes plataformas: *Facebook, Instagram y WhatsApp (Meta); Google y YouTube (Alphabet); Twitter; Telegram; TikTok; LinkedIn (Microsoft), Twitch, Kwai y Spotify.*

La información sobre las asociaciones estratégicas para combatir la desinformación está disponible en el sitio web de Justicia Electoral: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/#desinformacao-parceiros>

The screenshot shows the website 'Desinformação' with a navigation menu including 'Início', 'Sobre o Programa', 'Publicações', 'Notícias', 'PAUSE!!', 'Parceiros', 'Vídeos', and 'Seminários'. The main heading is 'Instituições Parceiras' (Partner Institutions). Below the heading, a text block states: 'Temos o objetivo ter uma grande gama de parceiros para combater os efeitos negativos provocados pela desinformação.' (We have the objective to have a wide range of partners to combat the negative effects caused by disinformation.) Below this text, four partner institutions are listed in a grid:

- ABRADEP** - Academia Brasileira de Direito Eleitoral e Político
- ALJBA** - ACADEMIA DE LETRAS JURÍDICAS DA BAHIA
- acredito.** - Movimento Acredito
- AGIR36** - Agir 36

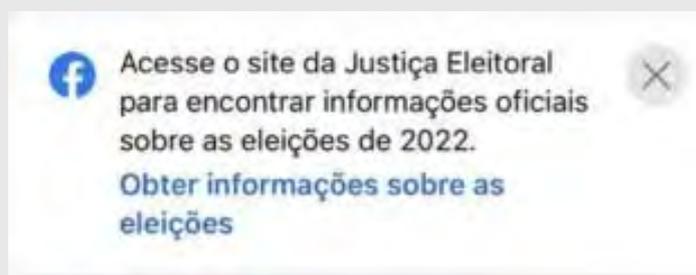
A link for 'Termo de cooperação (PDF)' is also visible under the AGIR36 partner.

[Ir al sumario](#)

Asociación TSE y Meta

La asociación del TSE con Meta ha dado lugar a una serie de acciones en las plataformas Facebook e Instagram, así como en la aplicación WhatsApp.

Desde diciembre de 2021, Facebook e Instagram han estado dirigiendo a los usuarios brasileños a la información oficial en el sitio web de la Justicia Electoral, a través de etiquetas añadidas a las publicaciones con temas electorales. Desde el inicio de 2022 hasta la fecha de la primera vuelta electoral, cerca de 30 millones de internautas accedieron a la página oficial del TSE a través de las etiquetas indicadas. En el mismo período, más de 74 millones de mensajes fueron etiquetados automáticamente solo en Facebook.



Solo en los dos primeros meses de 2022, el acceso a la web oficial del TSE se multiplicó casi por diez gracias a estas etiquetas, con una media de 1,4 millones de visitas.

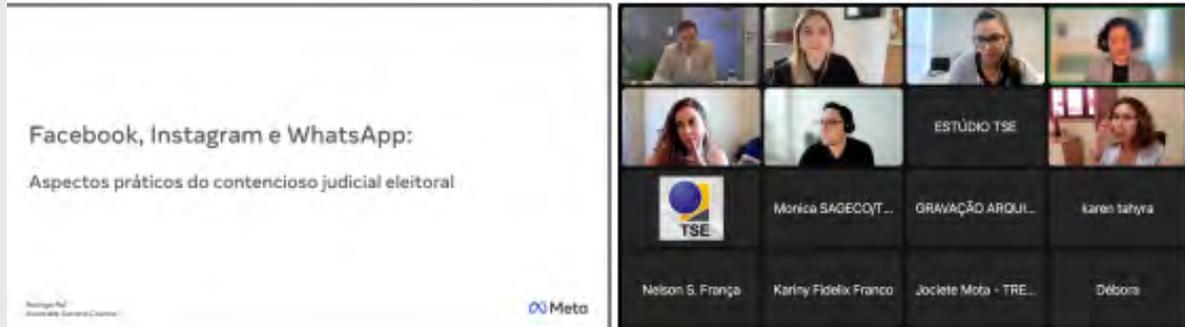
En cuanto al canal de denuncias, Facebook e Instagram recibieron más de 530 denuncias a través del Sistema de Alerta contra la Desinformación Electoral durante el periodo oficial de campaña electoral (del 16 de agosto al 30 de octubre). Las quejas contenían más de 900 casos de diferentes contenidos y, en el 85% de ellas, el objetivo tomó medidas. Estas acciones incluyeron, dependiendo del caso, la eliminación del contenido, la aplicación de un mensaje de advertencia sobre el contenido, la aplicación de etiquetas o la remisión a agencias asociadas de comprobación de hechos.

Entre finales de abril y principios de mayo, Facebook difundió por megafonía un recordatorio a los usuarios sobre el plazo para emitir, actualizar o transferir la tarjeta de registro electoral. Más de tres millones de personas hicieron clic en el aviso, que enlazaba con la página oficial del TSE.



[Ir al sumario](#)

Además de diez seminarios para funcionarios de la Justicia Electoral, el Objetivo ofreció formación específica para ministros de propaganda y personal de las oficinas del TSE. Entre los temas: moderación de contenidos, políticas específicas para combatir la supresión de votantes, la violencia y su incitación, el discurso de odio, la intimidación y el acoso.



También mantuvo reuniones con el equipo de la AEED para explicar el funcionamiento de la librería de anuncios y los requisitos para acceder a la interfaz de programación de aplicaciones (API), lo que dio lugar a folletos educativos elaborados con el apoyo del propio TSE.

Durante el periodo de campaña, se rechazaron cerca de 135.000 piezas de contenido impulsado en las que los anunciantes no habían completado el proceso de autorización de la publicación o incluso en las que no figuraba la etiqueta “Pagado por” o “Propaganda electoral”, tal y como exige la ley. También se prohibieron los contenidos que cuestionaban la integridad de las elecciones brasileñas.

Meta también lanzó la Guía Mujeres en Política: combatiendo la violencia en las plataformas de Meta, que contó con el apoyo del TSE y de la Red de Mujeres por la Democracia - Capítulo Brasil. El documento tiene como objetivo combatir la violencia de género en línea e incluye un conjunto de políticas comunitarias para Facebook, Instagram y WhatsApp para que las mujeres puedan conectarse y expresarse de forma segura.



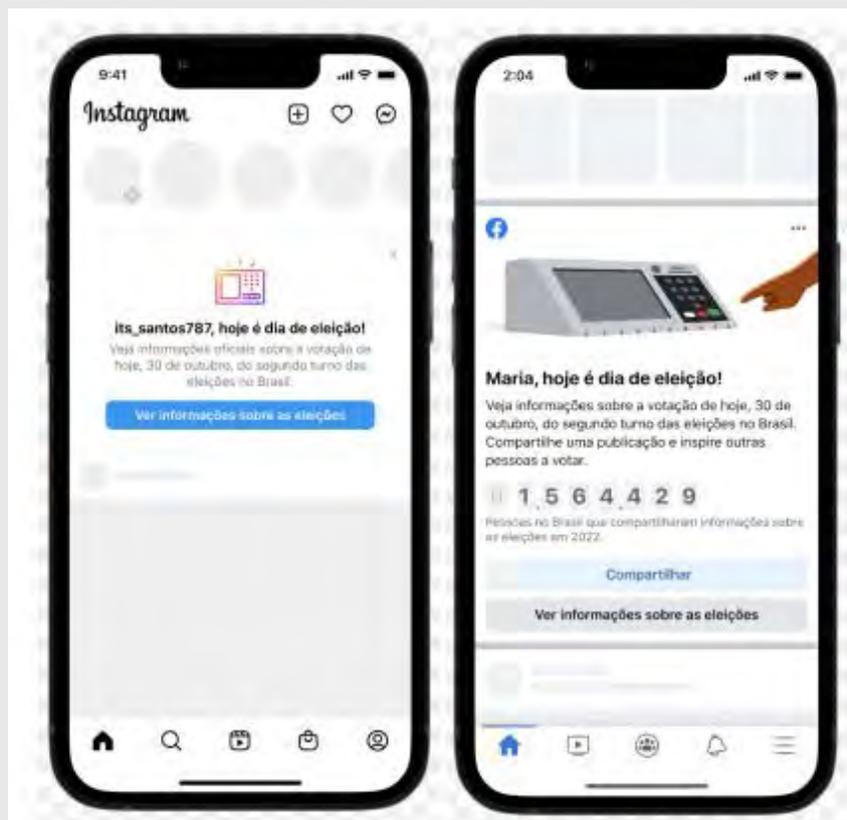
Además, en una asociación entre Instagram, el TSE y GirlUp Brasil, se celebró en la sede del TSE el encuentro Elas na Política. El evento de dos días reunió a 27 mujeres jóvenes, una de cada estado y del Distrito Federal. En el evento, Instagram lanzó un paquete de pegatinas para animar a las mujeres a votar en 2022.

[Ir al sumario](#)

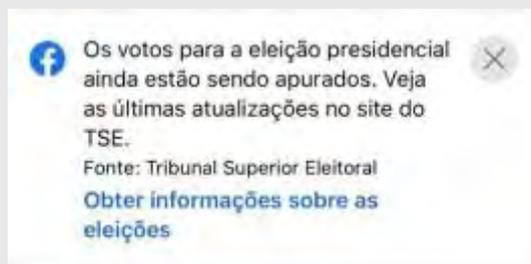


Facebook e Instagram mostraron un recordatorio en los feeds de los usuarios de Brasil mayores de 16 años sobre las fechas de votación tanto para la primera como para la segunda vuelta, desde donde la gente podía buscar información oficial sobre las elecciones y los respectivos colegios electorales.

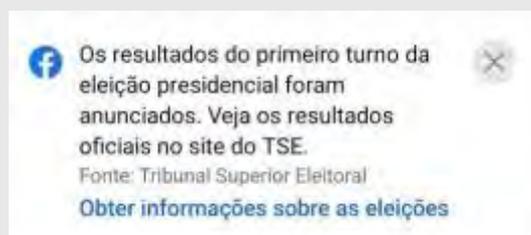
[Ir al sumario](#)



El 2 de octubre, día de la primera vuelta, Facebook lanzó una etiqueta para contrarrestar posibles noticias falsas sobre los resultados de la votación. Informaba a los usuarios de que el recuento de votos seguía en curso.

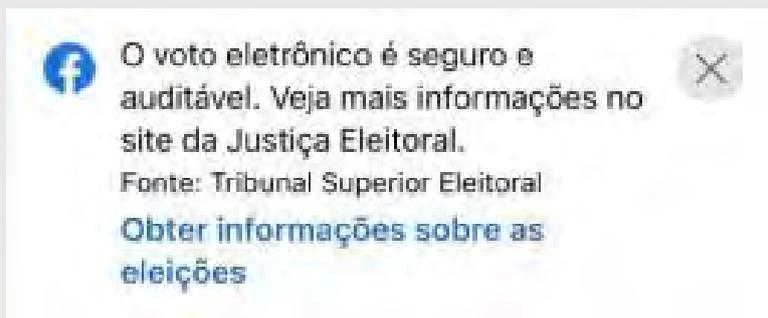


Una vez oficializada la segunda vuelta, se cambió la etiqueta para dirigir a los usuarios a los resultados puestos a disposición por el TSE.



Unos días antes de la segunda vuelta, se lanzó una nueva etiqueta para reforzar que el voto electrónico es seguro y auditable. La etiqueta llevaba a los usuarios de Facebook e Instagram a una sección específica de la web del TSE.

[Ir al sumario](#)



Entre el 16 de agosto y el 30 de octubre se retiraron más de 310.000 contenidos por violencia e incitación y más de 290.000 por incitación al odio. También se eliminaron publicaciones que infringían la política de injerencia electoral, como los posts con fechas y horas de votación incorrectas o los que indicaban números de candidatos erróneos.

Meta aumentó de dos a cuatro el número de socios de verificación de hechos para las elecciones de 2022.

Desde el inicio de la campaña el 16 de agosto hasta el 8 de enero de 2023, fecha en la que se produjeron los actos antidemocráticos en Brasilia, se eliminaron más de un millón de contenidos en Facebook y más de 960.000 contenidos en Instagram por infracciones de las políticas de violencia e incitación de Brasil.

En el mismo periodo, se eliminaron más de 570.000 contenidos en Facebook y más de 520.000 en Instagram que infringían las políticas sobre incitación al odio. Por otra parte, las infracciones de las políticas sobre acoso e intimidación dieron lugar a la eliminación de más de 380.000 contenidos en Facebook y más de 630.000 en Instagram.



En 2022, WhatsApp lanzó una amplia campaña contra la desinformación, con el lema “Luchemos juntos contra la información falsa”. Los objetivos eran dar visibilidad a las asociaciones establecidas para combatir la desinformación y aumentar el acceso a información fiable.

Las piezas se publicaron tanto en el chatbot del TSE como en los chatbots de las organizaciones de verificación de hechos asociadas a WhatsApp. También se mostraron en Facebook, Instagram y Youtube, además de difundirse en los principales periódicos y revistas impresas, así como en portales de noticias, emisoras de radio y medios externos durante el proceso electoral. Se llegó semanalmente a unos 90 millones de personas en plataformas digitales y a unos 100 millones en medios externos.

[Ir al sumario](#)



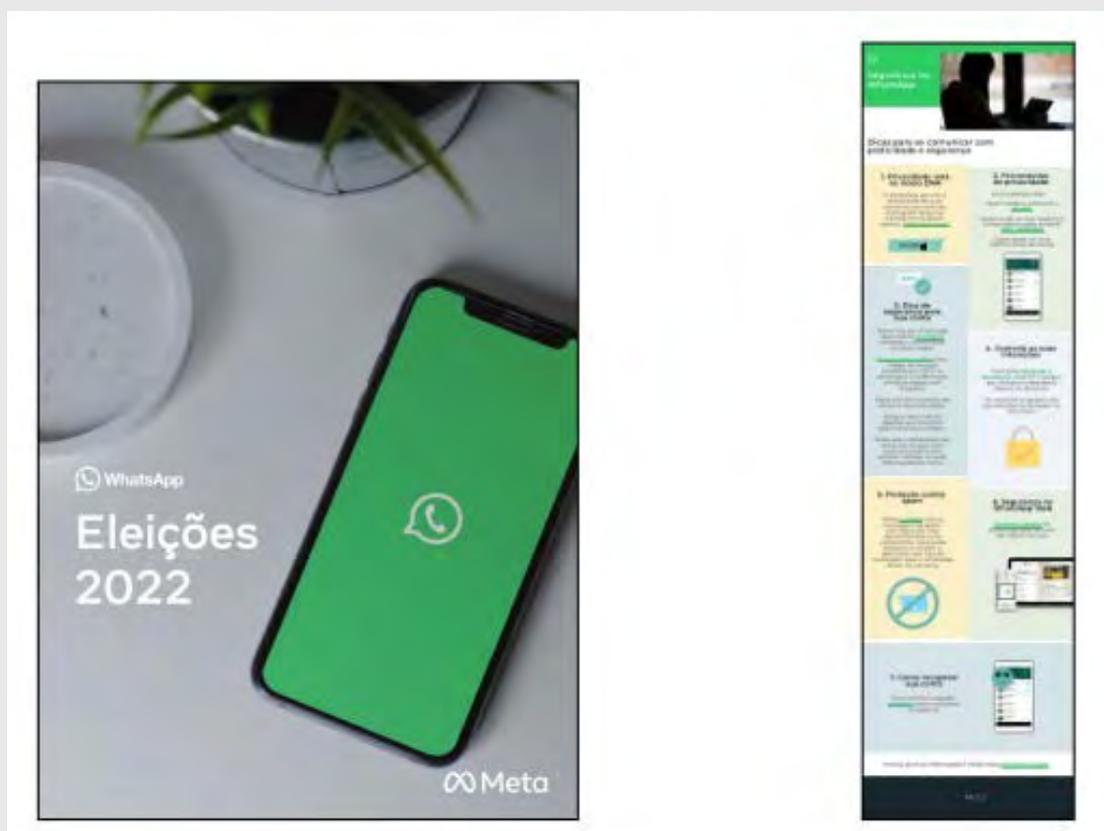
Además, algunos recordatorios sobre la jornada electoral dirigían a las personas que accedían a Facebook e Instagram al chatbot de WhatsApp, lo que llevó a millones de personas a registrarse en el bot durante la semana de las elecciones.



En otro orden de cosas, WhatsApp se reunió con autoridades del TSE, TRE/SP y STF para aclarar el programa de suministro de datos en casos criminales, incluyendo instrucciones sobre cómo enviar solicitudes de preservación y suministro de información.

[Ir al sumario](#)

La plataforma también creó un folleto educativo, en formato digital e impreso, distribuido a todos los órganos de la Justicia Electoral, con buenas prácticas para la comunidad electoral. También elaboró una ficha sobre seguridad en la aplicación, con consejos para la comunicación con privacidad y seguridad.



Como medida para reducir el alcance, en mayo de 2022 se adoptó un nuevo límite para el reenvío de mensajes, limitado a un grupo de WhatsApp cada vez, lo que provocó una reducción de aproximadamente el 20% en el número de mensajes enviados con frecuencia por los usuarios a los grupos de WhatsApp.

En colaboración con las agencias *Lupa* y *Mural*, el proyecto “*Papo Reto no Zap*” (en español: Charla Directa por WhatsApp) llevó la verificación e lo hechos a comunidades periféricas de la ciudad de São Paulo de forma innovadora y participativa.

Para reforzar la enfrentamiento a la desinformación en la recta final de las elecciones y aumentar el acceso a información fiable, WhatsApp lanzó en octubre de 2022 una campaña de marketing en los principales medios de prensa nacionales, haciendo hincapié en la importancia de no compartir información falsa. Los anuncios a toda página se publicaron en más de 2,5 millones de unidades de los principales periódicos impresos brasileños. La versión online, difundida en las plataformas de Meta, llegó a más de 72 millones de personas hasta el 26 de octubre de 2022.

[Ir al sumario](#)



Por último, se lanzaron 13 pegatinas (12 estáticas y una animada) que, en consonancia con la identidad de la campaña de marketing de promoción del chatbot, fomentan la verificación de contenidos promoviendo información fiable durante el periodo electoral.



Asociación TSE y TikTok

TikTok creó una página con información correcta sobre las Elecciones de 2022, que incluía datos sobre la seguridad de las urnas, instrucciones para comprobar la información y acceso a la página *Fato ou Boato* (en español: Realidad o Rumores).

La página “Más información sobre las elecciones brasileñas”, alimentada con vídeos informativos, se promocionó a través de un banner, que aparecía como primer resultado en las búsquedas de términos relacionados con las elecciones. También se publicitó a través de notificaciones enviadas a todos los usuarios.

Ir al sumario

Entre febrero y noviembre de 2022, la plataforma etiquetó más de 1,5 millones de vídeos, y se accedió a las etiquetas casi 17 millones de veces. En las semanas previas a la primera y segunda vuelta de las elecciones, las etiquetas se insertaron en emisiones en directo, con un impacto de más de 40 millones de personas. En total, la página sobre las elecciones fue consultada más de 6,8 millones de veces.



TikTok también utilizó advertencias en varios hashtags temáticos como forma de subrayar la importancia de cumplir las directrices de la comunidad. Esta sección fue consultada casi 1,8 millones de veces.



[Ir al sumario](#)

La plataforma elaboró un folleto educativo con aspectos prácticos para frenar la desinformación, además de apoyar la comunicación institucional del TSE mediante la difusión en directo en sus redes los días de la primera y segunda vuelta.

También se asoció con la Agencia Lupa con una serie de vídeos publicados en el perfil oficial (@agencialupa) para ayudar a la gente a reflexionar sobre el proceso electoral, haciendo hincapié en la importancia de comprobar la información. A partir de julio, se publicaron dos vídeos por semana con el hashtag #fujadafake.

Al final de cada mes, se invitó a un creador de contenidos a debatir cuestiones relacionadas con la desinformación, en directo y con la mediación de Lupa.

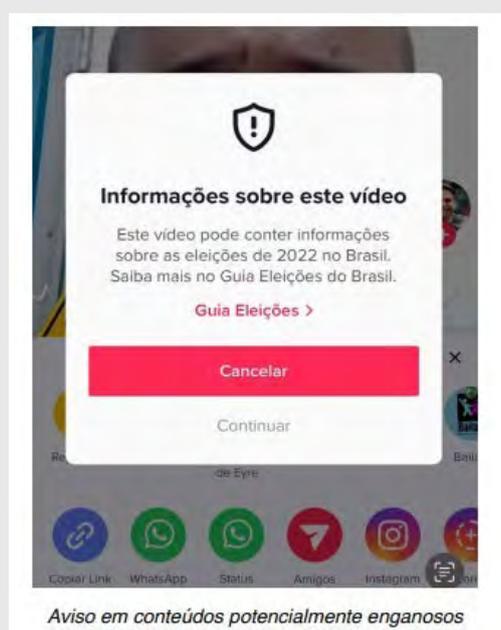
Cerca de la segunda vuelta, un vídeo publicado en el perfil oficial del TSE (@tsejus) sobre la seguridad de las urnas electrónicas fue promocionado por la plataforma y logró casi 92,5 millones de visualizaciones y 725.000 likes.

TikTok se asoció con la Asociación de Periodismo Digital (Ajour) y el en *Instituto Palavra Aberta* (español: Instituto Palabra Abierta) para promover la formación en educación mediática de creadores, periodistas, jóvenes usuarios y organizaciones del tercer sector.

Además de estas formaciones, los periodistas participaron en un taller sobre buenas prácticas en la producción de vídeos, fomentando los contenidos de fuentes fiables y verificables en la plataforma.

El *Instituto Palavra Aberta* (español: Instituto Palabra Abierta) también contribuyó a una campaña de enfrentamiento a la desinformación en la primera vuelta, con vistas a fomentar la comprobación antes de reenviar. En conjunto, los vídeos alcanzaron más de 82 millones de visitas.

