



Rosnący problem dezinformacji w Ameryce Łacińskiej

Bartłomiej Znojek

W Ameryce Łacińskiej od kilku lat nasila się problem dezinformacji jako narzędzia wewnętrznej rywalizacji politycznej i wpływania na debatę publiczną. Ten proces stwarza dogodne warunki dla – stopniowo zwiększających zasięg w regionie – rosyjskich, chińskich i irańskich mediów państwowych, które stosują manipulację informacją m.in. do dyskredytowania państw demokratycznych – zwłaszcza USA, ale także członków UE. Rosnąca skala dezinformacji zagraża demokracji w Ameryce Łacińskiej. Warto, by unijny StratCom rozszerzył zakres analizy kampanii dezinformacyjnych o zagraniczne media państwowe w regionie.

Uwarunkowania. Narastanie problemu dezinformacji, tj. intencjonalnego szerzenia fałszywych treści, w Ameryce Łacińskiej wiąże się głównie z coraz większą popularnością mediów społecznościowych. Według danych DataReportal korzysta z nich obecnie 85% mieszkańców regionu powyżej 13. roku życia (ponad 410 mln osób). Zgodnie z Digital News Report Instytutu Reutersa w 2019 r. 9 na 10 odbiorców w największych państwach latynoamerykańskich czerpało wiadomości z internetu, a 7 na 10 z mediów społecznościowych – głównie Facebooka, WhatsAppa i YouTube'a.

Na szerzenie się problemu manipulacji informacją wpływa też specyfika społeczno-polityczna regionu, m.in. relatywnie duży odsetek osób z niskim poziomem wykształcenia oraz – sprzyjające radykalizacji stanowisk – takie trudności jak wysokie wskaźniki biedy, nierówności społecznych, przestępczości czy korupcji. Chroniczny charakter tych problemów sprzyjał spadającemu w ostatniej dekadzie zaufaniu obywateli do instytucji państwowych i polityków oraz wzrastającej akceptacji wyborców dla populistycznych lub skrajnych kandydatów.

Ameryka Łacińska jest też ważnym obszarem zaangażowania Chin, Rosji oraz Iranu, m.in. poprzez ich media państwowe w regionie (zob. tabela 1), które aktywnie korzystają z dezinformacji. Ułatwieniem dla nich jest obecność sojusznicznych antyamerykańskich rządów (zwłaszcza w Wenezueli) oraz krytyczny stosunek większości Latynoamerykanów do USA w reakcji na prezydenturę Donalda Trumpa.

Dezinformacja w debacie krajowej. Kampanie fałszywych informacji towarzyszą głównie wyborom oraz debatom na ważne społecznie tematy (np. ostatnio walka z COVID-19). Źródła dezinformacji są różne, ale – zwłaszcza w największych krajach – coraz częściej sięgają po nią politycy, w tym rządzący, aby zwiększać swoją popularność, dyskredytować przeciwników (także nieprzychylnie media) i krytyczne wobec siebie treści.

Na przykład w Brazylii działania dezinformacyjne zwolenników różnych sił politycznych towarzyszyły protestom antyrządowym w 2013 r., kampanii wyborczej w 2014 r. i impeachmentowi prezydent Dilmy Rousseff zakończonemu jej odwołaniem w 2016 r. Problem nabrał mocy podczas kampanii prezydenckiej w 2018 r., kiedy głównym kanałem dezinformacji był WhatsApp (używany przez 120 mln Brazylijczyków). Zwycięzca, Jair Bolsonaro, przodował w szerzeniu fałszywych wątków (np. o spodziewanym fałszerstwie wyborczym), a od 2019 r. Federalny Sąd Najwyższy (STF) prowadzi dochodzenie ws. rozsiewania fałszywych informacji nt. sędziów STF przez sieć zwolenników i ludzi z otoczenia prezydenta.

W Meksyku w wyborach w 2018 r. kandydaci wynajmowali komercyjne sieci botów, aby automatyzować treści i sztucznie podbijać swoją popularność w mediach cyfrowych. W Kolumbii powszechne jest przekonanie, że do odrzucenia porozumienia pokojowego rządu z guerrillą FARC przez 50,21% głosujących w referendum w 2016 r. przyczyniła się

BIULETYN PISM

kampania dezinformacyjna części przeciwników umowy. Falom protestów społecznych m.in. w Chile, Boliwii, Ekwadorze w ostatnich miesiącach 2019 r. towarzyszyły zarzuty rządzących, że do inspirowania i zaognienia napięć przyczyniła się dezinformacja m.in. z zagranicy.

