

L'ÂGE DE LA DÉSINFORMATION

verificad

2018



Verificado et l'élection mexicaine de 2018

Nous exprimons notre reconnaissance pour le soutien financier du gouvernement du Canada par l'intermédiaire du Fonds du Canada pour les périodiques du ministère du Patrimoine canadien.

Canada

Magazines
Canada

Contents

Contexte	3
À propos de l'auteur	3
Pourquoi Verificado	4
Création de Verificado	5
Objectifs du projet	6
Partenariats et collaboration	6
Fonctionnement de Verificado	7
Vérification de faits et débats présidentiels	11
Salle de presse au jour des élections	11
Technologie de collaboration	12
WhatsApp	13
Langage visuel	14
Sensibilisation à la désinformation	15
Impact	16
Quelques chiffres	17
Leçons et contributions utiles	17

Contexte

Vérficado 2018 est le fruit d'une collaboration entre les médias mexicains, destinée à limiter collectivement l'impact de la désinformation virale dans le cadre de la campagne électorale et des élections nationales de 2018 au Mexique. Cofondée par Pop-Up Newsroom, AJ+ Español et Animal Politico, Verificado 2018 a évolué pour devenir une coalition de plus de 90 partenaires, y compris des organes de presse nationaux et locaux, des organismes de la société civile et des universités, qui ont collaboré afin de colliger le contenu des plateformes numériques et de le valider, de mener une vérification des faits présentés par les candidats, et de publier un contenu crédible, bien documenté.

Cette étude de cas démontrera comment et pourquoi cette collaboration a pris forme, quels sont son mode de fonctionnement du point de vue de la mise en œuvre, les objectifs du projet et les répercussions que nous avons observées.


À propos de l'auteur

Tom Trewinnard est cofondateur de Pop-Up Newsroom, et un cofondateur de Verificado 2018. Tom a travaillé en collaboration avec les partenaires fondateurs afin d'établir les objectifs du projet, d'élaborer le mode de déroulement du projet et de former les journalistes du projet en matière de surveillance des médias sociaux et de vérification des meilleures pratiques. Pendant toute la durée du projet, Tom a fourni du soutien rédactionnel, technique et stratégique, et il a participé à la gestion du processus de collecte de l'information le jour des élections dans la ville de Mexico. Tom est directeur des programmes chez Meedan, qui développe la plateforme de vérification collaborative à source ouverte Check, qui a servi à titre d'un des ateliers collaboratifs pour Verificado 2018.



Pourquoi Verificado

Les élections mexicaines de 2018 ont été les plus importantes de l'histoire du pays. Avec, à pourvoir, la présidence, chaque siège au congrès, les postes de gouverneurs des états et les sièges des états, ainsi que la législature locale, plus de dix mille candidats étaient dans la course pour occuper des milliers de sièges à pourvoir. L'électorat totalisait plus de 72 millions d'électeurs admissibles. Les enjeux étaient importants : si un candidat ou parti dominait dans les résultats, il pourrait remodeler les politiques mexicaines dans un avenir prévisible.



Dans cette conjoncture, le risque que des acteurs internes ou externes utilisent des tactiques de désinformation et de manipulation des médias sociaux pour influencer l'opinion publique semblait clair. Si une grande partie du monde d'expression anglaise a dû admettre l'existence de la menace des « fausses nouvelles » en 2016, les mois qui ont suivi le référendum sur le Brexit au Royaume-Uni et l'élection de Donald Trump aux États-Unis, le Mexique a quant à lui une longue histoire de politiciens et de partis ayant utilisé des tactiques machiavéliques pour influencer le résultat des élections. En 2016, un pirate informatique du nom d'Andres Sepulveda accordait une entrevue détaillée à Bloomberg, dans laquelle il se réclamait d'avoir été un agitateur en ligne au nom du président sortant Enrique Peña-Nieto, aux élections de 2012, en utilisant diverses technologies et stratégies antidémocratiques afin que Peña-Nieto soit élu président. En 2017, lorsque les détails sur les activités de désinformation de Cambridge Analytica aux É.-U. et au R.-U. ont été dévoilés, une vidéo montrant l'entreprise faire part de ses intentions au Mexique fut mise au jour, et on a découvert en ligne des offres d'emplois destinées à pourvoir des postes dans leur équipe au Mexique.