La plataforma asociada apoyó una serie de 15 vídeos educativos sobre la urna electrónica, creados por el portal Jota, con el apoyo del TSE. El proyecto incluía contenidos sobre la creación de la urna y sus capas de seguridad, así como entrevistas con los principales implicados en su desarrollo.



[Ir al sumario](#)

Como resultado del canal extrajudicial abierto en colaboración con el TSE, casi el 83% de las publicaciones denunciadas a través del Sistema de Alerta de Desinformación contra las Elecciones fueron eliminadas por la plataforma.

También hubo actividades proactivas de moderación: se eliminaron más de 66.000 vídeos, y el 79% de las eliminaciones se produjeron antes de que el contenido llegara a su primer visionado.



La plataforma prohíbe los anuncios políticos o electorales de pago, a pesar de que la legislación brasileña los permite. Desde el inicio de la campaña, las restricciones se han ampliado para impedir que los perfiles identificados como pertenecientes a políticos accedan a los recursos publicitarios.

Por último, TikTok adoptó una postura aún más estricta tras los acontecimientos antidemocráticos del 8 de enero. Entre el 8 y el 15 de ese mes, eliminó espontáneamente más de 1.300 contenidos que violaban su política contra el extremismo, 5.500 contenidos que violaban su política sobre desinformación con riesgo de daño al mundo real y 3.600 contenidos que violaban su política sobre desinformación sobre las elecciones.



Ir al sumario

Asociación TSE y Twitter

Twitter ha creado emojis temáticos especiales, también con el objetivo de fomentar la participación ciudadana en las elecciones a través de hashtags.

Emojis eleitorais especiais

 <p>Conversa geral Jul 20 - Nov 10</p> <p>#Eleições2022 #VoteConsciente #ProjetoEleição</p>	 <p>Debates Ago 1 - Out 29</p> <p>#DebatesBR #DebatesBrasil #DebateBR #DebateBrasil</p>	 <p>Participação Cívica Out 1 - 3 & Out 29 - Nov 1</p> <p>#EuVotei #CONFIRMA #BoraVotar</p>
---	---	---

También contribuyó a aumentar la visibilidad de las retransmisiones en directo de los acontecimientos, con artículos que aclaraban o reforzaban la integridad de las elecciones nacionales.

Livestreams



Eleitores vão às urnas neste domingo em todo o país; acompanhe

O Tribunal Superior Eleitoral (TSE) divulgou, na manhã deste domingo, o primeiro boletim de ocorrência dessas eleições. Segundo o TSE, até as 10h, foram substituídas 401 urnas eletrônicas, o que equivale a 0,07% do total. Nenhuma seção exigiu votação manual. De acordo com o Ministério da Justiça, ocorreram 276 crimes eleitorais pelo país até as 09h. Os tipos mais comuns registrados foram a compra de votos e a corrupção eleitoral. As urnas abriram às 8h deste domingo, no horário de Brasília, e fecham às 17h.

PSAs



Teste de segurança nas urnas eletrônicas não apresentou falhas significativas, diz presidente do TSE

O Tribunal Superior Eleitoral (TSE) divulgou nesta segunda-feira que os testes de hackeamento das urnas eletrônicas encontraram cinco falhas de segurança, mas nenhuma delas é capaz de "oferecer de risco para o resultado das eleições", disse o presidente da entidade, Ministro Luis Roberto Barroso. Segundo ele, os problemas apontados serão corrigidos nos próximos dias. Especialistas tiveram seis dias para tentar invadir o sistema.

Veja, abaixo, as principais Tweets sobre o assunto. O conteúdo é detectado por algoritmo.



Twitter Brazil @TwitterBrasil

Você sabia que o prazo para tirar, regularizar ou transferir o título de eleitor acaba em 4 de maio? Fique de olho no #RolêdasEleições e participe da mobilização pela participação da juventude nas eleições. 🗳️ Pode chamar todo mundo! (@TSEjuba)

TSE @TSEjuba

Um chamado desses, hein?! Vem torcida jovem do @SaoPauloFC, vem todo mundo que completa 16 anos até 2/10 e quem já tem 17 ou 18! Tire seu título em bit.ly/TituloNet-2022 e fique ON nesse #RolêdasEleições

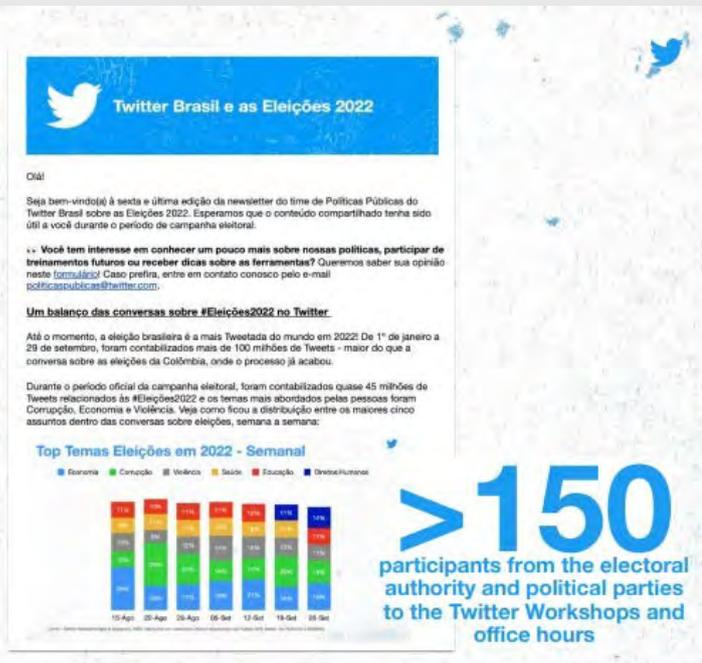
TSE @TSEjuba

So vem pro nosso #RolêdasEleições! O @TwitterBrasil é um dos parceiros da #JustiçaEleitoral no Programa de Enfrentamento à Desinformação 🗳️

Ir al sumario

Participó en más de una docena de sesiones de formación organizadas por el TSE para autoridades, funcionarios y partidos políticos, y distribuyó siete materiales educativos y seis boletines con información importante sobre candidatos y partidos políticos. También organizó consultas para responder a las preguntas de candidatos y partidos políticos sobre cuestiones relacionadas con el funcionamiento de la plataforma.

- Mais de **13 treinamentos** realizados para autoridades e partidos políticos sobre as regras e boas práticas do Twitter.
- Distribuição de **7 materiais educativos e 6 newsletters** com informações importantes para partidos e candidatos.
- 5 horas de atendimento para que candidatos e partidos políticos resolvessem qualquer dúvida relacionada à plataforma.



También apoyó campañas de la sociedad civil destinadas a fomentar la participación política.



Ofrecía a los usuarios aclaraciones a través de un chatbot, con información general sobre las elecciones, prácticas de alfabetización mediática y concienciación sobre el tema de la ciudadanía digital, además de proporcionar acceso a los datos de la investigación del TSE.

Ir al sumario



La alfabetización mediática fue incluso objeto de una campaña promovida y creada por Twitter.



Trabajó con creadores de contenidos, personas influyentes y líderes comunitarios a los que se comprometió e invitó a compartir información sobre educación mediática a través de sus cuentas.

Ir al sumario



Las políticas y acciones de Twitter en relación con las elecciones fueron objeto de una campaña explicativa en formato audiovisual.



Además, organizó dos mesas redondas con destacados académicos y líderes de la sociedad civil, así como diez reuniones proactivas con medios de comunicación, seguidas de conversaciones en línea con varios reporteros. Se transmitió información sobre la labor de Twitter en las elecciones a más de 800 profesionales que participaron en la cobertura de los comicios.

[Ir al sumario](#)

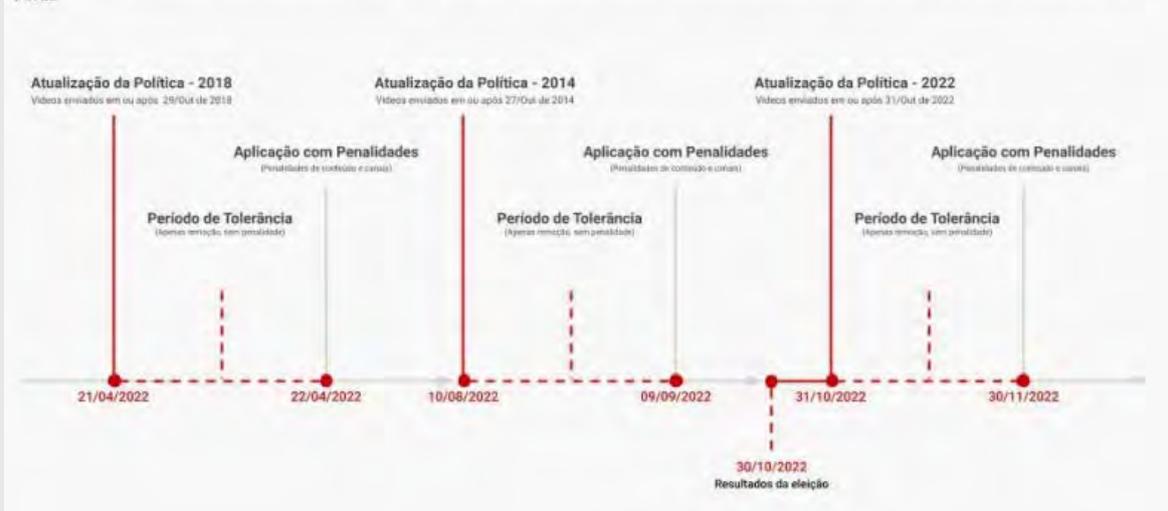


Asociación TSE y Google (YouTube)

La plataforma utilizó una combinación de recursos humanos e inteligencia artificial para detectar contenidos potencialmente problemáticos a escala. A continuación, las identificaciones automatizadas se sometieron a revisión humana para evitar errores. De este modo, se excluyeron los contenidos falsos que alegaban fraude generalizado, irregularidades o errores de procedimiento tras la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2022. A partir del 30 de noviembre, los canales que recibieron la tercera advertencia empezaron a ser suspendidos, en una dimensión adicional a la retirada puntual de contenidos.

Linha do tempo da Política de Integridade Eleitoral para as Eleições presidenciais brasileiras de 2022

Essa política se aplica à conteúdos que promovem falsas informações que difundem fraudes, erros ou falhas que afetariam o resultado das eleições presidenciais de 2014, 2018 e 2022.



[Ir al sumario](#)

Vídeos removidos por violarem nossas políticas:

+10K

Vídeos removidos

+2.5K

De canais excluídos

até novembro de 2022 por terem violado nossas políticas relacionadas às eleições brasileiras, inclusive as Diretrizes da Comunidade;

+84%

Desses vídeos foram retirados do ar antes que alcançassem 100 visualizações.

YouTube empezó a mostrar una serie de paneles informativos para proporcionar a los usuarios un contexto adicional, dirigiéndoles a información fiable cuando buscaban o veían vídeos relacionados con el proceso electoral.



Prateleira de principais notícias na página inicial do YouTube



Principais notícias na busca do YouTube

Ir al sumario



Para ajudar a los usuarios a encontrar información relevante y fiable, se ajustaron los algoritmos de búsqueda y recomendación para reducir la difusión de contenidos dudosos y desinformación perjudicial. Como resultado, más del 85% de los resultados de búsqueda relacionados con las elecciones brasileñas procedían de fuentes noticiosas.

A lo largo del periodo, los paneles informativos ofrecieron a los usuarios contexto adicional relacionado con determinados tipos de búsqueda.

Painéis informativos de votação e candidatos

Como votar
 Mostramos um painel informativo na parte superior dos resultados quando os usuários buscavam no YouTube informações específicas sobre como votar. Esse painel estava vinculado ao recurso "Como votar" do Google, com informações oficiais que incluíam requisitos como documentos necessários, como tirar o título e prazos de votação.



Como tirar o título de eleitor
 Quando os usuários buscavam no YouTube informações específicas sobre como tirar o título de eleitor, era mostrado um [painel informativo](#) na parte superior da página com um link para o recurso "Como tirar o título de eleitor" do Google. Esse painel apresentava informações como prazos e etapas para transferir e regularizar o título.



Painéis informativos sobre candidatos
 Quando os usuários buscavam no YouTube candidatos presidenciais, federais ou estaduais de 2022, acima dos resultados da pesquisa era exibido um painel com [informações sobre aquele candidato](#), como filiação partidária, cargo e, quando disponível, o canal oficial do candidato no YouTube.



Painéis informativos para combater a desinformação

Resultados das eleições
 Tanto no primeiro quanto no segundo turno, lançamos um painel informativo com os resultados das eleições na parte superior da busca para consultas relacionadas ao pleito. Logo após a eleição, dirigimos os usuários para um recurso na busca do Google que trazia informações detalhadas sobre os resultados.



[Ir al sumario](#)

La plataforma también potenció la visibilidad de las campañas institucionales del TSE al destacar y dirigir a los usuarios a contenidos publicados por el Tribunal. Se favorecieron los resultados de las elecciones y la lista de reproducción del TSE con las principales consultas en la página Fato ou Boato.

Otra iniciativa consistió en poner la información oficial a disposición de los usuarios como primer resultado de búsqueda en Google. Por ejemplo, cuando se buscaba “cómo votar” o “cómo utilizar la urna electrónica”, las explicaciones proporcionadas por el TSE aparecían en la parte superior de la página. Y, durante dos períodos a lo largo de 2022, Google envió notificaciones a todos los usuarios de Android, alrededor de 250 millones de personas, con información de la Justicia Electoral. También se produjeron contenidos exclusivos sobre la Justicia Electoral, las urnas electrónicas y el proceso de voto electrónico para Alexa.



Se han llevado a cabo otras iniciativas, como el programa Jogo Limpo, en asociación con el Centro Internacional de Periodistas. El Proyecto *Papo Reto* (en español: ProyectoCharla Directa), basado en un estudio desarrollado por el Instituto Brasileño de Investigación y Análisis de Datos, en colaboración con Jota Jornalismo, que presenta un examen del sesgo de percepción y la polarización política actual. Y el podcast Paredes São de Vidro, producido en colaboración con la Orden de Abogados del Brasil (OAB) y el TSE, que examina entre bastidores el sistema judicial brasileño. La plataforma también apoyó el podcast Eleições na Internet, una iniciativa conjunta con Folha de São Paulo e ITS-Rio, que debatió el papel de las redes sociales y las tecnologías en las campañas electorales, entre otros proyectos.



[Ir al sumario](#)

Asociación TSE y Telegram

Como resultado de la asociación, Telegram verificó el canal oficial del TSE (@tsejus) en la plataforma para identificar su autenticidad.

También revisó sus condiciones de uso, promoviendo actualizaciones para prohibir, entre otras conductas, la promoción de la violencia, la desinformación, el discurso de odio y los ataques a la democracia.

También ha adoptado una serie de medidas para combatir la desinformación e identificar los mensajes potencialmente perjudiciales para el buen desarrollo de las elecciones.

1. MEDIDAS GERAIS ADOTADAS PELO TELEGRAM

Para combater a desinformação e identificar postagens que precisam ser analisadas quanto à desinformação, o Telegram atualmente conta com as seguintes fontes:

- comunicação direta com o TSE através de um grupo dedicado e um endereço de e-mail dedicado;
- monitorar proativamente os canais populares, não necessariamente apenas da lista de 100 canais;
- monitoramento dos principais canais responsáveis pela publicação de conteúdo extremo, desinformação ou discurso de ódio;
- marcação de postagens como contendo informações imprecisas;
- marcação de publicações como contendo informações imprecisas e vincular um canal à verificação de fatos feita por verificadores de fatos independentes;
- divulgação dos canais oficiais do TSE e do Ministério da Saúde no Telegram;
- monitoramento dos principais canais com comentários políticos e sociais com a ajuda de agências de verificação de fatos;
- monitoramento de mídias e redes sociais no Brasil;
- marcação de canais como contendo desinformação;
- promover tags verificadas em canais independentes de verificação de fatos;
- restringir usuários banidos por espalhar desinformação ou violar os Termos de Serviço do Telegram a postar em canais e grupos públicos;
- responder dentro do prazo solicitado a 100% das ordens judiciais recebidas em matéria de moderação de conteúdos.

Hasta abril de 2022, la plataforma ha identificado y marcado 634 publicaciones como potencialmente desinformativas, y casi el 92% de estas publicaciones han sido identificadas automáticamente por la plataforma.



Esta mensagem contém informações não confiáveis. Saiba mais.

La plataforma también ha establecido asociaciones con algunas de las agencias de verificación de hechos más importantes de Brasil con los siguientes objetivos:

Ir al sumario

- identificar conteúdos virais no Telegram;
- identificar os temas mais discutidos nas plataformas digitais e os principais temas que estão sendo objeto de desinformação;
- promover a análise de postagens de forma independente pelas agências de checagem de fatos associadas à IFCN, de modo a confirmar a veracidade do conteúdo publicado;
- publicar o resultado da verificação no canal da agência de verificação de fatos no Telegram, que está disponível publicamente para todos os usuários acessarem gratuitamente;
- com base no conteúdo analisado, o Telegram marca conteúdos específicos publicados em canais ou grupos públicos que possam conter informações falsas ou enganosas; e
- implementar outras medidas, conforme acordado entre o Telegram e as agências de verificação de fatos.

Gracias a esta colaboración, se verificaron más de 215 fuentes de desinformación. Como resultado, se aplicaron cláusulas de exención de responsabilidad a 121 mensajes, que se extendieron automáticamente a mensajes similares, incluidas las copias reenviadas, generando un alcance acumulado de casi 900.000 visitas.

Las agencias de verificación de hechos publicaron más de 500 posts con verificaciones independientes de los principales temas de desinformación compartidos en línea.

Además, lanzaron dos chatbots en la plataforma que aceptan solicitudes de verificación de los usuarios, lo que ayuda a encontrar contenido relevante que ya ha sido verificado de forma rápida y sencilla.

La plataforma compiló una lista de los 100 canales más populares en Brasil, en el nicho centrado en noticias y comentarios políticos y sociales, que representan más del 95% de todas las visualizaciones de mensajes públicos en la plataforma en el país. A continuación, comenzó a monitorizarlos, analizando el contenido publicado para definir estrategias de enfrentamiento a la desinformación.

NÚMERO DE AÇÕES ADOTADAS PROATIVAMENTE PELO TELEGRAM COM BASE EM SUAS DIRETRIZES E TERMOS DE USO

	1º trimestre de 2022	2º trimestre de 2022	3º trimestre de 2022	4º trimestre de 2022
Contas inautênticas banidas (incluindo spam, falsidade ideológica e violações aos Termos de Serviço)	272,000	250,000	365,154	414,491
Comunidades proibidas	37,000	31,051 <small>(incluindo 300 temporária-mente suspensas)</small>	34,723	75,801
Pornografia	10,700	5,000	15,209	23,153
Violência e abuso infantil	1,100	2,300	115	119
Spam e fraude (incluindo desinformação)	24,000	23,400	18,072	51,304
Direitos Autorais	470	330	806	901
Terrorismo	70	20	78	43

[Ir al sumario](#)

Asociación TSE y Kwai

En colaboración con la plataforma, el TSE desarrolló la página especial Central das Eleições, que reunía contenidos exclusivos sobre las elecciones. En los tres meses que estuvo online, entre agosto y octubre, recibió millones de visitas.

Kwai también ha llevado a cabo otras acciones en colaboración con el TSE para combatir la desinformación en el proceso electoral. La primera, realizada en abril de 2022, fue una página especial con una serie de materiales para ampliar la enfrentamiento a la desinformación electoral en el entorno digital, con posts que sugerían consejos para ayudar a encontrar la información correcta sobre el proceso electoral, utilizando el hashtag *#FatoOuBoato* (en español: *#RealidadORumores*).

En junio de 2022, el TSE abrió por primera vez una urna electrónica en las redes sociales. Con la etiqueta *#DeOlhoNaUrna* (en español: *#OjoEnLaUrna*, se publicaron vídeos divididos en cinco capítulos, en los que los votantes pueden ver cómo funciona el equipo desde dentro. El material cuenta con más de 2,6 millones de visitas.



Asociación TSE y LinkedIn

LinkedIn proporcionó a todos los usuarios noticias fiables sobre el proceso electoral, seleccionadas por un equipo interno de redactores y editores. Asimismo, los equipos de moderación de contenidos supervisaron las conversaciones asociadas a estas noticias.

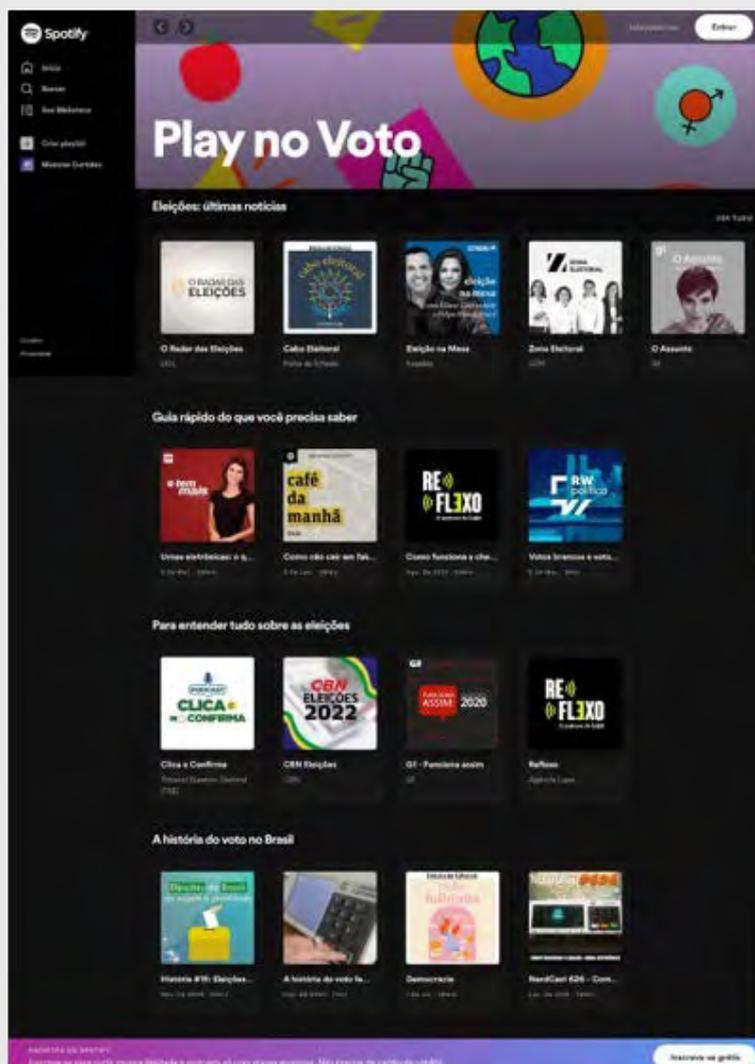
La plataforma organizó seminarios para funcionarios de la Justicia Electoral y tradujo su informe de transparencia al portugués, con las medidas adoptadas para proteger a los usuarios de la desinformación.