Osobną grupę stanowią państwa o rządach niedemokratycznych, które stosują manipulację informacją jako narzędzie utrwalania władzy. Głównym przykładem jest [Wenezuela dotknięta od kilku lat kryzysami społecznym, politycznym i gospodarczym](#). W 2018 r. wyszło na jaw, że rząd Nicolása Maduro utworzył jednostkę, która w mediach cyfrowych miała m.in. agitować na rzecz władz, szkalować opozycję oraz np. powielać tezy o zewnętrznych źródłach trudności kraju. Niemniej opozycja demokratyczna również sięgnęła po dezinformację, aby osłabiać poparcie i lojalność wobec Maduro.

Zagraniczne media państwowe. Wzrost medialnego zaangażowania Rosji, Chin i Iranu w Ameryce Łacińskiej nastąpił w ostatniej dekadzie (zob. tabela 2). Wśród podmiotów rosyjskich najpopularniejsze stały się hiszpańskojęzyczny oddział telewizji RT uruchomiony w 2009 r. oraz portal informacyjny Sputnik działający od 2014 r. m.in. w wersjach hiszpańskiej i portugalskiej. Chiny prowadzą m.in. hiszpańskie serwisy telewizji CGTN i agencji prasowej Xinhua, ale koncentrują się na budowaniu partnerstw z mediami w regionie i kształtowaniu grona przyjaznych dziennikarzy. Iran wykorzystuje, powołaną w 2011 r., telewizję Hispan TV do przełamywania izolacji międzynarodowej oraz szerzenia treści uderzających m.in. w USA i Izrael.

Podmioty te zasadniczo próbują kreować się na alternatywę dla tradycyjnych mediów. Sprzyjają bliskim ideowo rządów i opozycji – np. w Wenezueli rosyjskie media wspierają rząd Maduro i współpracują z prorządową telewizją Telesur. Wykorzystują manipulację do legitymizowania stanowiska rządu – np. Chiny uzasadniają swoją [politykę ws. Hongkongu](#). [Dyskredytują kraje demokratyczne, np. wyolbrzymiając trudności UE](#) związane z brexitem i COVID-19. Szerzą też fałszywe tezy dotyczące historii, np. media rosyjskie tuszują udział sowieckiej Rosji w wywołaniu II wojny światowej. [W odpowiedzi na COVID-19 media Rosji i Chin](#) promowały tezy o winie USA za wywołanie pandemii i o własnej skuteczności w walce z koronawirusem.

Walka z dezinformacją. W Ameryce Łacińskiej powstało wiele inicjatyw weryfikacji informacji, np. autentyczności faktów w wypowiedziach polityków. Głównie mają postać portali internetowych prowadzonych w ramach partnerstwa organizacji pozarządowych oraz mediów – tradycyjnych i społecznościowych. Na przykład w Argentynie od 2010 r. funkcjonuje Chequeado, a od 2018 r. w Meksyku – Verificado, a w Brazylii – Comprova.

Władze niektórych krajów rozważyły np. wprowadzenie kar za rozsiewanie fałszywych wiadomości, ale organizacje broniące praw człowieka alarmowały, że rządy mogą nadużywać takich regulacji do cenzurowania nieprzychylnych treści. Na szczeblu regionalnym na uwagę zasługuje powołanie w 2019 r. przez Organizację Państw Amerykańskich grupy eksperckiej ds. dezinformacji w kontekście wyborów.

Doświadczenia związane z [rosyjskimi próbami wpływania na kampanię prezydencką w USA w 2016 r.](#) zwiększyły świadomość opinii publicznej w Ameryce Łacińskiej nt. problemu, ale nie przełożyło się to na widoczne zainteresowanie działalnością mediów zależnych od Chin, Rosji czy Iranu. Na działalność tych podmiotów zwracają uwagę głównie think tanki w USA – np. w Atlantic Council aktywnie się tym zajmuje inicjatywa DFRLab.

Problem dezinformacji stopniowo zyskuje znaczenie w stosunkach unijno-latynoamerykańskich. Komisja Europejska zawarła postulat współpracy i wymiany doświadczeń w tej sferze w komunikacie z 2019 r. nt. stosunków z partnerami z Ameryki Łacińskiej i Karaibów (CELAC). [East StratCom – unijna grupa zadaniowa monitorująca rosyjską dezinformację](#) – uwzględnia w analizach wiadomości dotyczące państw latynoamerykańskich. Zjawisko budzi zainteresowanie mediów. Na przykład w 2019 r. debatowali o nim uczestnicy IV kongresu wydawców UE–CELAC, a francuska agencja prasowa AFP uruchomiła inicjatywę weryfikacji autentyczności informacji w Ameryce Łacińskiej.