Compte tenu du pouvoir politique si important qui était en jeu, et de l'alerte mondiale portant sur la crise de la désinformation qui avait sévi dans le dossier de plusieurs élections récentes dans le monde, les cofondateurs de Verificado 2018, à l'invitation de la directrice de la stratégie mexicaine d'AJ+, ont décidé d'agir. Dans un écosystème d'information inondé d'agents de désinformation et malicieux, la question que nous avons soulevée était : « Comment les médias mexicains peuvent-ils jouer un nouveau rôle afin d'aider les électeurs du Mexique à faire des choix informés à propos de leur avenir politique? » Compte tenu de l'ampleur des élections et du volume important de déclarations, liens, vidéos et mêmes qui allaient inonder les réseaux sociaux, nous savions que pour dépister efficacement la désinformation virale - et peut-être surtout, la réfuter efficacement et diffuser une information crédible - nous ne pouvions agir seuls. L'ampleur du défi auquel nous étions confrontés nécessitait une plus grande collaboration avec les médias et institutions du Mexique.

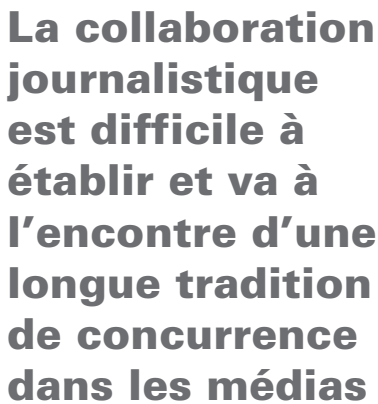
Création de Verificado

En établissant le groupe cadre de partenaires, nous avons consciemment réuni trois organismes aux compétences complémentaires.

- » Pop-Up Newsroom apportait son expérience de création et de gestion de collaborations à grande échelle en matière de désinformation électorale, de vérification du savoir-faire en formation et une solide feuille de route en technologies de collaboration.
- » Animal Politico apportait son savoir-faire en vérification des faits et en contenu, ainsi que sa solide réputation au Mexique, laquelle allait contribuer à établir une plus grande coalition.
- » AJ+ Español apportait son savoir-faire de classe mondiale en production multimédia et de contenu, lequel allait jouer un rôle clé dans la production de contenu créatif et partageable pour le projet.

La collaboration journalistique est difficile à établir et va à l'encontre d'une longue tradition de concurrence dans les médias. En réunissant trois organismes ayant des compétences et des auditoires différents, nous avons pu tirer parti d'un savoir-faire diversifié qui était déterminant pour la réussite de Verificado.

Nos trois organismes, par eux-mêmes, n'avaient toutefois pas tout le rayonnement requis pour que Verificado ait la présence requise pour se démarquer dans le flot des rumeurs, activités de désinformation et fausses nouvelles publiées sur les réseaux sociaux. Nous devions mettre sur pied une coalition nationale de médias - y compris les diffuseurs, les médias numériques et les médias imprimés - représentative de l'ensemble du spectre politique. Un obstacle important que nous avons observé dans le cadre de collaborations antérieures portant sur la désinformation en contexte d'élections - et dans le secteur de la vérification des faits en général - est qu'à défaut de nous doter d'une coalition de distribution, comme éditeurs, nous ne nous adressons ainsi qu'aux personnes qui ont choisi d'adhérer à un projet de vérification des faits. Cela ne représente qu'un infime sous-ensemble de l'auditoire national, entièrement exposé au risque de désinformation ou de mésinformation sur les élections. Dès le départ, Animal Politico et AJ+Español ont entrepris de mettre sur pied une coalition d'une riche diversité de médias de l'ensemble du Mexique, dont les auditoires combinés traversaient les frontières géographiques et politiques. À la fin du projet Verificado 2018, cette coalition comptait 90 partenaires dans 28 des 32 états mexicains (y compris le district fédéral de Mexico).



La collaboration journalistique est difficile à établir et va à l'encontre d'une longue tradition de concurrence dans les médias

Objectifs du projet

À l'occasion de l'atelier de lancement, Alba Mora Roca d'Aj+ Español a cerné l'objectif fédérateur du projet par un mantra succinct et évocateur : «Viralizemos la info confiable.» Viralisons l'information crédible.

Ce mantra traduisait bien l'esprit de la démarche, parce qu'il exprimait non seulement l'objectif, qui était de cerner et de démentir l'information trompeuse ou fausse, mais également le défi clé de veiller à ce que les rapports et démystifications très documentés et vérifiés produits soient aussi viraux et partageables que possible.

Dans une démarche visant à tout mettre en œuvre pour contrer la désinformation virale - mêmes, images, vidéos - la vérification des faits sous la forme de longs articles a un impact limité. La rigueur de l'information et l'explication de la vérification des faits sont importants et mis en évidence dans Verificado (Verificado.mx), toutefois, nous avons veillé à produire un contenu qui se détourne de la simplicité mobilisante de la désinformation, afin de nous assurer que les démentis et les informations que nous préparions soient partagés à la plus grande échelle possible, et le plus rapidement possible.