Ir al sumario

Asociación TSE y Spotify

Se publicaron mensajes que fomentaban el compromiso cívico. Además, se lanzó una campaña a favor de la participación política a través de medios de pago en otras plataformas. También se produjo una serie de podcasts exclusivos que aparecieron en la página especial sobre elecciones creada por la plataforma.



[Ir al sumario](#)



D.2. Centro de Notificación de la Justicia Electoral

El TSE mantuvo en funcionamiento el Centro de Notificaciones, basado en el uso de sus apps oficiales (*e-Título* y *Autoridad de Mesa (Mesário)*) como canales de comunicación directa con electores, empleados y colaboradores, especialmente para la divulgación de contenidos rápidos y relevantes sobre las elecciones, incluyendo el esclarecimiento de fake news.



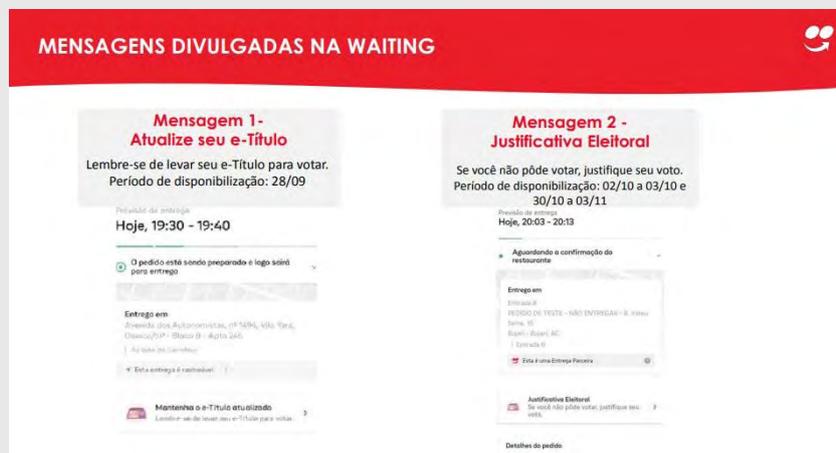
ELECCIONES 2022

En septiembre de 2022, el Centro de Notificaciones recibió un brazo adicional, creado específicamente para enviar avisos importantes a los empleados de la Justicia Electoral. Con el apoyo de la página de inicio del Sistema Elo, el *Radar de la Desinformación* proporcionó una forma rápida y simplificada de comunicación, útil tanto para la difusión de materiales informativos para consumo interno como para la emisión de alertas con aclaraciones sobre narrativas falsas que son más propensas a ser vistas en momentos delicados del proceso electoral (tendencias de desinformación).

Otra novedad fue la ampliación del Centro de Notificaciones más allá de los mecanismos de la propia Justicia Electoral. En colaboración con la empresa iFood, se enviaron dos mensajes en nueve ocasiones, próximas a las fechas de la primera y segunda vuelta, sobre la actualización de la app *e-Título* y con instrucciones para la justificación electoral a más de 40 millones de usuarios de la app.

[Ir al sumario](#)

La acción se saldó con más de 47 millones de visualizaciones y más de 1,5 millones de clics. Además, un artículo publicado en el portal iFood sobre la asociación con el TSE fue consultado más de 1,4 millones de veces.



Contenido

Durante el período electoral se enviaron numerosos mensajes específicos contra la desinformación, personalizados en función del público objetivo de cada app, con el fin de ampliar el alcance de la información oficial. Las notificaciones se hicieron en un formato breve y directo y de forma accesible y clara, acompañadas de enlaces que permitían al público profundizar en los temas tratados.

Resultados

Durante las Elecciones de 2022, se enviaron notificaciones informativas a más de 40 millones de usuarios de las apps oficiales de la Justicia Electoral, lo que garantizó que la información importante se transmitiera de forma rápida y directa.

Número de usuarios de las aplicaciones oficiales

- » e-Título: 38.335.504 usuarios (+ 112% respecto a 2020).
- » Autoridad de Mesa (Mesário): 1.448.868 usuarios (+36,5% respecto a 2020).

[Ir al sumario](#)

Notificaciones enviadas

- » e-Título: 25 mensajes (+ 47% en comparación con 2020).
- » Autoridad de Mesa (Mesário): 26 mensajes (+ 271% 7 en comparación con 2020).
- » *Radar de la Desinformación*: 2 mensajes (solución creada en 2022).

D.3. Canales y redes sociales de las TSE

En 2022, los contenidos para aclarar y combatir la desinformación publicados por las redes sociales oficiales del TSE llegaron a 17,5 millones de personas. Entre las publicaciones, destacan las aclaraciones de las que se hizo eco el sitio web Fato ou Boato, las series temáticas y los anuncios del chatbot y del canal de Telegram:



[Ir al sumario](#)

2.3.2 La enfrentamiento a la desinformación con formación

El PPED también está comprometido con iniciativas para educar y capacitar tanto al público interno (jueces, magistrados, funcionarios, empleados y colaboradores de la Justicia Electoral, incluidos los funcionarios electorales) como al público externo (periodistas, votantes, miembros de partidos políticos y ciudadanos en general) sobre el fenómeno de la desinformación y sus externalidades negativas, así como sobre el funcionamiento de las elecciones, con énfasis en los aspectos de transparencia, seguridad, auditabilidad y confiabilidad del proceso de votación electrónica.

Formación para audiencias externas

Eventos y conferencias

Con la participación directa de las plataformas socias del PPED, el TSE organizó en junio de 2022 un seminario sobre la enfrentamiento a la desinformación dirigido a dirigentes y representantes de diversos partidos políticos.



También celebró una Sesión Informativa para Embajadas, con el objetivo de proporcionar a embajadores y representantes de misiones consulares información esencial sobre el proceso electoral brasileño.



[Ir al sumario](#)



En la misma línea, el TSE organizó reuniones para proporcionar información esencial sobre la enfrentamiento a la desinformación y la fiabilidad de las elecciones nacionales a los miembros de la Comisión de Transparencia Electoral (CTE) y del Observatorio de la Transparencia Electoral (OTE).

El tema de la enfrentamiento a la desinformación fue objeto de reuniones con ponencias más largas organizadas por la AEED, en colaboración con la AIN, con algunas de las organizaciones participantes en la CTE y el OTE, así como con misiones de Observación Electoral nacionales e internacionales, como la Organización de Estados Americanos (OEA), el Observatorio de la Desinformación de la Universidad Complutense de Madrid y la Sociedad de Altos Estudios de Vitoria.

Bajo la coordinación del Programa de Enfrentamiento a la Desinformación del Supremo Tribunal Federal (STF) y en asociación con el Instituto Vero, en julio de 2022 el TSE contribuyó a un seminario virtual con conferencias de expertos nacionales y mundiales en desinformación y temas relacionados, titulado “Los desafíos de la desinformación y las tecnologías para combatirla”.

En el ámbito de la asociación firmada con el TSE, el capítulo de Río de Janeiro de la Orden de Abogados del Brasil (OAB/RJ) organizó el seminario Enfrentamiento a la Desinformación: Democracia y Elecciones Limpias en agosto de 2022, con debatientes externos y de la propia Justicia Electoral, para llevar discusiones a la comunidad sobre la enfrentamiento a la desinformación y la integridad de las elecciones brasileñas.



[Ir al sumario](#)

También como resultado de las asociaciones firmadas con el Instituto Paranaense de Derecho Electoral (IPRADE) y el Instituto Brasileño de Derecho Electoral (Ibrade), la octava edición del Congreso Brasileño de Derecho Electoral, el mayor evento en el campo en el país, adoptó el lema Democracia en Acción como tema central, con el fin de garantizar que los debates académicos, a los que asistieron más de dos mil inscritos, honraran cuestiones relacionadas con la protección del patrimonio democrático y la normalidad electoral, así como la Enfrentamiento a la desinformación contra las instituciones de garantía.



Con voluntarios del FRENTE trabajando en oficinas de registro de todo el país, se impartieron 105 charlas en 23 estados.



[Ir al sumario](#)



NA LINHA DA FRENTE

Nos dias 21 e 22 de maio os servidores do TRE-PA, Márcia Rachel Storck Costa, Simone Maia da Fonseca Santos e Robert Rocha Barros participaram do Projeto Ribeirinho Cidadão – Ação Bagre executando o Programa Eleitor do Futuro na Zona Rural, localidade Ribeirinha de Mocajatuba, do Município de Bagre, uma localidade com inúmeras carências sociais.

O Projeto foi promovido pelo Tribunal de Justiça do Estado do Pará – Termo Judiciário de Bagre, na pessoa do Dr. David Jacob Bastos, Juiz de Direito substituto, com o objetivo de promover ações de cidadania. O acesso ao Município de Bagre somente é possível através de transporte fluvial, que demora em média de 12 a 14 horas, dependendo da embarcação.

Durante o evento, além de apresentar e explicar sobre o funcionamento da urna eletrônica, os servidores falaram sobre o título de eleitor, a segurança do sistema eletrônico de votação e a importância do voto.



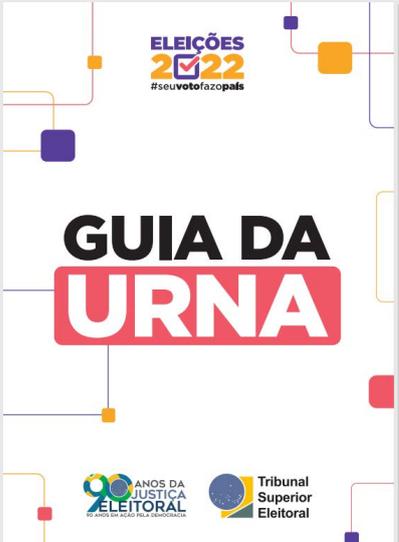
Foto de Simone Maia Santos

[Ir al sumario](#)

Cartillas y guías informativas

El TSE ha publicado materiales informativos con contenidos claros, simplificados y objetivos, apoyados expresivamente en imágenes e infografías, sobre temas fundamentales para preservar la integridad y normalidad de las elecciones.

La *Guía de la Urna*, elaborada por la Coordinación de Prensa de la Secretaría de Comunicación y Multimedia (Cimp/Secom), abarca la historia y evolución histórica de las urnas electrónicas, con énfasis en los procesos relacionados con el desarrollo de los respectivos sistemas y los mecanismos de seguridad, inspección y auditoría.



4. AUDITORIA - ANTES

A JE realiza esforços contínuos e crescentes para o fortalecimento da transparência do processo eleitoral e a promoção da fiscalização por diversos mecanismos. As auditorias acontecem antes, durante e depois das eleições, e contam com a participação da sociedade.

A seguir, as principais ferramentas de auditoria utilizadas antes de cada eleição. São inúmeros os processos que reforçam, a todo tempo, a segurança do processo eletrônico de votação.

Testes Públicos de Segurança (TPS)

A cada eleição, o TSE realiza o TPS, do qual podem participar todos os brasileiros, a partir de 18 anos, que cumpram os requisitos previstos em edital.

O TPS funciona da seguinte forma: o Tribunal convoca especialistas para tentar quebrar as barreiras de segurança das urnas eletrônicas e descobrir vulnerabilidades nos sistemas e nos componentes internos e externos da urna. A Justiça Eleitoral brasileira foi o primeiro organismo eleitoral do mundo a promover uma iniciativa assim com a participação de hackers.

Las cuestiones de seguridad electrónica se han desmitificado y explicado en profundidad, en un lenguaje sencillo, en *Guia Prático – Eleições Informatizadas, Fiscalização e Auditoria 2022* (en español: *Guía Práctica – Elecciones informatizadas, Inspección y Auditoría 2022*), elaborada por la Secretaría de Tecnologías de la Información.



1. A CHEGADA DA URNA ELETRÔNICA PARA ACABAR COM AS FRAUDES NAS ELEIÇÕES

O Brasil é pioneiro no uso das urnas eletrônicas, utilizadas no país a partir de 1996, com a implantação do sistema eletrônico de votação. A máquina para coletar votos era um desejo antigo no Brasil e teve como objetivo eliminar a fraude no processo eleitoral, afastando a intervenção humana, pois ocorriam muitas manipulações dos votos dos eleitores.

Ir al sumario

La simplificación de las cuestiones técnicas también era una preocupación del Tribunal, que dio lugar a la elaboración del *Glossário Eleições Informatizadas 2022* (en español: Glosario de Elecciones Informatizadas), redactado por la Secom para facilitar la comprensión pública de elementos importantes sobre la seguridad de la cara informatizada de las elecciones. Con este espíritu, se explican de forma sencilla expresiones como biometría, código fuente y registros.



CRIPTOGRAFIA

Criptografia é uma forma de codificar determinada mensagem de maneira que só aqueles que conhecem o código podem decifrar. Em segurança da informação, é a conversão de dados de um formato legível para um formato codificado. Os dados criptografados só podem ser lidos ou processados depois de serem decifrados. É a forma mais simples e mais importante de garantir que as informações de um sistema digital não sejam roubadas e lidas por alguém que deseja usá-las para fins maliciosos.

Na Justiça Eleitoral, a criptografia digital é um mecanismo de segurança para a proteção de dados sensíveis, tais como os votos gravados no RDV e a biometria dos eleitores. Como os dados tornam-se embaralhados, eles ficam inacessíveis a pessoas não autorizadas. O Tribunal Superior Eleitoral (TSE) usa uma combinação de algoritmos proprietários e de domínio público para cifração simétrica e assimétrica.

También en línea con los esfuerzos para demostrar la transparencia y fiabilidad de las elecciones brasileñas, la Asesoría de Asuntos Internacionales (AIN) ha elaborado *Guia Prático – Eleições Brasileiras 2022* (en español: Guía Práctica - Elecciones Brasileñas 2022), con información y datos relacionados con la tecnología y la innovación en las elecciones informatizadas.



6 ESTRATÉGIAS DE FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL E COMBATE À DESINFORMAÇÃO

Com a finalidade de responder aos desafios que a desinformação impõe à integridade das eleições e à própria democracia, o TSE desenvolveu o Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação no âmbito da Justiça Eleitoral. O programa funciona "em rede", a partir de uma abordagem sistêmica, multidisciplinar e multissetorial, fundada na mobilização dos órgãos da Justiça Eleitoral e na formação de parcerias estratégicas com múltiplos atores, incluindo os mais diversos organismos governamentais, organizações de imprensa e de checagem de fatos, provedores de aplicação de internet, entidades da sociedade civil, academia e partidos políticos.



[Ir al sumario](#)

Producida por la AEED, *Guia Básico de Enfrentamento à Desinformação* (en español: Guía Básica de Enfrentamiento a la Desinformación) busca incentivar la enfrentamiento a las falsas narrativas como hábito cívico, presentando un conjunto claro de alternativas concretas capaces de mitigar la presencia de la manipulación informativa en las discusiones públicas en torno al sistema electoral brasileño.



Además de la población en general, el TSE también elaboró materiales dirigidos a segmentos específicos, con el objetivo de mantener las iniciativas de enfrentamiento a la desinformación.

En esta línea, la Secom elaboró *Guia das Eleições 2022 para Jornalistas* (en español: Guía de las elecciones 2022 para Periodistas), repleta de información relevante sobre la organización de los comicios, pero también centrada en acciones de transparencia y enfrentamiento a el fraude informativo.



Ir al sumario

Elaborada por la AEED, *Guia para Parceiras e Parceiros Institucionais do Tribunal Superior Eleitoral* (en español: Guía para Socios/as Institucionales del TSE) presenta directrices para garantizar la profundización de las alianzas con respecto a los esfuerzos para mitigar el daño social causado por las falsas narrativas.



Dentro dessa perspectiva, sob o prisma da comunicação coletiva, as pautas democráticas podem ser trabalhadas, alternativa ou cumulativamente, e, a depender do âmbito de atuação e das capacidades de cada parceira ou parceiro, em quatro diferentes dimensões, a saber:

- ✓ **Dimensão acadêmica:** patrocínio, apoio, organização ou direcionamento de publicações especializadas ou eventos (presenciais, híbridos ou telepresenciais) com especialistas convidados(as), como congressos, seminários, colóquios e debates, garantindo-se a tematização ou a reserva de espaços específicos para temas direta ou indiretamente relacionados com o fortalecimento democrático, com a integridade das eleições brasileiras ou com a desinformação;
- ✓ **Dimensão midiática:** entrevistas ou participação em programas de emissoras de rádio e televisão, assim como em veículos da imprensa escrita ou digital, bem ainda publicação de artigos de opinião com esclarecimentos de temas direta ou indiretamente relacionados com o fortalecimento democrático, com a integridade das eleições brasileiras ou com a desinformação;

Voltar ao sumário

12

Guia para parceiras e parceiros institucionais do Tribunal Superior Eleitoral

- ✓ **Dimensão social:** patrocínio, promoção ou fomento de diálogos democráticos diretos com a população em geral (reuniões, palestras, lives, webinários, encontros multilaterais), assim como com agentes-chave, como entidades de classe e outros coletivos associativos com representatividade social;
- ✓ **Dimensão publicitária:** patrocínio, apoio, organização ou ampliação de campanhas de sensibilização, focadas na difusão de informações corretas, na construção de confiança ou no desenvolvimento da resiliência democrático-constitucional.

Guia do Voto Consciente (en español: Guía del Voto Consciente), lanzada también en 2022, es otra publicación institucional utilizada para reforzar la importancia de la enfrentamiento a la desinformación. Elaborado por la Secom, el folleto añade cuestiones de gran relevancia, como las principales reglas de las elecciones y los canales para obtener información sobre los candidatos, así como mensajes de impacto sobre la importancia de no compartir noticias dudosas.

NÃO VENDA O SEU VOTO!

Vender o voto é uma prática ilegal, estabelecida como crime. A eleitora ou o eleitor que trata seu voto com mercadoria pode ajudar a eleger uma pessoa que se utilizou de métodos imorais e criminosos para chegar a um mandato político. Além disso, ao vender seu voto, você renuncia ao seu papel como cidadã ou cidadão e, dessa forma, o exercício da democracia é desprezado.

SE FOR FAKE NEWS, NÃO TRANSMITA

Eleição é coisa séria, e divulgar informações falsas é mais ainda. Cabe a cada eleitora ou eleitor ficar atento às mensagens e às notícias que recebe no período eleitoral. Se tiver dúvida sobre algum tipo de conteúdo que recebeu, vá até um canal oficial – como a página 'Fato ou Boato' do TSE na internet – e verifique a informação.

ATENÇÃO: A Justiça Eleitoral possui um Sistema de Alerta de Desinformação Contra as Eleições. Ao receber alguma notícia falsa, descontextualizada ou manipulada sobre o processo eleitoral brasileiro, denuncie! Acesse: <https://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-2022/sistema-de-alerta>.

FISCALIZE!

Antes, durante e após as eleições, cidadãs e cidadãos, partidos políticos e instituições podem fiscalizar as urnas e o processo eleitoral. Duas das principais etapas acontecem no dia das eleições: o teste de integridade e a conferência dos resultados pelo Boletim de Urna.

Ir al sumario

Boletín periódico

En junio de 2022, la AEED lanzó el boletín iPause! *Boletim de Enfrentamento à Desinformação* (en español: Boletín de Enfrentamiento a la Desinformación). Semanalmente durante cuatro meses -y 16 ediciones-, el boletín aportó consejos y noticias sobre la enfrentamiento a las noticias falsas, además de dar visibilidad a iniciativas y buenas prácticas desarrolladas por socios de la AEED y voluntarios del FRENTE.

El nombre iPause! hace referencia a la importancia de tomarse un tiempo para reflexionar antes de reenviar noticias de origen desconocido o contenido dudoso. Con una propuesta editorial sencilla, objetiva y distendida, el boletín cuenta con seis secciones diferentes, así como una breve explicación del mensaje visual en la portada de cada edición.



Cursos breves sobre medios sociales

El TSE promovió innovaciones en el ámbito de la educación para la cultura democrática con una serie de cursos breves sobre medios de comunicación social denominados *Pílulas pela Democracia* (en español: Píldoras por la Democracia), basados en la difusión de lecciones diarias, organizadas en un formato reducido para que quepan en un solo tuit.

El primer módulo, *30 Pílulas Contra a Desinformação* (en español: 30 Píldoras Contra la Desinformación), se produjo en colaboración con el TRE/BA y se publicó durante todo el mes de junio en las cuentas oficiales de Twitter e Instagram de ambos tribunales, además de divulgarse en el canal de Telegram del TSE y en las listas de correo que el TSE mantiene con los periodistas.



[Ir al sumario](#)



La serie continuó en septiembre con el módulo 10 píldoras para la tolerancia, en línea con el programa de prevención de la violencia política del PROFI.