Wnioski dla UE. Problem dezinformacji w Ameryce Łacińskiej będzie narastać, co wykorzystają media zależne od niedemokratycznych rządów. Proces ten skomplikuje starania UE, aby wzmacniać pozycję głównego promotora demokracji w Ameryce Łacińskiej i wiarygodnego partnera państw regionu. Unia powinna więc zacieśniać międzyregionalną współpracę w analizie zjawiska i wymianie doświadczeń w jego zwalczaniu. Warto, by wspierała rozwój partnerstw organizacji weryfikujących autentyczność informacji w obu regionach oraz projekty edukacji medialnej. Niezbędne jest też rozbudowanie unijnego StratComu o zespół analizujący zmanipulowane wątki dot. UE w rosyjskich i chińskich mediach w Ameryce Łacińskiej. Taka jednostka mogłaby wspierać pracę wyborczych misji obserwacyjnych UE w państwach regionu przez monitorowanie krajowej debaty pod kątem kampanii dezinformacyjnych. Wsparcie takich inicjatyw jest w interesie Polski, aby m.in. skuteczniej demaskować – uderzające bezpośrednio w nią – manipulacje powielane zwłaszcza w mediach rosyjskich.

Tabela 1. Wybrane media wg średniej miesięcznej liczby odsłon ich stron internetowych (czerwiec–sierpień 2020 r.)

Nazwa medium	Siedziba	Język	Średnia liczba odsłon strony internetowej serwisu miesięcznie – w mln	Średnia liczba odsłon miesięcznie (tylko z urządzeń przenośnych) – w mln	Udział urządzeń przenośnych we wszystkich odsłonach
O Globo	Brazylia	portugalski	708,0	519,3	73%
UOL	Brazylia	portugalski	521,0	382,7	73%
Infobae	Argentyna	hiszpański	151,9	108,4	71%
El Pais	Hiszpania	hiszpański	149,0	107,2	72%
El Mundo	Hiszpania	hiszpański	149,0	116,9	78%
RT	Rosja	angielski	138,1	89,5	65%
Clarín	Argentyna	hiszpański	70,8	49,3	70%
Sputnik News	Rosja	angielski	61,9	47,7	77%
La Nación	Argentyna	hiszpański	56,9	37,9	67%
El Universal	Meksyk	hiszpański	46,8	34,7	74%
El Tiempo	Kolumbia	hiszpański	43,2	29,9	69%
RTVE	Hiszpania	hiszpański	32,5	21,8	67%
RT en español	Rosja	hiszpański	24,1	18,1	75%
La Tercera	Chile	hiszpański	23,6	16,8	71%
El Mercurio	Chile	hiszpański	22,7	11,7	52%
Sputnik News Mundo	Rosja	hiszpański	5,9	4,5	76%
El Nacional	Wenezuela	hiszpański	4,3	2,7	63%
Telesur TV	Wenezuela	hiszpański	2,7	1,8	65%
Hispan TV	Iran	hiszpański	1,4	0,8	57%
VOA Noticias	USA	hiszpański	0,6	0,3	56%
CGTN en español	Chiny	hiszpański	0,5	0,4	95%
Xinhua en español	Chiny	hiszpański	0,5	0,4	77%

Źródło: oprac. własne na podst. Similarweb.com.

BIULETYN PISM

Tabela 2. Liczba użytkowników obserwujących konto wybranych mediów hiszpańsko- i portugalskojęzycznych w mediach społecznościowych: Facebook, Twitter, YouTube (stan na 1 października 2020 r., w mln)

Medium	Siedziba	Twitter	Facebook	Youtube
China Xinhua Español	Chiny	0,12	84,88	0,04
RT en español	Rosja	3,50	17,90	4,10
CGTN en español	Chiny	0,60	16,90	0,22
CNN en español	USA	19,10	13,40	1,99
El Pais	Hiszpania	7,70	6,12	1,20
UOL noticias	Brazylia	3,40	5,94	0,86
Globo	Brazylia	6,50	5,74	3,25
BBC News Mundo	Wielka Brytania	4,10	5,54	1,55
Infobae	Argentyna	2,80	4,31	0,35
BBC News Brasil	Wielka Brytania	2,60	3,29	1,61
El Mundo	Hiszpania	3,70	2,71	0,31
Telesur TV	Wenezuela	1,90	2,14	1,18
DW en español	Niemcy	0,82	2,09	1,07
Hispan TV	Iran	Konto zawieszono	1,17	0,04
RTVE noticias	Hiszpania	1,40	0,82	0,14
DW Brasil	Niemcy	0,17	0,73	0,18
Sputnik Mundo	Rosja	0,14	0,56	0,06
AFP en español	Francja	0,46	0,03	0,51
Sputnik Brasil	Rosja	0,04	0,02	0,02
Globalización.ca (Global Research)	Rosja	0,04	0,01	0,04
VOA Noticias	USA	0,24	2,04	0,10
News Front	Rosja	konto zawieszono	brak	konto zamknięte

Źródło: oprac. własne na podst. danych z Facebooka, Twittera i YouTube'a.