Verificado poursuivait l'objectif additionnel et complémentaire de sensibiliser le public à la question de la désinformation : son fonctionnement, comment les partis peuvent manipuler les médias sociaux - à la fois par une manipulation du contenu et des réseaux mêmes - et comment le public peut effectuer lui-même une vérification de base des faits. D'une certaine façon, cet volet du projet ressemblait davantage à une campagne de compréhension des médias (ou, plus exactement, de compréhension des mécanismes de la désinformation), et les explications produites à cette fin ont été les plus consultées et parcourues parmi toutes nos publications.

Partenariats et collaboration

Pour Verificado 2018, Animal Politico a mené des démarches pour rejoindre des partenaires des médias nationaux et locaux au Mexique - en tirant parti de ses relations établies de longue date. Ces démarches comprenaient des rencontres en personne avec les partenaires, destinées à leur expliquer les objectifs et les valeurs des initiatives et à leur expliquer comment ils pouvaient contribuer à l'atteinte de ces objectifs. Après le lancement, avec un groupe initial de 30 partenaires, nous avons reçu de nombreuses autres demandes de partenaires potentiels. Ces demandes ont été soigneusement examinées par Animal Politico, afin



**Viralisons
l'information
crédible**



**Il est
beaucoup
plus facile
de s'engager
à participer
à un projet
de trois
mois qu'à
un projet
de durée
indéterminée**

de nous assurer de ne pas accepter des partenaires de Verificado qui seraient susceptibles de travailler à l'encontre des objectifs et valeurs du projet (c.-à-d. : en distribuant de la désinformation, ou en étant financés par des partis politiques, par exemple).

Dans l'établissement d'une démarche collective pour lutter contre la désinformation, il y a des aspects importants à retenir :

» La désinformation virale peut être nationale, dirigée vers les courses électorales de haut niveau, mais peut également être régionalisée et localisée. Il est essentiel de veiller à la diversité géographique, dans le cadre d'une coalition, afin de pouvoir assurer une veille sur la désinformation, où qu'elle se produise - particulièrement au cours des campagnes (où les candidats se déplacent à l'intérieur du pays) ou le jour des élections (où la désinformation localisée peut avoir une incidence sur le taux de participation des électeurs).

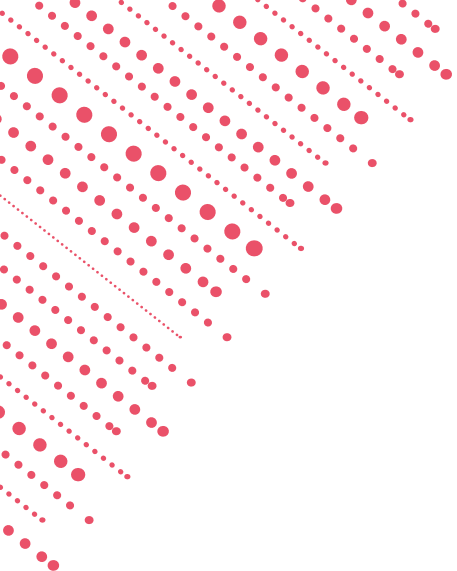
» Si votre coalition n'est constituée que de médias indépendants et de vérificateurs de faits, il est peu probable que les démentis ou vérifications de faits que vous publierez rejoindront l'auditoire qui a été touché par la désinformation. Le fait de collaborer avec des médias de divers secteurs (politique, et médias - diffusion et radio, par exemple) peut contribuer à garantir que le contenu sera vu et partagé par le plus grand auditoire possible.

» Peu de médias acceptent d'être partenaires d'une collaboration sans fin. Nous continuons d'examiner divers modèles afin de poursuivre des démarches telle que Verificado au-delà des périodes électorales, mais au Mexique, notre réussite aura été partiellement attribuable à l'échéancier relativement court du projet. Cela aura non seulement permis faciliter la participation des médias (il est beaucoup plus facile de s'engager à participer à un projet de trois mois qu'à un projet de durée indéterminée), mais également de susciter un intérêt, à la façon d'une campagne, autour du projet, d'en augmenter la notoriété et d'établir un large auditoire.

Fonctionnement de Verificado

Le projet Verificado 2018 a été lancé en mars, peu avant le lancement officiel des campagnes. À cette fin, nous avons tenu un atelier Pop-Up Newsroom dans la ville de Mexico, auprès de plus de 100 journalistes de l'ensemble du Mexique. L'atelier visait trois objectifs :

» Concevoir des flux des travaux et des pratiques de vérification qui permettraient à tous les membres de la coalition de participer au projet, en tirant parti de leurs meilleures compétences;



- » Former les journalistes réunis quant aux meilleures pratiques de vérification des sources et des faits, et à la façon de surveiller efficacement les réseaux sociaux pour cerner les informations virales afin de les vérifier;
- » Familiariser tous les intervenants du projet avec les divers outils et technologies que nous allons utiliser dans le cadre de notre collaboration.