Con esta iniciativa, más de un millón de internautas han tenido acceso a cursos resumidos sobre temas de importancia fundamental para la democracia.

Formación para periodistas

En agosto de 2022, el TSE organizó una nueva edición del curso Cobertura de las Elecciones 2022 y Derecho Electoral, con el objetivo de capacitar a los profesionales de la prensa para que puedan ofrecer información adecuada sobre el proceso electoral a toda la población.

Ir al sumario



Dividido en 11 módulos temáticos y promovido a través de una asociación entre el Cimp/Secom y la Escuela Judicial Electoral (EJE), el curso fue impartido por expertos internos que abordaron temas como: las competencias y el funcionamiento de la Justicia Electoral; el papel del TSE en la organización de elecciones; la participación de grupos minoritarios en la política; la transparencia, seguridad y auditabilidad del sistema de voto electrónico; y las iniciativas para combatir la desinformación.

Las lecciones están disponibles en el canal YouTube del TSE. Al acto asistieron 759 periodistas.

Capacitación para Autoridades de Mesa (Mesários y Mesárias)

El Grupo de Trabajo de Autoridades de Mesa (*Mesários*) (*GT-Mesários*), coordinado por la Secretaría de Gestión de Personal (SGP/TSE), ha renovado sus actividades de formación para los ciudadanos llamados a desempeñar labores electorales utilizando la aplicación *Mesário* (*Autoridad de Mesa*), así como la plataforma de educación a distancia (EAD) Moodle y otros canales, como vídeos en YouTube y programas en *TV Justiça* (en español: TV Justicia).

Los programas de formación llegaron a más de 1,3 millones de funcionarios electorales, que recibieron instrucciones específicas sobre su papel en la enfrentamiento a la desinformación. La versión actualizada de la Guía de la Autoridad de Mesa (*Mesário*) abordó estas cuestiones de forma sencilla y práctica.

PREPARE-SE PARA ENFRENTAR A DESINFORMAÇÃO

Você sabe o que é desinformação?

O fenómeno das *fake news*, tratado pelos(as) especialistas como desinformação, consiste no uso de técnicas de comunicação para induzir ao erro ou provocar uma falsa percepção da realidade por meio da ocultação de informações, minimização da importância de fatos ou dados, modificação do sentido de textos ou, ainda, mudança de contexto de declarações.

A desinformação tornou-se muito comum nas redes sociais e em aplicativos como WhatsApp e Telegram. A divulgação de notícias falsas (*fake news*), de informações fora de contexto ou de vídeos e imagens manipulados tem gerado riscos à vida das pessoas e impactos negativos para o importantíssimo trabalho de mesários e mesárias no dia da eleição.

Por isso, estar bem informado(a) e bem treinado(a) para o trabalho na seção eleitoral é a primeira atitude para combater a desinformação. Quando se compreende o trabalho a ser feito, a segurança transparece e você passa a ser referência para os(as) demais integrantes da mesa receptora de votos e, sobretudo, para as eleitorais e os eleitores da sua seção.

Se você chegou neste ponto do treinamento de mesários e mesárias, é porque todo o conteúdo técnico e de procedimentos está dominado, inclusive os detalhes sobre a segurança da urna e do processo eleitoral. Confirma? (Se necessário, reveja o conteúdo "Por que o Sistema Eletrônico de Votação é Seguro?" na p. 30).

Então, vamos em frente para combater a desinformação!

Como checar se uma informação é falsa ou não?

Fique atento(a) à veracidade das informações que recebe, principalmente nas redes sociais e em aplicativos de mensagens instantâneas. Como agente da democracia, é fundamental que você conheça os conteúdos publicados pelos órgãos oficiais. Não compartilhe informação sem antes saber se é verdadeira, principalmente quando relacionada às eleições e à Justiça Eleitoral.

- 1. Verifique a fonte da notícia.**
Certifique-se da origem da informação, consultando o site ou perfil em que ela foi publicada. Verifique outras matérias sobre o mesmo assunto e tente identificar se são apresentados fatos ou se o conteúdo é a opinião do autor ou autor. Além disso, acesse outras páginas de notícias confiáveis ou o site da Justiça Eleitoral: <http://www.jusbrasil.com.br/justica-eleitoral>. Caso o assunto tenha relação com as eleições, é muito provável que mais veículos de informação tenham noticiado a respeito e que a Justiça Eleitoral tenha esclarecido a questão.
- 2. Leia o texto da notícia e desconfie de manchetes sensacionalistas.**
Cuidado com as porções íntimas de notícias e com notícias incompletas. Uma informação fora de contexto pode levar à interpretação errada de fatos. Além disso, notícias com manchetes sensacionalistas geralmente querem apenas captar o seu "clique".
- 3. Desconfie de erros de ortografia.**
Uma agência de notícias séria presta pelo correto uso da língua e pela apresentação do texto. Desconfie de textos com erros de português.

[Ir al sumario](#)

Capacitación para el público interno

Los programas también preveían iniciativas de formación dirigidas al público interno, centradas no solo en la enfrentamiento a la desinformación, sino también en agendas democráticas relacionadas con la esencialidad de las instituciones electorales, la importancia de la paz y la tolerancia, y la valoración de la democracia.

Reuniones para sensibilizar a los titulares de los Tribunales Electorales Regionales

El PROFI estableció el trabajo en red como una de las directrices para la comunicación con la ciudadanía, en la que el fortalecimiento institucional y la enfrentamiento a la desinformación, aunque coordinados a nivel nacional por el TSE, deben adquirir un carácter transversal y traducirse en una postura activa por parte de los TRE y las Oficinas Electorales, respectivamente, a nivel estatal y local.

El TSE celebró dos reuniones nacionales, así como cinco reuniones regionales a las que asistieron los presidentes, directores y directores generales de todos los Tribunales Electorales, además de una serie de cinco reuniones regionales lideradas por la AEED, para presentar los programas de gestión de la reputación, contextualizar los riesgos implicados y dimensionar la naturaleza expansiva de los ataques de desinformación contra la Justicia Electoral.

Como resultado, el número de funcionarios formalmente comprometidos en la enfrentamiento a la desinformación aumentó significativamente en comparación con el ciclo anterior.



Número de personas comprometidas en las Zonas Electorales en 2022: 2.102.

Caravana nacional de llamadas a la acción (call-to-action)

Entre abril y mayo, la AEED recorrió todos los tribunales electorales del país en una caravana virtual con 19 actos de sensibilización y llamada a la acción. Con el apoyo de la Secom y de los departamentos de comunicación de las Tribunales Regionales, se invitó a todos los funcionarios a asistir a una exposición sobre el fenómeno de la desinformación, así como sobre su impacto nocivo en las actividades profesionales y personales.

[Ir al sumario](#)

Como parte de estas exposiciones - que incluyeron la presentación del *Guía de Enfrentamiento a la Desinformación y Defensa de la Reputación de la Justicia Electoral* - los más de 6.000 asistentes fueron invitados a participar en FRENTE, teniendo la oportunidad de conocer sus fundamentos y propósitos, principios rectores y política de incentivos.

Con una cifra final de 2.102 inscritos e inscritas, las caravanas consiguieron atraer a más del 35% del público.



Reuniones nacionales del FRENTE

Tras su incorporación, los voluntarios del FRENTE recibieron formación específica sobre cómo hacer frente a la desinformación, con materiales informativos (guías, mapas, boletines), así como charlas a cargo de expertos invitados de la AEED, la SMG y la STI del TSE, así como de universidades e instituciones socias del PROFI y del PPED.

Los I y II Encuentros Nacionales del FRENTE se celebraron en junio y agosto, con un total de siete charlas sobre los siguientes temas:

- » Defensa de la reputación y creación de confianza social.
- » Integridad de las elecciones brasileñas.
- » Transparencia de las elecciones brasileñas.
- » Seguridad del proceso electrónico de votación.
- » Desinformación contra el proceso electrónico de votación.
- » Técnicas de comunicación no violenta para la aclaración de *fake news*.
- » Paz y tolerancia en las elecciones.

[Ir al sumario](#)

Cursos, visitas técnicas y talleres de intercambio internacional

En el contexto de las Elecciones de 2022, el TSE, en algunos casos con el apoyo de instituciones asociadas, emprendió diversas acciones con el objetivo de capacitar y actualizar los equipos internos, con el estímulo del contacto continuo con la vanguardia de la enfrentamiento a la desinformación.

Funcionarios de la AEED, la AIN y la Secom participaron inicialmente en un curso virtual organizado por la Asociación Mundial de Organismos Electorales (A-WEB), con sede en Corea del Sur. Durante unos 10 días, debatieron con expertos y miembros de instituciones electorales de 11 países cuestiones relacionadas con la preservación de la normalidad de las elecciones, centrándose en la labor de los medios digitales y los medios de prensa durante el periodo electoral.



A partir de febrero, la AEED inició talleres recurrentes de intercambio de experiencias con diversas organizaciones electorales internacionales. En reuniones conjuntas de una media de tres horas de duración, los participantes conocieron en detalle los respectivos programas y campañas institucionales y debatieron sobre los retos y posibilidades de actuación conjunta, tanto en el ámbito de la enfrentamiento a las falsas narrativas como en el del fortalecimiento de las capacidades institucionales.

En este contexto, los equipos de la AEED y de la Secom pudieron, con la ayuda de la AIN, dialogar con los expertos responsables de las áreas correspondientes en el Instituto Nacional Electoral (INE/México), el Tribunal Electoral de Panamá, el Tribunal Nacional Electoral (Perú) y el Tribunal Supremo Electoral (Costa Rica).

En julio, cinco funcionarios de la AEED, la AIN y la Secom participaron en visitas técnicas a Europa para intercambiar experiencias y conocimientos en materia de enfrentamiento a la desinformación. Financiada por la Unión Europea como resultado de una asociación con el Mecanismo de Apoyo a los Diálogos Unión Europea-Brasil, la misión dio lugar a 15 reuniones con 16 entidades con sede en tres países diferentes:

[Ir al sumario](#)

Bélgica:

- » Departamento Federal de Asuntos Internos.
- » Consejo Superior Audiovisual.
- » División Sudamericana del Servicio Europeo de Acciones Externas.
- » División de Comunicación Estratégica y Análisis de la Información del Servicio Europeo de Acciones Externas.
- » Dirección General de Justicia de la Comisión Europea (DG Just).
- » Parlamento Europeo.
- » Dirección General en el Dominio de Mercado Único (DG Grow).
- » División de Democracia y Observación Electoral del Servicio Europeo de Acciones Externas.
- » Dirección General de las Redes de Comunicación, Contenidos y Tecnologías (DG Connect).
- » Observatorio de Medios Digitales y Desinformación (EDMO BELUX).

Francia:

- » Autoridad Reguladora de las Comunicaciones (ARCOM).
- » Servicio de Vigilancia y Protección contra las Interferencias Digitales Extranjeras (VIGINUM).
- » Secretaría General de Defensa y Seguridad Nacional (ASSIN).

Alemania:

- » Departamento de Asuntos Internacionales del Ministerio del Interior y de las Comunicaciones.
- » *Democracy Reporting International (DRI)*.
- » Centro de Ciencias Sociales de Berlín (WZB).

Missão brasileira discute estratégias de combate à desinformação com a União Europeia

Grupo debateu com especialistas análise de riscos, manipulação de informações e empoderamento do eleitor, entre outros temas

07/07/2022 16:17 - Atualizado em 11/08/2022 13:43



[Ir al sumario](#)

Capacitación en gestión de crisis y reputación organizativa

Con el objetivo de ampliar las competencias relacionadas con la gestión de las crisis de imagen y la construcción de la confianza social, la AEED buscó formar a su equipo en estas áreas específicas, designando a funcionarios para participar en un curso sobre Gestión de Crisis y Reputación Organizacional, promovido por la Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), y compartiendo después la experiencia, con una reunión para replicar los conocimientos.

Formación en normas comunitarias y regulación de plataformas digitales

Con el fin de fortalecer el eje de respuesta de la AEED, especialmente en lo que respecta a la búsqueda de soluciones para desalentar las prácticas desinformativas y mejorar el control de los comportamientos inauténticos y las narrativas falsas dentro de las plataformas, el TSE, en colaboración con la Universidad del Extremo Sur de Santa Catarina (Unesc), ofreció al equipo de la AEED un curso de formación sobre Medios Sociales, Desinformación y Moderación de Contenidos en Brasil.

Formación de puntos focales impartida por plataformas digitales

Los equipos de comunicación social y respuesta a la desinformación de los TRE recibieron formación en una serie de 26 eventos formativos, dirigidos por los equipos de *Twitter*, *Kwai*, *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp*, *TikTok*, *YouTube*, *Linkedin*, *Spotify*, *Google* y *Telegram*. Los eventos abarcaron una variedad de temas, desde la comprensión de las condiciones de uso y las políticas de moderación hasta instrucciones para facilitar el cumplimiento de las órdenes judiciales y mejorar los resultados relacionados con las acciones de comunicación institucional.

Las acciones involucraron a todos los Tribunales Electorales del país, con más de mil participantes, y fueron acompañadas por la entrega de materiales informativos para ayudar a retener los contenidos.

Combate à Desinformação

Parceria LinkedIn & TSE

- 1. LinkedIn Notícias:** parceria editorial de conteúdo sobre eleições
- 2. Canal de comunicação e denúncias** sobre desinformação
- 3. Workshops**
- 4. Tradução do Relatório de Transparência**

[Ir al sumario](#)

Como enfrentar desinformação em uma plataforma de comunicação com **criptografia de ponta a ponta**?

- ✓ **Reduzir viralidade** por desenho do produto
- ✓ **Conferir maior controle aos usuários** (privacidade, denúncia)
- ✓ **Combater comportamentos abusivos**
- ✓ **Adotar medidas legais** contra empresas infractoras e de remoção de anúncios
- ✓ **Introduzir novas ferramentas** aos usuários que incentivem verificação
- ✓ **Firmar parcerias** com autoridade eleitoral, governos e sociedade civil
- ✓ **Cumprir a lei brasileira** e colaborar com as autoridades de investigação



Kwai

Nossas Diretrizes

- Nudez e conteúdo sexual
- Atividades ilegais e produções/serviços regulamentados
- Violência e conteúdo explícito
- Organizações e/ou Indivíduos perigosos
- Assédio e bullying
- Discurso de ódio
- Proteção de menores
- Suicídio, autolesão e comportamentos perigosos
- Integridade e Autenticidade
- Propriedade Intelectual
- Política de Eleições

2.3.3. La enfrentamiento a la desinformación centrada en el control de los comportamientos no auténticos

Durante las Elecciones de 2022, el TSE continuó adoptando medidas concretas para detectar, desalentar y contener las prácticas de desinformación, destinando recursos tecnológicos y desarrollando actividades preventivas y represivas contra los comportamientos ilegítimos.

El objetivo fue priorizar el control de comportamientos no auténticos, sin perjuicio del control de contenidos falsos y fraudulentos más graves, con carácter excepcional.

[Ir al sumario](#)

A. Creación del Sistema de Alerta contra la Desinformación Electoral

Como evolución del canal de denuncias masivas establecido en asociación con WhatsApp en 2020 para las elecciones de 2022, el TSE lanzó en junio el Sistema de Alerta de Desinformación contra las Elecciones.

Configurado como una herramienta ciudadana, el sistema permite que cualquier persona denuncie episodios que involucren la circulación de noticias o afirmaciones falsas sobre la Justicia Electoral, sus autoridades, funcionarios públicos, así como sus productos (como la urna electrónica) o sus servicios (como las elecciones).

Sistema de Alerta

Este canal possibilita o envio de denúncias sobre o processo eleitoral.



Desinformação sobre candidatos ou partidos (incluindo pesquisas manipuladas e propaganda irregular)

[Clique para registrar uma denúncia](#)



Desinformação sobre a Justiça Eleitoral, urnas eletrônicas ou contagem de votos.

[Clique para registrar uma denúncia](#)



Discurso de ódio, violência política e grave perturbação ao ambiente democrático

[Clique para registrar uma denúncia](#)



Mensagens não solicitadas com conteúdo eleitoral no WhatsApp (Disparo em massa)

[Clique para registrar uma denúncia](#)

El sistema tiene una interfaz sencilla, compuesta por los elementos mínimos, incluida la URL y la posibilidad de cargar archivos.

Resultados

Entre el 21 de junio de 2022 y el cierre de este informe (23 de marzo de 2023), el Sistema de Alerta recibió **43.559 alertas**:

- » 5.145 denuncias de tiroteos masivos.
- » 16.153 denuncias de comportamientos no auténticos.
- » 14.061 denuncias de desinformación.
- » 3.198 denuncias de discursos de odio o violencia.
- » 4.338 denuncias de perturbaciones graves del entorno democrático.
- » 370 denuncias de fuga de datos o incidentes cibernéticos.
- » 286 denuncias de violencia de género.

[Ir al sumario](#)



En comparación con las elecciones municipales de 2020 (cuando el sistema recibió exclusivamente informes de tiroteos masivos), el volumen global de alertas recibidas **añmentó un 733%**.

Del número total, 26.285 alertas se remitieron efectivamente a las plataformas, lo que corresponde a un porcentaje del **68%**. Otro 32% de las denuncias recibidas se archivaron, bien porque no había irregularidades, bien porque no entraban en el ámbito de aplicación del PPEd.

El Sistema de Alertas también se utilizó para registrar las quejas ocasionales de los socios y de los socios institucionales de seguimiento, así como el uso regular por parte del personal del FRENTE, que recibió instrucciones de utilizar el canal para agilizar la identificación por parte de la AEED de las falsas narrativas de carácter grave.

B. Refuerzo de la red de vigilancia de las prácticas de desinformación contra el proceso electoral y de la red de plataformas digitales asociadas

El TSE renovó términos de adhesión y memorandos de entendimiento con diversas entidades especializadas en la monitorización de datos abiertos de medios sociales, además de establecer nuevas alianzas con el mismo fin. Más de una docena de empresas, grupos de investigación u observatorios de escucha social participaron en esta red, como Palver, Ideia, NetLab, InternetLab, Democracia em Xequê, V-Tracker, el Departamento de Informática de la Universidad Federal de Minas Gerais (DCC/UFG), Apura, ITS Rio, SaferNet Brasil y la Escuela de Comunicación Digital de la Fundación Getúlio Vargas (ECMI/DAPP/FGV).

Utilización de herramientas de control y conservación de pruebas

Además de las actividades llevadas a cabo por los socios, la AEED y la Secom utilizaron directamente las siguientes herramientas de seguimiento de medios sociales y datos abiertos de Internet:

- » Knewin: una herramienta capaz de monitorizar, en tiempo real, los términos de interés disponibles en fuentes abiertas, cubriendo todos los medios sociales relevantes, así como Google, foros, sitios web, entre otros.

[Ir al sumario](#)

- » Apura: herramienta especializada en ciberseguridad, capaz de monitorizar términos de interés disponibles en fuentes abiertas en medios sociales, motores de búsqueda y sitios web, foros y aplicaciones de chat sin filtrar, la deepweb y la darkweb.

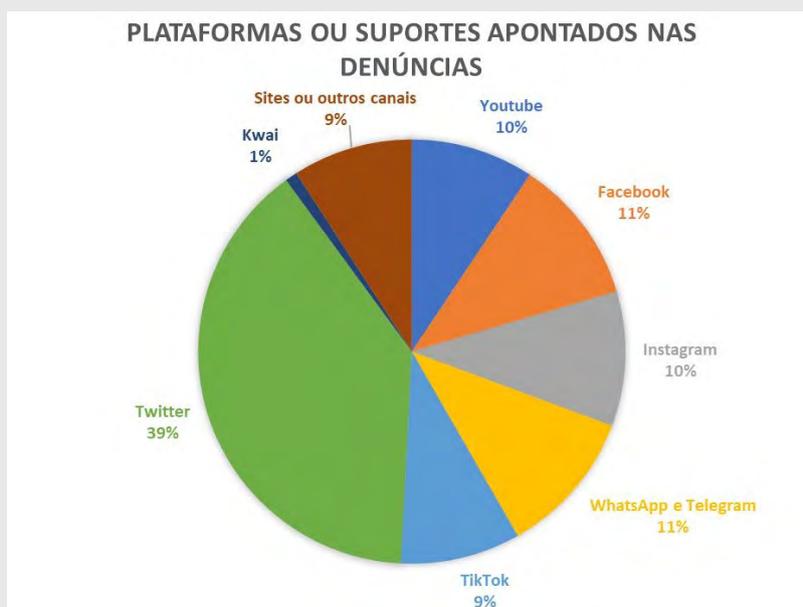
El uso de estas herramientas se basó en la búsqueda por palabras clave (tags o queries) de los términos más comunes en los mensajes de desinformación contra las instituciones electorales.

En el caso de que se encontraran actividades potencialmente delictivas de carácter grave, la AEED trató de preservar las pruebas utilizando la herramienta Verifact, que también se obtuvo en colaboración con el PPED.

Resultados

Durante el ciclo 2022, el Sistema de Alertas recibió **43.559 alertas** sobre contenidos desinformativos:

- » **Desde el lanzamiento del sistema hasta la primera vuelta** de las elecciones legislativas (del 21 de junio al 2 de octubre), se registraron **22.848 alertas** (media diaria de 219 denuncias).
- » **Desde el final de la primera vuelta hasta la conclusión de la segunda vuelta** de las elecciones generales (del 3 al 30 de octubre), se registraron **12.606 alertas** (media diaria de 466 denuncias).
- » **Tras el anuncio de los resultados oficiales hasta finales de enero** (del 31 de octubre de 2022 al 31 de enero de 2023), se registraron **8.016 alertas** (media diaria de 87 denuncias).
- » **Desde febrero hasta la fecha de cierre de este informe** (del 1 de febrero al 23 de marzo de 2023), se registraron **89 alertas** (media diaria de 1,6 denuncias).



En el gráfico se han eliminado los datos de LinkedIn y Spotify, plataformas cuyo porcentaje de participación en el Sistema de Alertas era poco significativo, por debajo del 1%. En cuanto a Telegram,

[Ir al sumario](#)

comparte con WhatsApp una participación en torno al 11% cuando se trata de denuncias de tiroteos masivos. De forma aislada, solo en lo que se refiere a las denuncias de contenido desinformativo, el porcentaje tampoco alcanzaba el 1%.

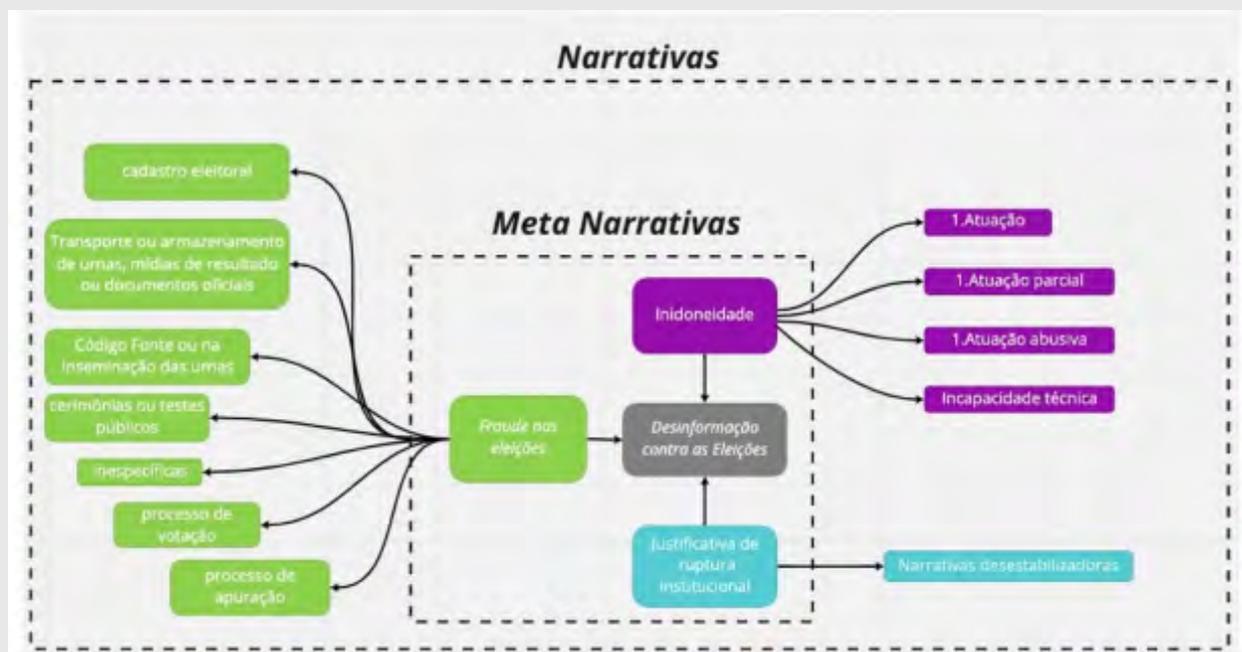
Mapeo preventivo y análisis de tendencias de las narrativas desinformativas y perjudiciales

En línea con los lineamientos del PROFI de orientación de datos y minimización de la improvisación, a partir de 2022 la AEED comenzó a producir periódicamente informes de sistematización y mapeo preventivo de narrativas lesivas a la imagen de las instituciones electorales para apoyar las estrategias de la Secom.

En cuanto a la metodología, los pronósticos internos se elaboraron a partir del examen conjunto de: (i) el listado de eventos registrados en la Herramienta de Gestión de Riesgos del TSE; (ii) el examen de los análisis de escucha social (monitoreo de redes) enviados por los socios y aliados estratégicos del Tribunal; y

(iii) el catálogo de falsas narrativas refutadas o aclaradas en la página Fato ou Boato.

Los discursos lesivos a la integridad de las instituciones electorales fueron separados y organizados en tres categorías distintas, traducidas en grandes narrativas falsas impulsadas con el objetivo de convencer al público, a partir de la propagación repetida de narrativas falsas menores que les daban soporte lógico.



Los informes falsos difundidos a lo largo del tiempo se han repartido así:

1. **Metanarrativa del fraude en las elecciones:** pretende consolidar en el imaginario social la idea de que las elecciones brasileñas, por diversas razones no siempre reveladas, son manipuladas con fines turbios. Surgen así falsas narrativas que buscan minar la credibilidad de las elecciones a partir de esas supuestas irregularidades:

[Ir al sumario](#)

- » en el código fuente o en la insemnación de las urnas;
 - » en ceremonias o pruebas públicas
 - » en el censo electoral
 - » en el transporte o almacenamiento de urnas, soportes de resultados o documentos oficiales
 - » al votar; y
 - » en el cómputo de los resultados.
2. **Metanarrativa de la ineptitud de la Justicia Electoral:** busca manipular la opinión pública para proyectar sobre la sociedad la percepción de que la Justicia Electoral es incapaz (técnica o moralmente) de sancionar la autenticidad de los procesos electorales. En este ámbito, surgen falsas narrativas que intentan señalar una forma de actuar:
- » sospechoso;
 - » parcial;
 - » abusivo; y
 - » técnicamente falla.
3. **Metanarrativa antidemocrática:** promueve agendas desestabilizadoras que propician escenarios de crisis social o institucional para justificar actos delictivos que atentan contra el Estado democrático de Derecho.

Además de informes especiales centrados en el mapeo de riesgos y la presentación de propuestas para evitar o mitigar los impactos de eventos no deseados en el contexto de momentos clave durante las semanas de la primera y segunda vuelta de las Elecciones 2022, la AEED elaboró Informes Diarios de Seguimiento de Narrativas Falsas y Antidemocráticas basados en la lectura y sistematización de los datos contenidos en los análisis de escucha social remitidos por socios y colaboradores estratégicos del Tribunal.

En todos los casos, los informes iban acompañados de un listado de oportunidades en el ámbito de la comunicación y la reacción institucional, así como de propuestas de debunking o prebunking para mitigar el impacto de la desinformación.

APÉNDICE

1. ESTADO DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS DEL PLAN¹

El Plan Estratégico del PPEP preveía un marco de trabajo compuesto por **20 proyectos**, que comprendían **141 metas específicas**, en consonancia con los objetivos fijados en los tres ejes del Programa.

En general, los proyectos se ejecutaron satisfactoriamente, aunque cabe señalar que algunas metas se revisaron, actualizaron o incluso ampliaron sobre la marcha, teniendo en cuenta los objetivos perseguidos.

Organización institucional

El plan de trabajo para 2022 preveía un Grupo de Análisis y Seguimiento, así como un nuevo Grupo Gestor y un Comité Estratégico. Las actividades de análisis y seguimiento fueron absorbidas por la AEED tras su creación. Cabe añadir que, a medida que evolucionaba el programa, el grupo organizativo también incluía a FRENTE.

Grupo Gestor

Metas:

META 1: formalizar la creación de la AEED y definir la composición del Grupo Gestor del Programa Permanente de Enfrentamiento a la Desinformación (FRENTE) en el ámbito de la Justicia Electoral.

- » La Oficina Especial para el Abordaje de la Desinformación fue creada por el TSE en febrero de 2022 para coordinar el trabajo nacional en el abordaje de la desinformación y el fortalecimiento de la imagen de las instituciones electorales. Conformada por un equipo multidisciplinario, la AEED se encarga de planificar, monitorear e implementar las acciones y medidas establecidas en los planes estratégicos PROFÍ y PPEP.

META 2: mantener sistemas de comunicación institucional instantánea entre los miembros del Grupo de Dirección, así como celebrar reuniones periódicas del Comité Estratégico.

- » La comunicación entre la AEED y la Secom se garantiza mediante el mantenimiento de grupos en apps de mensajería privada. Entre febrero y noviembre de 2022, el Grupo Gestor mantuvo una rutina de celebración de reuniones semanales, en algunos casos complementadas con reuniones extraordinarias, debido a la proximidad de eventos clave, o cuando las circunstancias lo recomendaban.

¹ Cabe señalar que los datos que figuran a continuación tienen en cuenta no solo el ejercicio 2022, sino también los datos recogidos hasta finales de marzo de 2023, habida cuenta del desarrollo del proceso electoral.

[Ir al sumario](#)

META 3: establecer y mantener un sistema de planificación, gestión y seguimiento de proyectos, incluidas las acciones digitales de enfrentamiento a la desinformación.

- » Todos los proyectos y acciones relacionados con las actividades del Grupo de Gestión se formalizaron en el Sistema SEI, de forma que no solo se pudieran registrar, sino también supervisar el estado de su ejecución. La planificación, además, se convirtió en una rutina y se materializó en diversos informes, con planes de acción de carácter preventivo o predictivo, seguidos posteriormente de informes de aprendizaje para orientar las respectivas evaluaciones.

META 4: mantener el diálogo, a través de reuniones periódicas, con: (i) el Comité Estratégico de Enfrentamiento a la Desinformación del TSE; (ii) los representantes de las Oficinas Regionales; y (iii) las instituciones asociadas.

- » Las actividades del Comité Estratégico eran absorbidas por la AEED, que celebraba reuniones periódicas de alineamiento con todos los comités regionales de enfrentamiento a la desinformación, normalmente de forma compartimentada, agrupándose los TRE por regiones. Las cuestiones relativas a la enfrentamiento a la desinformación también se trataron en reuniones nacionales, con la participación de los Departamentos de Comunicación, bajo la coordinación de la Secom. En cuanto a las reuniones con socios, ya sea para aunar esfuerzos o para forjar alianzas, la AEED celebró más de 200 reuniones entre febrero y agosto.

META 5: búsqueda de asociaciones con nuevas instituciones alineadas con el propósito del programa, mediante términos de adhesión al programa, así como la firma de memorandos de entendimiento y términos de cooperación.

- » Solo en 2022, el TSE firmó 96 nuevas asociaciones en el marco del PROFÍ y del PPED, lo que representa un **aumento del 145%** con respecto al ciclo anterior. En la actualidad, los programas institucionales del Tribunal cuentan con la colaboración de 162 socios oficiales.

META 6: elaborar y difundir un documento postelectoral que resuma los resultados del programa, el balance de las acciones emprendidas, las lecciones aprendidas y las propuestas para reforzar la enfrentamiento a la desinformación.

- » Meta cumplida con la publicación de este informe.

Comité Estratégico

Metas:

META 1: actualizar el nombramiento de los representantes del TSE (puntos focales) que formarán parte del Comité Estratégico de Enfrentamiento a la Desinformación. Además de los miembros del Grupo Gestor, el Comité Estratégico incluirá representantes de las siguientes áreas del Tribunal: (i) STI; (ii) Aesi; (iii) Agel; (iv) SMG. También formarán parte formalmente del Comité: el Magistrado

[Ir al sumario](#)

Presidente del Colegio de Presidentes de los TRE y el Magistrado Presidente del Colegio de Corregidores Electorales.

- » Se celebraron reuniones de sensibilización con el objetivo no solo de que los tribunales regionales renovaran sus equipos, sino también de que, en la medida de lo posible, destinaran exclusivamente funcionarios a trabajar en la enfrentamiento a la desinformación.

META 2: enviar una carta a los TRE solicitando información actualizada sobre el nombramiento de los representantes (puntos focales) que formarán parte del Comité Estratégico de Enfrentamiento a la Desinformación del TSE.

- » Se instó a los Tribunales Regionales, mediante cartas y reuniones, no solo a actualizar el nombramiento de representantes (puntos focales), sino también a reforzar sus respectivas estructuras para hacer frente a la desinformación. Como resultado, en lugar de 27 personas actuando como puntos focales, los TRE designaron conjuntamente a decenas de personas, entre autoridades y funcionarios, para actuar directamente en la enfrentamiento a la desinformación.

META 3: crear y estructurar el Comité Estratégico de Enfrentamiento a la Desinformación del TSE, definiendo el flujo de trabajo, las atribuciones de los representantes, el ámbito de actuación y los plazos para investigar la situación y dar a conocer la contrainformación, teniendo en cuenta la gravedad y la urgencia de las diferentes situaciones.

- » El trabajo del Comité Estratégico se ha alineado en varias reuniones regionales y se está afinando mediante el diálogo en un grupo de chat instantáneo, siempre que es necesario, para optimizar las tareas de enfrentamiento a la desinformación.

META 4: celebración de un taller con información y orientaciones estratégicas para que los TRE puedan crear y hacer operativo el funcionamiento de comités estratégicos en sus ámbitos internos, con la colaboración del TSE, así como reuniones periódicas con ellas.

- » La AEED celebró rondas de orientación para presentar el PROFI y el PPEd, en primer lugar con los responsables de los Tribunales Regionales y, en segundo lugar, con las personas designadas para actuar como puntos focales o miembros de los comités regionales para hacer frente a la desinformación.

META 5: crear grupos virtuales de comunicación que permitan un diálogo rápido entre el Comité Estratégico de Enfrentamiento a la Desinformación del TSE y los puntos focales de enfrentamiento a la desinformación en los TRE, así como con las agencias de verificación y otros socios y colaboradores estratégicos del Programa.

- » Se han creado grupos de WhatsApp específicos para el Grupo Gestor, el Comité Estratégico, el Coordinador Nacional del FRENTE y los puntos focales del programa. También se creó un grupo nacional de Telegram para todos los voluntarios del FRENTE. Estos canales se utilizaron principalmente para enviar instrucciones, guías, guías y alinear estrategias,

[Ir al sumario](#)

así como para compartir rápidamente aclaraciones oficiales y verificaciones de hechos producidas por la Coalición.

META 6: establecer ciclos de reuniones mensuales como punto de control e intercambio de información entre los miembros del Comité Estratégico de Enfrentamiento a la Desinformación del TSE.

- » Tras las reuniones iniciales, la información y las medidas de alineación se intercambiaban a diario para agilizar los procesos y ahorrar tiempo a los participantes.

META 7: establecer un flujo de trabajo con el Grupo de Análisis y Seguimiento.

- » En la actualidad, el equipo de la AEED lleva a cabo el seguimiento de forma continua y con formación.

Análisis y Monitoreo

Metas:

META 1: crear un Grupo de Análisis y Monitoreo, que estará formado por funcionarios del Tribunal designados por el Comité Estratégico, preferentemente entre representantes de las siguientes áreas: (i) Gabinete del Presidente; (ii) Agel; (iii) Secom; e (iv) STI.

- » El monitoreo comenzó a ser realizado de forma continua y capacitada por el equipo de la AEED, con la Secom proporcionando información recibida de los informes de monitoreo presentados por una empresa contratada. El proceso de observación dio lugar a una rutina de producción de informes con datos y análisis en diversos campos de interés, como la cobertura de noticias, la prevención de eventos perjudiciales y el mapeo de tendencias y falsas narrativas contra las instituciones electorales.

META 2: formar a los miembros en el uso de las herramientas de supervisión de datos abiertos, así como en el funcionamiento del sistema de gestión de la demanda (tickets).

- » El equipo de la AEED recibió una formación intensiva impartida por los creadores del Sistema de Alerta contra la Desinformación Electoral. Las sesiones de formación permitieron incluso mejorar las primeras versiones del sistema, de acuerdo con los comentarios aportados por el equipo de análisis.

META 3: establecer un flujo de trabajo que garantice la agilidad y eficacia en el registro, análisis y actuación en cada caso, con vistas a minimizar los riesgos de retrasos en la respuesta (Plan 10-20-60: Registrar-Analizar-Mitigar).

- » La AEED estableció un flujo de trabajo para garantizar la rapidez y eficacia en el tratamiento de las notas recibidas a través de SA. La Secom creó un equipo exclusivo para supervisar, producir y responder a los contenidos desinformativos, poniendo en práctica el Plan 10-20-60 en las respuestas institucionales de aclaración. En momentos críticos de la campaña, algunos funcionarios trabajaron en el sistema con dedicación exclusiva y, en

[Ir al sumario](#)

intervalos cercanos a las fechas de votación, el equipo de la AEED contó con refuerzos adicionales, proporcionados, con carácter excepcional, por el equipo de STI.

1.1. EJE 1 – INFORMAR: DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN DE CALIDAD

Este eje tiene como objetivo crear y difundir información veraz y confiable sobre las instituciones electorales.

Proyecto 1: Red de difusión masiva de información veraz y oficial sobre el proceso electoral

Objetivo: crear una amplia red de difusión de contenidos confiables relacionados con el proceso electoral, a fin de reducir el impacto de las operaciones de influencia y evitar la formación de vacíos informativos que favorezcan la circulación de noticias falsas y fraudulentas.

Metas:

Alianzas con proveedores de aplicaciones de Internet

META 1: Establecer asociaciones con proveedores de aplicaciones de Internet, a través de acuerdos que prevean medidas específicas, destinadas a implementar recursos para la difusión de contenidos electorales fiables de forma permanente.

- » Durante 2022, se celebraron varias reuniones con los principales proveedores de aplicaciones de Internet, destinadas en algunos casos a renovar (o profundizar) las asociaciones y en otros a establecer nuevos memorandos de entendimiento. El TSE fue la primera institución electoral del mundo en firmar una asociación con Telegram.

Como resultado, el TSE fue capaz de establecer la cooperación con 13 plataformas digitales que son muy populares en Brasil, lo que representa un **aumento del 116%** en comparación con las elecciones del ciclo anterior. Actualmente, los programas institucionales del TSE tienen asociaciones en este ámbito: Amazon, Facebook, Google, Instagram, Kwai, LinkedIn, Spotify, Telegram, TikTok, Twitch, Twitter, WhatsApp y YouTube.

Centro de notificación

OBJETIVO 2: Desarrollar y poner en funcionamiento una infraestructura de comunicación digital (centro de notificaciones) capaz de enviar mensajes cortos con el fin de difundir contenidos de calidad sobre las aplicaciones de la Justicia Electoral. Las notificaciones enviadas contendrán información útil sobre las elecciones, incluidas aclaraciones sobre noticias falsas.

- » Se renovó el Centro de Notificaciones, que se puso en funcionamiento no solo desde las aplicaciones oficiales de la Justicia Electoral (Autoridad de mesa (Mesário) y e-Título), sino también desde el chatbot en WhatsApp. En total se enviaron 51 (cincuenta y un) mensajes, llegando a cerca de 40 millones de personas.

META 3: mejorar el centro de notificaciones de las aplicaciones de la Justicia Electoral, incluso mediante indicadores sobre la lectura de las notificaciones, el envío de notificaciones en formato

[Ir al sumario](#)

audio y el fomento de la compartición de mensajes mediante la instalación de funcionalidades de reenvío en las aplicaciones.

- » Entre agosto y diciembre, se produjeron 22 piezas de comunicación en formato de audio, enviadas a través de WhatsApp utilizando listas de transmisión mantenidas por la Secom.

Red para compartir información veraz sobre el proceso electoral

OBJETIVO 4: crear una gran red formada por ciudadanos e instituciones públicas y privadas, que sea capaz de recibir y compartir información veraz y precisa para combatir la desinformación sobre el proceso electoral en el contexto de las campañas públicas.

- » La red de asociaciones se amplió en un 145%. En particular, el TSE buscó vínculos con organizaciones de gran capilaridad, con presencia institucional o miembros en diversas localidades del país (por ejemplo, Orden de Abogados del Brasil (OAB), así como asociaciones del Ministerio Público, del Poder Judicial y de funcionarios de diversas carreras).

META 5: mejorar la infraestructura de comunicación digital con capacidad de enviar mensajes cortos, accesibles y claros, para difundir contenidos de calidad en las aplicaciones propias de la Justicia Electoral y en otras plataformas de comunicación digital.

- » Se mejoró el centro de notificación con una planificación y programación regulares. Como parte del plan de comunicación para las Elecciones de 2022, se elaboró un extenso calendario con definiciones de la frecuencia y los tipos de mensajes que se enviarán en cada canal, tanto a través de las aplicaciones oficiales como de las asociaciones del programa, así como de los canales de comunicación institucional de la Justicia Electoral. Además, las estrategias de comunicación para las notificaciones se extendieron a las aplicaciones de las organizaciones asociadas, como iFood, una empresa en el negocio de entrega de comida que hace pedidos en línea y cuya aplicación cuenta con más de 40 millones de usuarios activos. Solo en esta aplicación se enviaron más de 360 millones de mensajes en nueve ocasiones, con información sobre la actualización de la aplicación e-Título y sobre la justificación electoral. Cabe reiterar que las notificaciones también se enviaron al chatbot de WhatsApp.

META 6: crear y difundir mensajes breves en un lenguaje claro, accesible y objetivo, para informar al público sobre el proceso electoral y aclarar rumores e informaciones erróneas sobre el proceso electoral.

- » El TSE difundió mensajes claros y accesibles en sus redes sociales y a través del centro de notificaciones. Como resultado de la pauta de comunicación basada en datos establecida en el PROFI, la AEED elaboró un informe de análisis del público objetivo con el fin de presentar a la Secom un perfil sociodemográfico de los públicos prioritarios, lo que permitió realizar ajustes en términos de lenguaje y canales de comunicación, con vistas a un enfoque más específico y eficaz.

[Ir al sumario](#)

META 7: establecer una red plural y colaborativa, basada en asociaciones con organizaciones de la sociedad civil, formadores de opinión, personalidades e influyentes digitales, garantizando que la elección de los influyentes evitara cualquier bloqueo cognitivo.

- » A través de una alianza con YouTube, el TSE recibió la visita de influencers digitales que pudieron conocer de cerca cuestiones relacionadas con la seguridad del proceso de votación electrónica, y así pudieron ofrecer información adecuada sobre el funcionamiento de las elecciones. Google, TikTok y Kwai también han desarrollado páginas con contenidos exclusivos sobre las elecciones. YouTube también celebró reuniones a puerta cerrada con creadores de contenidos digitales, además de poner a disposición dos nitros, promocionando la lista de reproducción del Proyecto *Fato ou Boato* (en español: Realidad o Rumores). Paralelamente, Google envió notificaciones a los usuarios de Android y produjo gifs temáticos sobre las elecciones, mientras que Amazon insertó textos sobre las elecciones brasileñas en Alexa, y Spotify produjo una serie de podcasts exclusivos asociados a la herramienta de vídeo, que se destacaron en una página especialmente creada para las elecciones.

META 8: Poner en funcionamiento la red de difusores de información veraz sobre el proceso electoral, compartiendo contenidos seleccionados con los socios. Asociación con asociaciones de comunicación y medios de comunicación.

- » La red de divulgadores se ha ampliado exponencialmente, con la participación de más de 2.100 funcionarios públicos y la creación del FRENTE, y también ha sido estimulada y facilitada con la publicación de guías con este alcance específico (*Guía de Enfrentamiento a la Desinformación y Defensa de la Reputación de la Justicia Electoral* y *Guía Básica de Enfrentamiento a la Desinformación*). Como resultado del PROFI y de innumerables reuniones mantenidas con socios del mundo académico y de la sociedad civil, el TSE también estimuló la intensificación de discusiones relacionadas con la promoción de agendas democráticas a través de la publicación de artículos de opinión, entrevistas, participación en debates y organización de conferencias y eventos.

META 9: desarrollar asociaciones con asociaciones de comunicación y medios de comunicación para formar una red de proveedores de información fiable sobre el proceso electoral, incluida la resultante de la comprobación de hechos.

- » En asociación con Redes Cordiais, se realizaron 3 capacitaciones online con un total de 46 influenciadores sobre el proceso electoral y, en agosto de 2022, se realizó una capacitación presencial con 29 influenciadores, que en conjunto alcanzan cerca de 10 millones de seguidores en los principales canales. La iniciativa fue una de las seis incluidas en el Programa Jogo Limpo, dirigido por el Centro Internacional de Periodistas (ICFJ), con el apoyo de YouTube Brasil. Los proyectos seleccionados recibieron financiación y tutoría para desarrollar acciones de enfrentamiento a la desinformación de cara a las elecciones. Además, se mantuvo contacto permanente con la Asociación Brasileña de Radiodifusoras y Televisoras (Abert), la Asociación Brasileña de Prensa

[Ir al sumario](#)

(ABI) y la Asociación Nacional de Diarios (ANJ) para enviar información institucional sobre el proceso electoral.

META 10: ampliar la red de difusores de información elaborando y ofreciendo un completo kit de comunicación sobre el proceso de votación, que se actualiza con frecuencia.

De este modo, los socios del programa y otras instituciones dispondrán de información suficiente para elaborar sus propios mensajes sobre la integridad y seguridad del proceso electrónico.

- » Se ha creado un espacio específico sobre el proceso de votación en la web de Justicia Electoral (<https://www.justicaeleitoral.jus.br/urna-eletronica/>). Además, se produjo la serie Cartillas Elecciones 2022, compuesta por cuatro cuadernillos. El material fue producido especialmente para aclarar las principales dudas que la Secom recibió a lo largo de 2022 sobre el proceso electoral, combatiendo la desinformación con información veraz. Los cuadernillos son: a) Glosario Informático: compuesto por textos breves que explican 33 términos técnicos utilizados por el área de informática en el día a día del proceso electoral, como Boletín de Urna, código fuente, *flash card*, *log de urna*, Prueba de Integridad de Urna Electrónica y zeresima; b) Guía de la Urna: cuenta la historia del equipo desde 1996 hasta su despliegue total en todo el país en 2000 y destaca los avances tecnológicos, las barreras de seguridad y las posibilidades de auditoría; c) Guía del Votante Consciente: aclara dudas sobre qué llevar el día de la votación, qué está permitido y prohibido y cómo confiar en la seguridad de la urna, entre otras; y d) Guía para el Voto Consciente: elaborada para ayudar al electorado en la tarea de elegir bien por quién votar y explica la función de los cargos en disputa en 2022, así como las reglas que rigen la elección y el financiamiento de las campañas electorales.

Canales y redes sociales del TSE

OBJETIVO 11: Ampliar la presencia del TSE en las redes sociales a través de perfiles oficiales en las principales plataformas digitales.

- » El chatbot del TSE en WhatsApp tenía más de 6,2 millones de usuarios, lo que lo convertía en el mayor chatbot de WhatsApp del mundo. En pleno periodo electoral, el canal de Telegram del TSE tenía 370.000 suscriptores. Entre agosto y diciembre de 2022, el sitio web Fato ou Boato tuvo 9 millones de visitas, y durante el período electoral de 2020 tuvo 256.417 visitas. El TikTok del TSE comenzó 2022 con 43.495 seguidores y terminó con 151.600. El perfil Kwai del TSE se lanzó en julio de 2022 y terminó el año con 474.200 seguidores. En Instagram, el aumento fue de 238.605 en enero a 432.360 seguidores en diciembre. En Facebook, de 244.000 (enero) a 311.682 (diciembre) y en Twitter de 421.000 (enero) a 666.000 (diciembre).

META 12: producir contenidos de calidad con un lenguaje accesible y democrático, disponibles en múltiples canales y en distintos formatos.

- » Todas las publicaciones y campañas desarrolladas por la Secom se guiaron por las directrices de objetividad, claridad y simplificación. Para llegar a los distintos públicos

[Ir al sumario](#)

de la forma más eficaz posible, los mensajes se produjeron en diversos soportes (texto, imagen, audio y vídeo) y se publicaron en diversos canales (redes sociales, plataformas de alojamiento de vídeos, apps de mensajería privada, canales de radio y televisión, sitios web oficiales, etc.).

META 13: Producción y difusión de material y publicaciones en las redes sociales sobre el fenómeno de la desinformación en el proceso electoral y la importancia de la verificación. Contactos con personas influyentes en el ámbito digital.

- » Se han elaborado publicaciones sobre este tema, como un homenaje de la Justicia Electoral a sus agencias de noticias asociadas. La importancia de las agencias de verificación de hechos también ha sido referenciada en diversos documentos y publicaciones oficiales, como la *Guía Básica de Enfrentamiento a la Desinformación*, la *Guía de Enfrentamiento a la Desinformación y Defensa de la Reputación de la Justicia Electoral* y la *Guía para Socios/as Institucionales del TSE*.

META 14: establecer contacto y promover talleres para influenciadores digitales con alcance nacional o regional, para que, habiendo aprendido sobre el proceso electoral brasileño, puedan empezar a producir contenido sobre el mismo a su manera para llegar a sus seguidores.

- » Con la ayuda de asociaciones, se organizó una iniciativa de formación para influenciadores digitales de diversos nichos, que incluyó el desembalaje de una urna electrónica e instrucciones sobre los diversos dispositivos y características de seguridad del proceso de votación electrónica. La iniciativa fue una de las seis incluidas en el Programa Juego Limpio del ICFJ, con el apoyo de YouTube Brasil. Un total de 75 influenciadores digitales recibieron formación en colaboración con Redes Cordiais. YouTube organizó dos ediciones del Concilio de Creadores, que reunió a un total de 80 creadores de contenidos. Con Kwai formamos a unos 70 influencers.

Projeto 2: Chatbot – Preguntas electorales respondidas en WhatsApp

Objetivos: reactivar y mejorar, en colaboración con WhatsApp, un chatbot para el uso reactivo y proactivo de la herramienta WhatsApp Business API, con el fin de facilitar el acceso a información útil sobre la Justicia Electoral y las elecciones, así como verificar la inclusión de nuevas funcionalidades.

Metas:

META 1: reactivar y mejorar, en colaboración con WhatsApp, un chatbot para el uso reactivo y proactivo de la herramienta WhatsApp Business API, con el fin de facilitar el acceso público a información útil sobre la Justicia Electoral y las elecciones.

- » El chatbot se ha relanzado con un formato mejorado, ampliando la variedad de información disponible y mejorando la experiencia de los usuarios. El chatbot de TSE en WhatsApp tenía más de 6,2 millones de usuarios, lo que lo convertía en el chatbot de WhatsApp más utilizado del mundo.

[Ir al sumario](#)

META 2: mantener activo el chatbot en periodos no electorales. El volumen de mensajes intercambiados con los votantes sobre el Cuestionario Electoral en WhatsApp durante las Elecciones de 2020 demostró la utilidad y practicidad de la herramienta para ampliar la comunicación del Tribunal con los ciudadanos.

- » El chatbot se puso en marcha en abril de 2022 y funcionó durante todo el periodo crítico de la votación, hasta que terminaron las elecciones presidenciales.

META 3: definir la estructura y el contenido del chatbot del TSE en WhatsApp. En 2020, el chatbot funcionaba inicialmente mediante un árbol de decisión, es decir, el votante elegía opciones de navegación predefinidas en los menús. Mejorar y facilitar la comunicación mediante la integración del procesamiento del lenguaje natural, que permitirá al bot captar de forma más exhaustiva la intención del votante.

- » En colaboración con Meedan, el chatbot se mejoró con el uso de inteligencia artificial para facilitar la navegación y la búsqueda de información.

META 4: producir contenidos para el uso proactivo de la herramienta WhatsApp Business API en situaciones esporádicas y excepcionales, como en el caso de la circulación de desinformación grave que afecte al proceso electoral.

- » Durante las Elecciones de 2022, la Lista de Difusión de WhatsApp Business se convirtió en un canal de comunicación clave para que las decisiones, notas oficiales y comunicados llegaran a los periodistas lo antes posible. Desde 2021, la Lista de Difusión se ha convertido en el principal medio para entregar información oficial y creíble lo más rápido posible. Además, el chatbot del TSE ahora permite -y fomenta- el registro específico para recibir mensajes no solicitados, en forma de notificaciones, sobre las elecciones y la desinformación.

META 5: implementar nuevas funcionalidades que, además de información y servicios, cubran la formación y alfabetización mediática de los votantes, incluyendo dinámicas “gamificadas” relacionadas con la producción, consumo y filtrado de desinformación contra el proceso electoral.

- » Se han implementado flujos explicativos de las urnas y del proceso electoral, así como otros servicios. Además, se ha implementado el consumo de información con filtros con ayuda de inteligencia artificial, en colaboración con la empresa Meedan.

META 6: Dar a conocer el chatbot y establecer estrategias de opt-in para mantener y aumentar la base de usuarios del bot, sobre todo para la comunicación proactiva.

- » Se llevaron a cabo amplias campañas, incluso en cadenas de televisión, en colaboración con WhatsApp. Se impulsó el número de usuarios y de usuarios *opt-in*, alcanzando niveles de éxito.

[Ir al sumario](#)

Proyecto 3: Acceso, difusión y mejora del alcance de los fact-checks sobre el proceso electoral

Objetivo: Contribuir a la difusión de las verificaciones realizadas en el marco de la Coalición, con el fin de garantizar que los votantes puedan acceder y localizar fácilmente información fiable sobre el proceso electoral y el esclarecimiento de los rumores surgidos durante las elecciones.

Metas:

META 1: Mejorar la página *Fato ou Boato* (en español: Realidad o Rumores) - un centro de información oficial y de comprobación de hechos sobre el proceso electoral - para albergar contenido de una variedad de formatos y fuentes, así como para facilitar a la gente la navegación y el acceso a las comprobaciones e historias. Los cambios pueden incluir la integración con el chatbot de WhatsApp; el uso de etiquetas para organizar el contenido y facilitar la búsqueda; enlaces para facilitar el intercambio en las redes sociales; y la validación del uso de una herramienta para recopilar estadísticas de acceso.

- » El sitio web se mejoró y ahora cuenta con un motor de búsqueda. Se ha ampliado el alcance de las historias, con el uso de un chatbot, perfiles en redes sociales y grupos en una app de mensajería privada.

META 2: importar el contenido de la página de Aclaraciones de las Elecciones de 2018 a la página de *Fato ou Boato* (en español: Realidad o Rumores), con el fin de centralizar todas las comprobaciones e informaciones oficiales elaboradas, creando un repositorio único.

- » La página *Fato ou Boato* (Hecho o Rumor) pasó a centralizar, en forma de repositorio único, todas las notas e informaciones oficiales producidas en el ámbito de la desinformación tanto por el TSE como por los TREs, además de la inserción de todos los artículos de fact-checking publicados en el seno de la Coalición.

META 3: celebrar una asociación con empresas de telefonía móvil para permitir que sus usuarios accedan a las verificaciones y otros contenidos informativos publicados en el sitio web de la Justicia Electoral sin cobrar por el tráfico de datos (zero rating), buscando también mantener la asociación activa de forma permanente, fuera del período electoral.

La renovación de la acción de zero rating en 2022 se tornó inviable por cuestiones técnicas, principalmente la imposibilidad de proveer una única IP para el TSE, debido a las características del producto operado por el nuevo vencedor de la licitación para la CDN (*Content Delivery Network*, o Red de Entrega de Contenido).

META 4: Ampliar la difusión de las verificaciones realizadas por las instituciones miembros de la Coalición para la Verificación, incluyéndolas, mediante referenciación, en las aclaraciones oficiales del TSE.

- » La expansión de la difusión se logró a través del crecimiento significativo del número de usuarios de las apps oficiales de Justicia Electoral y del chatbot en WhatsApp, así como la creación de un canal público en Telegram y otras redes sociales (como Kwai), la inclusión

[Ir al sumario](#)

de apps internas en la estrategia de notificaciones, la multiplicación de organizaciones asociadas y la creación del FRENTE.

META 5: validar el funcionamiento de los protocolos de integración, como la revisión de las reclamaciones, con el hecho de que es importante dar más importancia a los controles realizados por las agencias, dando prioridad a la veracidad de los contenidos.

- » En las reuniones, el TSE reforzó la importancia de utilizar la revisión de afirmaciones con las agencias de verificación de hechos y trató de validar su funcionamiento con las plataformas. YouTube, por ejemplo, lo adoptó en 2022, a diferencia de 2020. Estas medidas son importantes porque las búsquedas en plataformas como Google, Bing y YouTube priorizan los contenidos con estas marcas.

META 6: promover el fortalecimiento del ecosistema de verificación de hechos mediante iniciativas de apoyo a las instituciones, en particular fomentando el diálogo con otras asociaciones y aumentando la visibilidad de los contenidos.

- » Con el objetivo de fortalecer el ecosistema de fact-checking a través de iniciativas de apoyo a los organismos de verificación, el TSE reforzó, en reuniones con los TRE, la experiencia de estas instituciones y la excelencia del trabajo que realizan en el ámbito de la educación mediática y la sensibilización sobre el fenómeno de la desinformación. También ha recomendado en varias ocasiones que las plataformas digitales formalicen asociaciones con agencias de verificación de hechos a fin de reforzar sus esfuerzos por reducir la circulación de noticias falsas en sus redes.

Proyecto 4: Profundizar en la transparencia electoral

Objetivo: Garantizar un mayor alcance y protagonismo de las acciones de transparencia mediante la difusión de información sobre iniciativas para incrementar el acceso a los procedimientos de control y auditoría del proceso de voto electrónico.

Metas:

META 1: divulgar, en las redes, en la prensa y a través de los socios del programa, las acciones de profundización de la transparencia, como el inicio del ciclo de transparencia electoral, un año antes de las elecciones, con la apertura del código fuente, así como la creación y el trabajo de la Comisión de Transparencia Electoral y del Observatorio de Transparencia Electoral.

- » » A lo largo de 2022, uno de los principales objetivos del TSE fue consolidar la imagen institucional como elemento rector de las acciones de comunicación. La oficina de prensa trabajó arduamente durante todo el año para mantener el proceso electoral brasileño en la agenda nacional, como lo demuestran los informes de clipping enviados al Tribunal. Además, los resultados obtenidos por la Comisión de Transparencia Electoral y el Observatorio de Transparencia Electoral fueron presentados a los participantes del FRENTE en una conferencia específica realizada en su 2º Encuentro Nacional.

[Ir al sumario](#)

META 2: velar por que todos los procedimientos de autorización y control sean objeto de una publicidad adecuada y amplia, en particular la prueba de integridad de las urnas.

- » La AEED organizó conferencias sobre procedimientos, inspección y auditoría en las dos ediciones del Encuentro Nacional del FRENTE, así como en reuniones y conferencias impartidas en eventos externos.

META 3: ampliar las acciones destinadas a garantizar una mayor transparencia en las etapas del proceso electoral, aumentando el conocimiento público del sistema de voto electrónico brasileño. Un ejemplo podrían ser las acciones para familiarizar a los ciudadanos con los nuevos modelos de urnas.

- » En el marco de la Sesión Informativa para Embajadas, organizada por la Oficina de Asuntos Internacionales, se organizaron actos de presentación y familiarización de actores extranjeros, en particular embajadores y miembros de representaciones consulares.

META 4: promover una mayor participación en los procedimientos de inspección y auditoría por parte de organizaciones e instituciones públicas y privadas con reputación en los ámbitos de la tecnología, los derechos humanos, la democracia y las ciencias políticas.

- » Los procedimientos de inspección y auditoría se reforzaron aún más ampliando la lista de partidos legítimos y aumentando el número de urnas sometidas a pruebas de integridad y auditorías, en respuesta a las recomendaciones formuladas por la Comisión de Transparencia Electoral y el Observatorio de la Transparencia Electoral.

META 5: divulgar e incentivar la cooperación de la sociedad con el perfeccionamiento constante e ininterrumpido del proceso electoral brasileño a través del suministro de datos y de la apertura de los códigos del sistema electoral por parte del Tribunal.

- » Se pusieron en marcha una serie de medidas y acciones relacionadas con cuestiones delicadas, como la preparación de urnas electrónicas, la firma digital y el sellado de los sistemas, las pruebas de integridad, la apertura del código fuente, la divulgación de los informes de las urnas, las explicaciones sobre los registros de las urnas y el registro digital de los votos, así como el proyecto de la Ruta de las urnas.

Proyecto 5: Desarrollar y mejorar herramientas tecnológicas y canales digitales para difundir información veraz y de calidad

Objetivos: desarrollar y mejorar herramientas tecnológicas que permitan al TSE actuar con mayor rapidez en la difusión de noticias veraces y de calidad.

Metas:

META 1: desarrollar y actualizar constantemente la página de estado y desempeño de los servicios en línea del Tribunal y de la Justicia Electoral. La página permite que electores, TRE, prensa, ciudadanos y ciudadanía en general conozcan, en tiempo real, las eventuales inestabilidades e indisponibilidades, así como las suspensiones programadas de los servicios digitales de la

[Ir al sumario](#)

Justicia Electoral, dando mayor transparencia y rapidez al acceso a la información. Además de identificar los casos de suspensión programada, inestabilidad o indisponibilidad de los servicios, la página de estado también debe proporcionar información sobre los canales disponibles para que el público pueda reportar cualquier problema.

META 2: Mejorar el uso de las herramientas de análisis de la página Fato ou Boato para obtener más información cuantitativa y cualitativa sobre las búsquedas realizadas y los controles a los que se ha accedido.

- » Objetivo alcanzado mediante la instalación de la herramienta en el sitio en cuestión.

META 3: supervisar, con la Secom, la mejora constante de los portales de Justicia Electoral (<https://www.tse.jus.br/> y <https://www.justicaeleitoral.jus.br/>) con atención a parámetros de accesibilidad, experiencia de usuario y dinamismo.

- » Las páginas se fueron renovando y mejorando.

META 4: publicar, en los portales de la Justicia Electoral, los criterios y protocolos de actuación para la remisión de las denuncias recibidas por el Grupo de Análisis de Denuncias, incluyendo ejemplos de desinformación sobre el proceso electoral, aclaraciones sobre tiroteos masivos y otras informaciones útiles, como las políticas de integridad cívica y los canales de denuncia de los proveedores de aplicaciones de Internet.

- » Se repitieron los criterios de actuación publicados en el Informe sobre las Acciones y los Resultados de 2020.

META 5: elaborar y publicar periódicamente un boletín con información y actualizaciones relacionadas con el fenómeno de la desinformación.

- » Meta cumplida con el lanzamiento y publicación de 16 ediciones de iPause! - Boletín de Enfrentamiento a la Desinformación, a lo largo de cuatro meses, entre junio y octubre de 2022.

META 6: elaborar, en colaboración con la Aesi y los TRE, una guía práctica para hacer frente a los episodios de desinformación durante las consultas presenciales o el día de las elecciones.

- » Las instrucciones sobre cómo tratar los casos de desinformación fueron objeto de la Guía de la Autoridad de Mesa (*Mesário*) y de su curso de formación, la *Guía Básica de Enfrentamiento a la Desinformación* y el *Guía de Enfrentamiento a la Desinformación y Defensa de la Reputación de la Justicia Electoral*. Los equipos regionales de enfrentamiento a la desinformación también fueron informados de detalles importantes mediante reuniones celebradas a lo largo del ciclo.

[Ir al sumario](#)

1.2. EJE 2 – CAPACITAR: ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA Y FORMACIÓN

Este eje tiene como objetivo la alfabetización mediática e informacional y la promoción de acciones educativas y programas de formación dirigidos tanto al público interno de la Justicia Electoral como al público externo, incluyendo tribunales y otros órganos, asociaciones y público en general, con el objetivo de fomentar el desarrollo de competencias para que puedan desenvolverse en el mundo digital, comprender el funcionamiento y el impacto del fenómeno de la desinformación y ampliar sus conocimientos sobre el proceso electoral brasileño.

Proyecto 1: Capacitación del público interno sobre desinformación

Objetivo: Capacitar a jueces, magistrados, funcionarios, empleados y colaboradores de la Justicia Electoral, así como al público en general, para que comprendan el fenómeno de la desinformación y los mejores enfoques para enfrentarlo, incluyendo nociones sobre el funcionamiento de los proveedores de aplicaciones.

Metas:

META 1: promover, junto con las plataformas digitales socias del programa, eventos para funcionarios, magistrados y jueces de los TRE, para que comprendan el funcionamiento de cada una y estén en mejores condiciones de identificar la desinformación en su ámbito y promover acciones para evitar su difusión, así como denunciar violaciones a sus términos de uso.

- » Se celebraron 26 sesiones de formación en colaboración con 11 plataformas, con un total aproximado de 1.000 funcionarios formados.

META 2: promover cursos para mejorar los conocimientos de los funcionarios sobre la circulación de información en las redes, así como estrategias de comunicación, haciendo hincapié en los siguientes temas: (i) ciencia del comportamiento y desinformación; (ii) comportamiento inauténtico; (iii) y contención del radicalismo y la polarización.

- » Se celebraron varios cursos sobre temas relacionados con el proceso electoral, la enfrentamiento a la desinformación y el fortalecimiento de la democracia, entre ellos dos reuniones nacionales en el seno del FRENTE.

META 3: distribuir a los TRE folletos y otros materiales educativos sobre los principales proveedores de aplicaciones de Internet, con información sobre su política de integridad cívica y las mejores prácticas en el uso de sus recursos y funcionalidades.

- » Las sesiones de formación con las plataformas se acompañaron de folletos preparados por las propias asociaciones, que incluían explicaciones sobre las políticas de integridad cívica y consejos para utilizar mejor sus herramientas y recursos.

META 4: organizar un taller para los TRE del Comité de Enfrentamiento a la Desinformación, a fin de que puedan estructurar internamente sus propios comités regionales.

[Ir al sumario](#)

- » Se celebraron cinco reuniones regionales con los TRE para presentarles los planes estratégicos PROFI y PPED, con lemas instructivos y de concienciación, con vistas a un compromiso más profundo y proactivo en los esfuerzos por hacer frente a la desinformación.

META 5: mejorar y actualizar el curso Dentro del proceso electoral - Hacer frente a la desinformación, teniendo en cuenta materiales recientes y complementarios.

- » La estrategia de formación del público interno se inició con otras dos iniciativas, a saber, el lanzamiento de la serie *Democracia em Pílulas* (en español: Democracia en Píldoras), que incluye cursos rápidos y completos sobre redes sociales, así como la publicación y difusión de la *Guía Básica de Enfrentamiento a la Desinformación*. Además, el TSE publicó materiales más específicos con el mismo objetivo, en particular la Guía de las urnas, elaborada por la Secom.

META 6: celebrar reuniones periódicas entre el Grupo Gestor y la Secom para compartir conocimientos sobre las narrativas y metanarrativas falsas o fraudulentas utilizadas contra el proceso electoral.

- » La AEED y la Secom se reunieron semanalmente durante todo el periodo comprendido entre febrero y noviembre de 2022. Además, se realizaron constantemente análisis de narrativas y metanarrativas que dieron lugar, entre otros, a informes de seguimiento de narrativas nocivas y al Mapa de Aclaración de la Desinformación.

META 7: hacer circular informes trimestrales entre los TRE y el Ministerio Público Electoral (MPE) con datos y encuestas recientes sobre la desinformación contra el proceso electoral.

- » Los informes y boletines elaborados por la AEED se enviaron con frecuencia a través de aplicaciones de mensajería instantánea a FRENTE, formada por funcionarios de todo el sistema de justicia electoral. Además, se mantuvo un contacto directo con el PPE, con reuniones periódicas y contactos ocasionales.

META 8: establecer un diálogo con organizaciones internacionales para intercambiar experiencias e información sobre el contexto de la desinformación en otros países, las principales teorías conspirativas, las metanarrativas, su modus operandi y las estrategias que se están utilizando para combatirlas.

- » Con el apoyo de la AIN, la AEED ha realizado varios talleres de intercambio internacional, y ha sostenido productivos diálogos con organismos electorales de países como México, Costa Rica, Panamá y Perú. Además, personal de la AEED y de la Secom participó en una misión técnica para entablar diálogos con 16 organismos con sede en Francia, Alemania y Bélgica, con el apoyo de la Unión Europea.

META 9: ofreciendo un curso abierto y ampliamente accesible - Massive Open Online Course (MOOC) - sobre desinformación, dirigido al público en general.

[Ir al sumario](#)

- » La estrategia de cursos online abiertos comenzó con la creación de la serie Democracia en Píldoras, puesta a disposición del público general en las cuentas oficiales del TSE y en sus canales en *Telegram*, *Instagram* y *Twitter*.

Proyecto 2: Prevención de las enfermedades mentales y promoción de la salud mental de las personas directamente implicadas en las acciones de enfrentamiento a la desinformación

Objetivo: promover, en asociación con la Coordinación de Atención a la Salud (Cats/TSE) de la Secretaría de Gestión de Personas (SGP), acciones de prevención de enfermedades mentales y promoción de la salud mental de los funcionarios directamente involucrados en acciones de enfrentamiento a la desinformación, en vista de los efectos negativos que puede tener el contacto con fake news y discursos de odio.

Metas:

META 1: celebrar una reunión con el SGP/TSE y los Cats/TSE para debatir medidas de prevención de los trastornos mentales y de promoción y preservación de la salud mental de los miembros, funcionarios, empleados y colaboradores del TSE y de los TRE.

- » Con el apoyo de Cats, el TSE promovió el Taller de Afrontamiento del Estrés - Elecciones 2022, que consistió en la creación de un grupo vivencial práctico con el objetivo de minimizar y eliminar los efectos nocivos sobre el bienestar y la salud mental y emocional de las personas que se ocupan directamente de la enfrentamiento a la desinformación. Durante el mes de junio, los talleres, dirigidos por 16 psicólogos de la Justicia Electoral, contaron con la participación de 294 funcionarios en 5 grupos diferentes.

META 2: poner en marcha periódicamente acciones de salud mental, así como dar a conocer el canal de servicios.

- » Además de los mencionados talleres de atención y prevención, las unidades de salud del Justicia Electoral permanecieron a disposición de los funcionarios que manifestaron la necesidad de atención individualizada.

Proyecto 3: Capacitación a públicos internos y externos sobre el proceso electoral

Objetivo: Capacitar a jueces, magistrados, funcionarios, empleados y colaboradores de la Justicia Electoral, así como a socios del programa, periodistas, formadores de opinión, influenciadores y población en general sobre la seguridad del proceso electoral, para que puedan: (i) actuar como difusores de información veraz sobre las elecciones en general y el proceso de voto electrónico en particular; y (ii) ejercer la ciudadanía y los derechos políticos de manera informada.

Metas:

META 1: Promover la capacitación de los vocales de la Justicia Electoral (presidentes, vicepresidentes, ministros, magistrados, jueces, directores y directores generales, gerentes y jefes de oficina) para fortalecer el discurso institucional en defensa del proceso electoral.

[Ir al sumario](#)

- » Los portavoces designados para tratar temas específicos fueron instruidos y acompañados en todo momento por profesionales de la Secom.

META 2: formar a los responsables de la enfrentamiento a la desinformación en los TRE para que creen redes de difusión de la información oficial.

- » Además de las reuniones para presentar los programas y alinear las acciones, se ofrecieron acciones de formación con las plataformas, así como dos eventos nacionales bajo el paraguas del FRENTE.

META 3: promover talleres para instituciones de verificación y asociaciones de la sociedad civil sobre el proceso de votación electrónica y sobre la desinformación relacionada con la seguridad de las urnas electrónicas.

- » Se organizaron cursos para periodistas y se publicó material educativo, como la Guía de las urnas.

META 4: Capacitar a periodistas y funcionarios públicos sobre el proceso electoral, incluyendo cambios legislativos recientes, aspectos generales de la organización y funcionamiento de la Justicia Electoral, rendición de cuentas y desinformación en el contexto electoral.

- » Se realizó una nueva edición del Curso de Derecho Electoral para periodistas, al que asistieron cientos de profesionales. Los funcionarios públicos, por su parte, recibieron formación en el marco del FRENTE.

META 5: divulgar los cursos y formaciones ofrecidos en los canales de la Escuela Judicial Electoral (EJE) y en la app *Mesários* (Autoridad de Mesa).

- » Los cursos ofrecidos al público, como los realizados en el marco del Proyecto Democracia en Píldoras, fueron ampliamente divulgados a la sociedad en general, a través de perfiles, grupos y canales digitales en redes sociales y apps de mensajería privada.

META 6: Ampliar y profundizar la formación de los funcionarios de casilla con un módulo específico en la aplicación diseñado exclusivamente para abordar la desinformación contra el proceso electoral.

- » Se han incluido preguntas básicas sobre la enfrentamiento a la información en la Guía del Funcionario Electoral, en la app correspondiente y en el temario del curso de formación.

META 7: Desarrollar formación basada en las principales noticias falsas contra el proceso electoral, como medida para prevenir (*prebunking*) la difusión de falsas narrativas que se repiten (“reciclan”) cada año.

- » Meta cumplida con el lanzamiento del primer módulo de la serie Píldoras para la Democracia, titulado 30 píldoras contra la desinformación.

[Ir al sumario](#)

META 8: desarrollar acciones, con la ayuda de las asociaciones del programa, destinadas a enseñar a los votantes cómo la desinformación sobre el proceso electoral puede crearse en interfaces sencillas y “fáciles de usar”, incluida la creación de dinámicas “gamificadas”.

- » Se crearon guías, folletos y material didáctico en un lenguaje objetivo, claro y accesible. También se pusieron a disposición cursos breves gratuitos en las redes sociales.

META 9: Abrir el curso *Por Dentro do Processo Eleitoral – Enfrentamento à Desinformação* (en español: Enteración sobre del Proceso Electoral – La Enfrentamiento a la Desinformación) a otros organismos y al público en general para difundir conocimientos básicos sobre el proceso electoral, el proceso de votación electrónica y la desinformación.

- » La estrategia de cursos online abiertos comenzó con la creación de la serie Democracia en Píldoras, puesta a disposición del público general en las cuentas oficiales del TSE y en sus canales en *Telegram*, *Instagram* y *Twitter*.

Proyecto 4: Campañas de sensibilización sobre la desinformación y acciones de educación mediática e informativa para públicos externos

Objetivos: Educar y sensibilizar al público en general sobre el fenómeno de la desinformación, la importancia del fact-checking y el proceso electoral, con el fin de: (i) contribuir a que el público votante pueda ejercer su derecho al voto de manera consciente e informada; (ii) fortalecer la capacidad de los ciudadanos para identificar y enfrentar la desinformación, especialmente en el contexto electoral; y (iii) prevenir conflictos y escenarios de violencia política fundados en falsas narrativas sobre la integridad de las elecciones nacionales.

Metas:

META 1: realizar eventos sobre el fenómeno de la desinformación en las redes, con la participación de ministros del TSE, funcionarios de la Justicia Electoral y conferencias con expertos en el tema.

- » El equipo de expertos de la AEED participó en congresos, seminarios y eventos organizados por la mayoría de los tribunales electorales del país, así como en eventos organizados por el Supremo Tribunal Federal (STF), la Conferencia Americana de Organismos Electorales Subnacionales y la Organización de los Estados Americanos (OEA). Además, solo en el marco del FRENTE, funcionarios de la Justicia Electoral organizaron o participaron en eventos dirigidos a las comunidades locales en más de 100 ocasiones durante 2022. Los ministros también abordaron el tema en diversos eventos nacionales e internacionales, incluyendo, por ejemplo, el Congreso Brasileño de Derecho Electoral, la asamblea del Colegio de Presidentes de los Tribunales Regionales Electorales, el lanzamiento de la Campaña de Enfrentamiento a la Desinformación de Orden de Abogados del Brasil (OAB/PR), el congreso de la Asociación Nacional de Directores de Instituciones Federales de Enseñanza Superior, la Unión Internacional de Organismos Regionales Electorales, el evento de la Organización de los Estados Americanos, la Conferencia Brasil, entre otros.

[Ir al sumario](#)

META 2: organizar eventos híbridos o en línea sobre educación mediática, democracia y desinformación, con especial atención a los jóvenes, con la participación de ministros del TSE, funcionarios de la Justicia Electoral y conferencias de expertos en la materia.

- » El TSE organizó transmisiones en directo apoyadas por las plataformas TikTok, Kwai, Twitter y YouTube en los días de la primera y segunda vuelta de las elecciones, lo que permitió a las personas interesadas de todo Brasil y del mundo recibir información oficial y actualizada, incluida la participación de invitados de diferentes partes del país.

META 3: producir campañas mediáticas con vídeos sobre el tema de la desinformación y el fact-checking, con la posible participación de personas destacadas en el entorno digital, para su difusión en redes sociales, radio y televisión. Debe garantizarse la diversidad de los protagonistas de la campaña, teniendo en cuenta el contexto de polarización en las redes sociales, que crea bloqueos cognitivos que pueden impedir que las campañas institucionales lleguen con éxito a su público objetivo.

- » Se produjeron diversas campañas mediáticas sobre los temas mencionados, lo que implicó la producción y publicación de 217 videos cortos para su distribución en redes sociales.

META 4: Capacitar a comunicadores, influenciadores e influencers para producir contenidos sobre el proceso electoral y el sistema de voto electrónico en un lenguaje capaz de dialogar y comprometer a la sociedad.

- » Con la ayuda de asociaciones, se organizó una iniciativa de formación para influenciadores digitales de diversos nichos, que incluyó el desembalaje de una urna electrónica e instrucciones sobre los diversos dispositivos y características de seguridad del proceso de votación electrónica. La iniciativa fue una de las seis incluidas en el *Programa Jogo Limpo do ICFJ* (en español: Programa Juego Limpio del ICFJ), con el apoyo de YouTube Brasil. Un total de 75 influenciadores digitales recibieron formación en colaboración con Redes Cordiais. YouTube organizó dos ediciones del Concilio de Creadores, que reunió a un total de 80 creadores de contenidos. Con Kwai formamos a unos 70 influencers.

META 5: Ampliar las acciones de enfrentamiento a la desinformación en radio y televisión, como el “minuto de control”.

- » La Secom produjo una serie de 78 vídeos aclarando las principales desinformaciones que circularon durante el periodo electoral. Estos vídeos se emitieron en *TV Justiça* (en español: TV Justicia), así como en emisoras asociadas, y también se publicaron y divulgaron en la plataforma YouTube.

META 6: Lanzar una campaña masiva contra la difusión de noticias falsas, buscando el apoyo de los líderes de los partidos, la sociedad civil y los socios del programa (Brasil sem Fake - por un país libre de noticias falsas).

[Ir al sumario](#)

- » La campaña Brasil Sem Fake fue sustituida por otras acciones de comunicación de masas con el mismo espíritu, como se demuestra en otras partes de este informe.

Proyecto 5: Cooperación y acciones para impulsar el alcance de las iniciativas de alfabetización mediática e informacional de las asociaciones

Objetivo: Promover el diálogo y la cooperación entre asociaciones en el ámbito de la alfabetización mediática e informacional para impulsar el alcance de las iniciativas existentes.

Metas:

META 1: Discutir con las instituciones asociadas que trabajan en el campo de la alfabetización mediática e informacional estrategias para impulsar el alcance de las iniciativas de alfabetización mediática e informacional, especialmente durante el periodo electoral.

- » Se celebraron reuniones con diversas organizaciones de reconocida experiencia en este ámbito, como Open Word, Cordial Networks y el Instituto Nacional Electoral de México, entre otros.

META 2: aplicar, en cooperación con las instituciones asociadas, estrategias para ampliar el alcance de las iniciativas de alfabetización mediática e informacional.

- » El Open Word Institute, socio del PPED, lanzó la iniciativa #FakeToFora a través de EducaMídia. La iniciativa lanzó una invitación a educadores y estudiantes de todo el país, centrándose en el papel de la educación mediática como elemento formativo de la ciudadanía. Al mismo tiempo, el TSE publicó la *Guía Básica de Enfrentamiento a la Desinformación*, con información dirigida a desarrollar la capacidad de identificar las noticias falsas que circulan en los medios digitales, así como instrucciones básicas para hacerles frente.

Proyecto 6: Diálogo con los partidos políticos para concienciarlos de su responsabilidad frente a la desinformación

Objetivo: Promover el diálogo con los partidos políticos para concienciarlos de su responsabilidad en un entorno informativo saludable, en el que se fomente la creación y el uso de redes de desinformación y comportamientos no auténticos en las campañas electorales.

Metas:

META 1: Celebrar una reunión con representantes de todos los órganos nacionales de los partidos y federaciones de partidos, con una breve presentación sobre los impactos y riesgos del fenómeno de la desinformación.

- » Con el apoyo de la Asesoría Parlamentaria (Aspar), se celebraron reuniones para presentar y sensibilizar a todos los partidos políticos registrados en el TSE, lo que dio lugar a la adhesión de 31 organizaciones partidarias al PROFI y al PPED. La inclusión de los líderes de los partidos a nivel estatal y local, por otra parte, se logró mediante asociaciones con

[Ir al sumario](#)

la Unión de Concejales de Brasil (UVB) y la Unión Nacional de Legisladores Estatales (Unale). Se creó una lista de correo con los partidos asociados para compartir la información producida por la Secom.

META 2: promover, junto con las plataformas digitales socias del programa, eventos para que los partidos políticos entiendan cómo funciona cada una y puedan identificar mejor la desinformación en su ámbito, promover acciones para evitar su difusión y denunciar las violaciones de sus condiciones de uso.

- » En colaboración con proveedores de aplicaciones de Internet, la AEED organizó el acto Plataformas digitales y partidos políticos: la enfrentamiento a la desinformación como instrumento para promover la democracia, al que asistieron 65 representantes de 20 partidos diferentes.

META 3: proponer un plazo de compromiso para que los representantes de los órganos nacionales de los partidos políticos y las federaciones de partidos se comprometan a: (i) llevar a cabo actividades destinadas a sensibilizar a los afiliados sobre el fenómeno de la desinformación; y (ii) adoptar medidas para desalentar la creación y el uso de redes de desinformación y comportamientos no auténticos en las campañas electorales.

- » Los términos fueron firmados por 31 de los 32 partidos políticos inscritos en el TSE.

Proyecto 7: Apoyo a otros organismos electorales e instituciones públicas para implementar acciones de enfrentamiento a la desinformación

Objetivo: Posibilitar la implementación de acciones de enfrentamiento a la desinformación en otras instituciones públicas y diversos organismos electorales.

Metas:

META 1: Coordinar el diálogo con otros órganos jurisdiccionales y nacionales a través de talleres, reuniones y diálogo permanente, de manera proactiva o bajo demanda.

- » El TSE intensificó su colaboración con otros órganos públicos e instituciones nacionales, como el Tribunal Supremo, el Consejo Nacional de Justicia (CNJ), el Ministerio Público Federal (MPF), el Senado Federal y la Cámara de Diputados. Se celebraron reuniones y se mantuvo un diálogo permanente, que en algunas ocasiones dio lugar a actos y a la publicación de declaraciones públicas de confianza en momentos importantes del proceso.

META 2: coordinar el diálogo y la cooperación con los organismos electorales de otros países para luchar contra la desinformación.

- » Con el apoyo de la ANI, la AEED mantuvo contactos con diversas organizaciones electorales internacionales, compartiendo experiencias en la enfrentamiento a la desinformación.

1.3 EJE 3 – RESPONDER: IDENTIFICAR Y CONTENER LA DESINFORMACIÓN

Este eje pretende adoptar medidas concretas para identificar más rápidamente la desinformación, contener más eficazmente su difusión y desalentar las prácticas de desinformación y las formas asociadas de manipulación de la información.

Proyecto 1: Coalición permanente para la verificación

Objetivos: Coordinar y fomentar una red permanente para la verificación de hechos y el suministro de información sobre el proceso electoral, mediante la colaboración y asociación con agencias e instituciones de verificación de hechos.

Metas:

META 1: celebrar reuniones con las instituciones de verificación para debatir los retos a los que se enfrentan y la construcción de un acuerdo de cooperación permanente.

- » Se celebraron varias reuniones que dieron como resultado la renovación de los términos de cooperación y el mantenimiento de los esfuerzos conjuntos.

META 2: elaborar y proponer un acuerdo de cooperación con instituciones de verificación de hechos para crear una red permanente de verificación de hechos e información sobre el proceso electoral, definiendo al menos el alcance de las verificaciones (proceso electoral) y el plan de trabajo a desarrollar.

- » Se celebraron varias reuniones que dieron como resultado la renovación de los términos de cooperación y el mantenimiento de los esfuerzos conjuntos.

META 3: definir un flujo de trabajo dentro de la Coalición, aplicable a las instituciones implicadas.

- » Los flujos de trabajo se definieron en las reuniones iniciales y se ajustaron mediante un diálogo continuo en un grupo de chat instantáneo dedicado al Comité Estratégico del PPED.

META 4: organizar, en el seno del TSE, un equipo encargado de recoger y suministrar rápidamente la información necesaria para realizar los controles.

- » La Secom creó un equipo multidisciplinar de 15 personas encargado de supervisar, recopilar y producir aclaraciones en texto, tarjeta, vídeo y audio. Como resultado, se produjeron 241 textos, de los cuales 43 aclaraciones fueron hechas exclusivamente por la Justicia Electoral, y otras 59 informaciones fueron verificadas por agencias de verificación de hechos. Además, 139 textos fueron producidos en colaboración por ambas organizaciones.

META 5: Solicitar la actualización de la designación de los representantes de cada TRE que integrarán la Coalición. La solicitud se realizará mediante el envío de cartas a los TRE.

- » Objetivo alcanzado mediante comunicación por carta.

[Ir al sumario](#)

META 6: Actualizar la composición de los grupos de WhatsApp y gestionar una hoja de cálculo editable para registrar el flujo de información y comprobaciones, a efectos de operatividad de la Coalición.

- » Actualización realizada, con designación de miembros por carta.

META 7: Garantizar el acceso periódico a los informes y análisis del sitio web *Fato ou Boato* (en español: Realidad o Rumores) en cuanto estas funcionalidades estén operativas.

- » Acceso concedido a la Coordinación de Medios y Web de la Secom.

META 8: Promover el diálogo entre las instituciones de verificación y los proveedores de aplicaciones de Internet asociados al programa.

- » Tema planteado por el TSE en numerosas reuniones con plataformas digitales.

Proyecto 2: Implicar a las plataformas digitales y sus recursos tecnológicos en la enfrentamiento a las redes estructuradas de desinformación y comportamientos no auténticos.

Objetivo: desarrollar acuerdos de cooperación con proveedores de aplicaciones de Internet que fomenten la movilización de estas plataformas y sus recursos tecnológicos en favor de la difusión de información veraz sobre las instituciones electorales y la enfrentamiento a los comportamientos inauténticos.

Metas:

META 1: celebrar reuniones periódicas con los proveedores de aplicaciones de Internet asociados al programa para conocer sus nuevas iniciativas de enfrentamiento a la desinformación y debatir las posibilidades de innovación de la asociación en favor de la integridad del proceso electoral.

- » Se celebraron numerosas reuniones para alinear las iniciativas y supervisar el estado de cumplimiento de los acuerdos. En determinados momentos y con determinadas plataformas, las reuniones empezaron a tener una periodicidad semanal. En vísperas de la primera vuelta de votaciones, se celebró una reunión general para sensibilizar a la población y hacer hincapié en la necesidad de un compromiso adicional para garantizar la normalidad del proceso electoral.

META 2: promover el diálogo con los proveedores de aplicaciones de Internet que aún no forman parte del programa, buscando su adhesión y la firma de una asociación para luchar contra la desinformación.

- » La búsqueda constante de este diálogo resultó en un aumento del 145% en el número de plataformas que son socias de los programas, en comparación con el ciclo anterior.

META 3: Firmar memorandos de entendimiento con los proveedores de aplicaciones de Internet asociados al programa para establecer iniciativas específicas y medidas concretas que se aplicarán a lo largo del año electoral, supervisando la aplicación de las iniciativas mediante reuniones periódicas.

[Ir al sumario](#)

- » El diálogo constante ha permitido profundizar en las colaboraciones existentes, lo que se ha traducido en un aumento de varios indicadores mencionados en este informe.

META 4: Proponer la mejora de las políticas de integridad cívica de los proveedores de aplicaciones de Internet, basadas en reglas claras de moderación de contenidos para el contexto electoral brasileño, incluyendo el detalle del protocolo de actuación en casos de identificación de comportamientos inauténticos coordinados y publicación de información engañosa sobre el proceso electoral, así como hipótesis relacionadas de violencia política, discurso de odio y otras cuestiones que impacten negativamente en las elecciones.

- » Sin excepción, los términos de cooperación preveían la necesidad de adoptar políticas de integridad claras, en un lenguaje accesible y realmente adaptadas a la realidad nacional. Durante las elecciones, se mantuvieron reuniones con algunas plataformas para insistir en la necesidad de ajustes o actualizaciones, que en algunos casos se cumplieron efectivamente.

META 5: Establecer canales de denuncia y/o comunicación con los proveedores de aplicaciones de Internet para que los ciudadanos y los órganos de justicia electoral puedan denunciar presuntos tiroteos masivos y la difusión de información falsa en Internet. Procurar una actuación rápida y diligente en el análisis de las denuncias realizadas por el TSE.

- » Todas las plataformas asociadas han creado canales extrajudiciales para recibir y tramitar las denuncias remitidas por la AEED a través del Sistema de Alerta de Desinformación contra las Elecciones. Esto incluyó no solo casos de tiroteos masivos y desinformación contra las elecciones, sino también graves cuestiones relacionadas como el discurso del odio y la violencia política de género.

META 6: Proponer la adopción de un protocolo de actuación excepcional que prevea una actuación urgente y rápida en casos de difusión de desinformación grave capaz de comprometer la imparcialidad de las elecciones (como acusaciones infundadas de fraude en los resultados electorales, amenazas graves y anuncios falsos sobre la anulación de las elecciones). Realizar también simulacros del funcionamiento del protocolo antes del período crítico de las elecciones, con el fin de comprobar la rapidez e idoneidad de las medidas adoptadas.

- » En el marco de la planificación preventiva prevista en el PROFI, la AEED acordó con las plataformas de seguimiento de la red y los socios la realización de un evento de prueba, basado en el seguimiento de las manifestaciones convocadas para el 7 de septiembre. A partir de las lecciones aprendidas, recogidas en un informe interno, se buscaron medidas de ajuste para garantizar el buen desarrollo del proceso electoral, especialmente en las fechas de votación.

META 7: Fomentar la elaboración y difusión periódica de datos sobre la aplicación general de las políticas de la plataforma en casos de desinformación (centro de transparencia), especialmente durante el periodo electoral, tanto al público en general como a los investigadores nacionales. También solicitar formación sobre el uso de estos datos y API para investigadores y periodistas brasileños.

[Ir al sumario](#)

- » Estas directrices se abordaron repetidamente en las reuniones con los proveedores de aplicaciones de Internet.

META 8: Solicitar acceso a datos e informes periódicos con estadísticas sobre casos de desinformación contra el proceso electoral y las respectivas medidas adoptadas.

- » Con la puesta en marcha de SA, el TSE pudo examinar de forma independiente datos y estadísticas relevantes. En cualquier caso, la importancia del intercambio de datos y la transparencia en las actividades de moderación se discutió en numerosas reuniones con las plataformas digitales.

META 9: solicitar y fomentar el desarrollo de iniciativas que refuercen el trabajo de los investigadores nacionales.

- » Esta agenda se abordó repetidamente en las reuniones con los proveedores de aplicaciones de Internet.

META 10: solicitar y fomentar el desarrollo de iniciativas que refuercen el ecosistema de comprobación de hechos.

- » Esta agenda se abordó repetidamente en las reuniones con los proveedores de aplicaciones de Internet, así como en las reuniones con los Tribunales Electorales Regionales.

META 11: promover el diálogo entre las organizaciones de la sociedad civil que representan a grupos vulnerables que son objeto de discursos de odio y las plataformas, fomentando el desarrollo de iniciativas para proteger a estos grupos.

- » Se actualizó el Sistema de Alerta de Desinformación contra las Elecciones, con opciones específicas para las denuncias relacionadas con el discurso del odio y la violencia de género. La agenda en cuestión también fue defendida en campañas en medios sociales, como la publicación de las 10 Píldoras sobre Tolerancia, como parte del proyecto Democracia en Píldoras. Además, bajo la coordinación de la Comisión de la Mujer del TSE, se firmó una alianza con el Ministerio Público, en la que se definen las rutinas de investigación e investigación de los delitos electorales de violencia política contra las mujeres, con la inclusión de un formulario especial en el sitio web del MP.

Proyecto 3: Canal para informar de tiroteos masivos en colaboración con WhatsApp

Objetivo: creó un formulario electrónico que permitía a los ciudadanos en general enviar informes sobre tiroteos masivos.

Metas:

META 1: crear un formulario electrónico que permita a los votantes y a los ciudadanos en general enviar informes sobre tiroteos masivos.

- » El objetivo se cumplió con la creación y puesta en marcha del Sistema de Alerta contra la Desinformación Electoral.

[Ir al sumario](#)

META 2: mejorar la operatividad del canal de denuncias con el sistema de tickets, aumentando la rapidez con la que se extraen los datos y se envían a WhatsApp.

- » El objetivo se cumplió con la creación y puesta en marcha del Sistema de Alerta contra la Desinformación Electoral.

META 3: difundir ampliamente y con antelación el canal de información sobre tiroteos masivos.

- » El Sistema de Alerta de Desinformación contra las Elecciones fue ampliamente difundido, con importantes repercusiones en la prensa.

Proyecto 4: Creación de una red de seguimiento de las prácticas de desinformación contra el proceso electoral

Objetivo: crear una red de monitoreo de las prácticas de desinformación digital perjudiciales para el proceso electoral. La red de monitoreo, basada en fuentes abiertas, deberá ser capaz de: (i) identificar, exponer y difundir narrativas falsas contra el proceso electoral; (ii) reportar al TSE las irregularidades identificadas, proponiendo, en su caso, las medidas de contrainformación correspondientes y los recursos tecnológicos adecuados para ello.

Metas:

META 1: establecer acuerdos de colaboración con laboratorios forenses y otras instituciones de investigación y organizaciones especializadas de la sociedad civil, con el fin de vigilar las redes coordinadas de difusión de desinformación, compartir información, establecer un canal de comunicación para el envío de notas e informes, así como llevar a cabo actividades de formación.

- » Objetivo alcanzado mediante la firma de acuerdos con organizaciones y laboratorios especializados en la supervisión de redes, así como la contratación de herramientas (Apura) y servicios específicos (DAPP/FGV).

META 2: establecer acuerdos de colaboración con empresas tecnológicas para intercambiar conocimientos y realizar acciones conjuntas en materia de ciberseguridad.

- » Con la herramienta Apura, ya no era necesario buscar acuerdos para suplir esta carencia.

META 3: contratar una empresa especializada en monitoreo de redes, con recursos informáticos y de comunicaciones capaces de identificar prácticas de desinformación que involucren el proceso electoral. La herramienta de monitoreo deberá operar con base en fuentes abiertas y detectar contenidos desinformativos en al menos cuatro redes sociales, con base en criterios e indicadores previamente establecidos en el ámbito del Grupo de Análisis de Puntos.

- » Objetivo alcanzado mediante la contratación de DAPP/FGV.

META 4: buscar más asociaciones externas con capacidad para identificar comportamientos no auténticos y establecer acuerdos de cooperación con ellas para compartir informes basados en datos públicos.

[Ir al sumario](#)

- » El objetivo se cumplió con la ampliación de las asociaciones de supervisión, con la entrada de organizaciones como Palver, Ideia y UFMG, además de las ya existentes.

META 5: desarrollar una plataforma interna de tickets, organizada en su propio sistema de gestión de la demanda, para registrar la recepción de contenidos desinformativos sobre el proceso electoral (“alertas”) y enviar automáticamente las quejas a las plataformas.

- » El objetivo se cumplió con la creación y puesta en marcha del Sistema de Alerta contra la Desinformación Electoral.

META 6: mejorar el flujo de reclamaciones recibidas a través de la Central de Escucha del Tribunal.

- » Meta cumplida gracias a la reunión de alineación. Con la puesta en marcha de SA, las denuncias de desinformación a través de la Central de Escucha han pasado a ser escasas y residuales.

META 7: nombrar y formar al equipo de funcionarios que formarán parte del Grupo de Análisis y Seguimiento, coordinado por el equipo de la AEED. La persona designada para representar a la Secom recibirá formación para manejar la herramienta de seguimiento contratada y las herramientas que pongan a su disposición los socios expertos en la materia.

- » Meta cumplida a través de la formación con los desarrolladores del Sistema de Alerta de Desinformación contra Elecciones y con las empresas contratadas para este fin específico.

META 8: contratar a un especialista en análisis de datos y desinformación para que se incorpore al equipo de vigilancia del TSE.

- » Con la creación de la AEED con formación multidisciplinar, los datos se analizaron internamente, eliminando la necesidad de contratar personal.

META 9: contacto más estrecho con las TRE, mediante el intercambio de información con los puntos focales designados para actuar en el Comité Estratégico y La Coalición para la Verificación, con el fin de ampliar y capilarizar la red de seguimiento e identificación de la desinformación sobre el proceso electoral.

- » El objetivo se alcanzó celebrando varias reuniones de alineación y manteniendo un diálogo constante en las aplicaciones de chat. Ocasionalmente, se solicitaron algunos ajustes y mejoras de manera formalizada, a través de una circular enviada por la Presidencia del TSE.

META 10: contratar una herramienta de eternización de URL o asociarse con una empresa que preste este servicio, de modo que se pueda conservar una base de datos de las apariciones recibidas antes de eliminar la URL.

- » Objetivo alcanzado gracias a la colaboración con *Verifact*.

[Ir al sumario](#)

META 11: establecer canales de denuncia y/o comunicación con los proveedores de aplicaciones de Internet para que el público y los órganos de la Justicia Electoral puedan denunciar sospechas de tiroteos masivos y difusión de información falsa en Internet.

- » Objetivo alcanzado mediante la apertura de canales extrajudiciales para recibir las denuncias enviadas por el Sistema de Alerta de Desinformación Electoral (SAE).

META 12: creación de un Centro Nacional Integrado de Comando y Control (CICCN), utilizando el ya existente bajo la coordinación del Ministerio de Justicia y Seguridad Pública (MJSP), para identificar prácticas de desinformación en Internet; verificar la posibilidad de medidas de contrainformación, con respuesta a la Justicia Electoral; y agilizar las medidas de policía judicial en caso de delitos verificados.

- » Meta cumplida con la creación del Centro de Ciberseguridad y del Centro de Inteligencia para Combatir la Violencia Política.

META 13: integrar el CICCN y sus organizaciones miembros en las actividades de formación.

- » Meta revista: con un contacto más estrecho entre SPJ y PF, la integración en el CICCN se ha hecho innecesaria.

META 14: Informar al CICCN de los datos sobre incidentes relacionados con la desinformación contra el proceso electoral, a fin de actualizar el indicador sobre el panel de seguimiento publicado en las jornadas electorales.

- » Meta revista: con un contacto más estrecho entre SPJ y PF, la integración en el CICCN se ha hecho innecesaria.

META 15: recopilar y analizar datos para apoyar futuras campañas preventivas o “profilácticas”, como un vídeo sobre las “10 principales falsificaciones recicladas”.

- » Meta cumplida mediante la elaboración y presentación de informes de mapeo de narrativas falsas y nocivas por parte de la AEED.

Proyecto 5: Control de la desinformación en Telegram

Objetivo: enfrentar los desafíos que presenta Telegram como una aplicación que, a pesar de su alto número de usuarios en el país, no tiene interacción con el TSE u otras entidades gubernamentales.

Metas:

META 1: Tratar activamente de formar asociaciones con investigadores cuyo trabajo se centre en la desinformación en Telegram.

- » Meta cumplida, a través de asociaciones con organizaciones como Monitor Telegram.

META 2: Animar a las organizaciones asociadas con cuentas en la aplicación a difundir información oficial y controles.

[Ir al sumario](#)

- » Meta cumplida, con la creación de un canal propio del TSE.

META 3: Realizar una labor de acercamiento a organismos y organizaciones internacionales que han tratado el tema de Telegram.

- » Meta cumplida, a través del diálogo con autoridades de otros países, con el apoyo de la AIN. El TSE se convirtió en el primer organismo público del mundo en establecer una asociación oficial con la plataforma.

META 4: Evaluar la creación de una página de *Fato ou Boato* (en español: Realidad o Rumores) en Telegram para garantizar una fuente oficial de información y evitar vacíos informativos en la app.

- » Meta cumplida, utilizando para ello el canal TSE.

META 5: Compartir conocimientos, informes y cualquier documento que pueda apoyar a las autoridades nacionales en la enfrentamiento a la desinformación en la aplicación.

- » Meta cumplida, compartiendo experiencias en reuniones con otras organizaciones nacionales e internacionales.

Proyecto 6: Asociación y diálogo con la Policía Federal y el Ministerio Público Electoral

Objetivo: establecer una red de comunicación estrecha, ágil y eficaz entre el TSE y los representantes de la Policía Federal y del Ministerio Público Electoral, para que se puedan denunciar los casos de desinformación que también constituyan delitos legales.

Metas:

META 1: Solicitar mediante carta oficial el nombramiento de representante(s) de PF y del MPE para que actúen como puntos focales de estas instituciones en el Programa de Enfrentamiento a la Desinformación.

- » En cuanto al MPE, el objetivo se alcanzó mediante reuniones y el envío de cartas oficiales, que culminaron en la formalización de una asociación para luchar contra la desinformación. Por razones de organización interna, el contacto con PF se centralizó en la Secretaría de Policía Judicial (SPJ) del TSE, así como en el Centro de Enfrentamiento a la Violencia Política.

META 2: Crear grupos virtuales de comunicación que permitan un diálogo rápido entre los representantes del PF y del MPE, el Grupo Gestor del Programa y el/los representante/s de la AESI, con el fin de facilitar y agilizar la remisión de los casos recibidos por el Justicia Electoral en los que existan indicios de infracciones penales, dada la urgencia de situaciones de esta naturaleza.

- » Mantener el contacto directo entre la AEED y el MPE y entre el SPJ y el PF, con reuniones periódicas y contactos puntuales a través de aplicaciones de mensajería instantánea.

[Ir al sumario](#)

META 3: Desarrollar capacitación con los departamentos de inteligencia e investigación de la PF y del Ministerio Público (MP) sobre monitoreo de redes sociales y estrategias de enfrentamiento a la desinformación.

- » Personal del MPE invitado a participar en algunos actos de formación de la AEED. Debido a su carácter multidisciplinar, la AEED cuenta en la actualidad con funcionarios especializados en inteligencia, eliminando la necesidad de formación para este fin.

META 4: profundizar en la integración y mejorar el flujo de trabajo con los representantes del PPE y la FP.

- » Se realizaron reuniones técnicas y de ajuste de flujos entre la AEED y MPE y entre SPJ y PE.
- » Cuestiones tratadas y resueltas en un acuerdo de cooperación.

Proyecto 7: Comité Estratégico de Ciberinteligencia

Objetivo: crear un comité capaz de responder rápida y eficazmente a los incidentes y eventos cibernéticos relacionados con la infraestructura digital del TSE, adoptando medidas concretas para evitar que los rumores derivados de problemas tecnológicos triviales se transformen en ataques a la credibilidad del proceso electoral.

Metas:

META 1: Establecer canales más robustos con los principales proveedores de tecnología e infraestructura, capaces de contribuir a las estrategias de ciberinteligencia durante todo el periodo electoral.

- » Se celebraron reuniones para elaborar planes de acción, incluso para la prevención de riesgos de imagen, por ejemplo con *Amazon Web Services*, con el diseño de soluciones para mitigar los riesgos y proporcionar un tratamiento rápido y eficaz en caso de incidente.

META 2: crear grupos virtuales de comunicación con miembros del Grupo de Gestión, de la STI y proveedores de servicios tecnológicos y de infraestructuras.

- » Se han creado los grupos, con la participación de representantes de STI.

META 3: Elaborar flujos operativos que prevean actuaciones en caso de ciberataques.

- » El TSE ha constituido un Comité Estratégico de Seguridad de la Información (Cetsi), formado por representantes de Presidencia, Dirección General, la AEED, la Secom y STI, entre otros. El Cetsi, a su vez, aprobó un plan de acción para el tratamiento de incidentes en servicios digitales de alta criticidad, para un tratamiento rápido y no improvisado en caso de incidente.

META 4: realizar simulacros internos, ejercicios con equipos de ataque y defensa, y monitorización.

[Ir al sumario](#)

- » Se han realizado investigaciones para analizar la seguridad de diversas aplicaciones, con la consiguiente aplicación de las correcciones necesarias, y se han realizado pentests sobre algunas aplicaciones como e-Título.

META 5: Desarrollar la formación en materia de seguridad de sistemas, fuga de datos, phishing y otras cuestiones de ciberinteligencia.

- » La STI ha organizado diversas actividades de sensibilización, dirigidas al personal interno del TSE y también a los TRE, presentando y exigiendo la implantación de las medidas necesarias para incrementar la ciberseguridad.

META 6: Mejorar constantemente los protocolos de remisión de informes a las plataformas, al MP, a PF y al Centro de Prevención, Tratamiento y Respuesta a Ciberincidentes Gubernamentales (CTIR-Gov) en caso de ciberdelincuencia.

- » A nivel interno, los protocolos son tratados ahora por el Cetsi. En caso de infracción penal, las medidas complementarias son adoptadas por el SPJ, que también es miembro del Comité Estratégico.

Proyecto 8: Revisión y redacción de normas para combatir la práctica de la desinformación en el seno de la Justicia Electoral como forma de prevenir el fenómeno

Objetivos: colaborar, dentro de los límites institucionales de la Justicia, en la discusión de proyectos de ley que aborden la cuestión de la desinformación, así como contribuir a las resoluciones del TSE sobre el tema.

Metas:

META 1: Supervisar el progreso de los proyectos de ley que abordan la desinformación, especialmente el Proyecto de Ley (PL) no. 2.630 (PL *Fake News*), y contribuir, en la medida de lo posible, a mejorar las propuestas.

- » con el apoyo de la Asesoría Parlamentaria (Aspar). En marzo de 2023, el TSE creó un grupo de trabajo con representantes de plataformas digitales para crear un conjunto de propuestas que se enviarán al Congreso Nacional.

META 2: participar, a través de los miembros del Grupo Gestor, en debates, seminarios y conferencias que traten sobre la mejora del sistema legal de enfrentamiento a la desinformación, especialmente los organizados por los socios del programa y las entidades y organizaciones de la sociedad civil que trabajan en el tema.

- » Especialistas de la AEED y de la Secom han participado en numerosos eventos nacionales, así como en seminarios y congresos internacionales en formato virtual, celebrados en Estados Unidos, España, México y Argentina, entre otros.

META 3: Realizar un seguimiento de la jurisprudencia del TSE y de los TRE en materia de desinformación, elaborando un listado de las sentencias más importantes en la materia.

[Ir al sumario](#)

- » Trabajo incorporado a la rutina de la AEED, especialmente desde la publicación de la Resolución-TSE no. 23.714/2022.

META 4: Garantizar la participación de los miembros del Grupo Gestor del Programa en los grupos de trabajo dedicados a la elaboración de resoluciones sobre el tema, a fin de evaluar la inclusión y/o modificación de normas destinadas a combatir las prácticas de desinformación.

- » Meta cumplida y ya en marcha, con la elaboración de la Resolución-TSE no. 23.714, el 20 de octubre de 2022.