À la sortie de l'atelier, nous comptons des représentants d'une grande partie de la coalition configurés sur Slack, inscrits dans nos listes de courriel et sur Check (vous trouverez plus bas plus d'information sur les technologies de collaboration utilisées), et avons établi des processus de vérification pour divers types de contenu, y compris les déclarations politiques, les fils WhatsApp, les images et les mèmes.

>
L'auditoire soumettait quotidiennement des centaines d'éléments qu'il estimait propice à faire vérifier par nous

Les partenaires centraux ont accepté qu'afin d'assurer une haute qualité du contenu et, de façon cruciale, la cohérence des visuels et de l'image de marque, les principales fonctions de contenu de Verificado soient centralisées à Mexico. Animal Politico et AJ+ Español avaient embauché de petites équipes réservées au projet (total d'environ 35 journalistes, réviseurs et producteurs) et ces équipes allaient travailler à l'unisson à partir de bureaux sis à Mexico pour coordonner les diverses phases des travaux :

- » **Surveillance et présentations** : Les équipes centralisées veillaient à la surveillance - essentiellement en parcourant les réseaux sociaux pour relever la désinformation virale sur laquelle Verificado pourrait se pencher, afin de la vérifier, voire la démentir. En outre, les partenaires de la coalition pourraient partager, sur Slack ou sur Check, le contenu qu'ils avaient vu et jugé pertinent de vérifier. La surveillance impliquait également de passer en revue les déclarations, les mèmes et le contenu partagés avec Verificado par l'auditoire par l'intermédiaire de mots-clés sur Twitter et Facebook #QuieroQueVerifiquen (#Je-VousDemandeDeVerifier). Cela signifie que la collaboration n'impliquait pas que les partenaires des médias, mais s'étendait également à l'auditoire, qui soumettait quotidiennement des centaines d'éléments observés sur les réseaux sociaux et les applications de messagerie privée qu'il estimait propice à faire vérifier par nous.
- » **Établissement des priorités et affectations** : Étant donné que le volume d'éléments à vérifier et à valider dépasse toujours la capacité d'enquête de l'équipe du contenu, il y a une importante fonction d'établissement des priorités et des affectations menée par les chefs de contenu au sein de l'équipe. En attribuant un ordre de priorité aux éléments à vérifier, il faut tenir compte de divers facteurs, dont :
 - » Le caractère viral de l'affirmation ou du mème (c.-à-d. : cet élément a-t-il été vu ou partagé par beaucoup de personnes?). Cet aspect est particulièrement important, car si Verificado démyst-



Une des stratégies des auteurs de désinformation est d'inonder les réseaux d'affirmations difficilement vérifiables

tifiait une affirmation qui n'avait été observée que par quelques personnes, cela pouvait avoir le même impact que si beaucoup de personnes avaient vu (et peut-être cru) le contenu trompeur. Dans certains cas, même si l'équipe était en mesure de démystifier une affirmation ou un mème, un silence stratégique demeurerait la meilleure option (bien que du contenu pouvait être ajouté à Check si l'affirmation gagnait du terrain plus tard et qu'il devenait ainsi pertinent que Verificado publie un démenti).

» La pertinence de l'affirmation à l'égard de l'élection (c.-à-d. : s'agit-il d'une affirmation qui, si elle était largement partagée, pourrait avoir une incidence négative sur la capacité de la population de faire un choix informé au moment de voter?).

» Le « caractère vérifiable » de l'affirmation (c.-à-d. : s'agit-il d'une affirmation qu'il serait possible, avec un peu de travail, de vérifier ou de démentir?). Compte-tenu du volume élevé d'affirmations à vérifier, il est important de se centrer sur ce qui est possible, plutôt que de se lancer dans la recherche du contenu détaillé d'affirmations non vérifiables. Cet aspect est important, car une des stratégies des auteurs de désinformation est d'inonder les réseaux d'affirmations difficilement vérifiables et à faible impact, afin d'épuiser la capacité d'investigation à propos des affirmations importantes.

» Une fois qu'une affirmation a été jugée prioritaire à vérifier, elle est attribuée par un chef du contenu à un membre de l'équipe de contenu, afin qu'il mène enquête.

» **Vérification** : Après avoir reçu l'affectation, un journaliste travaillant au bureau de contenu centralisé était ensuite appelé à mener enquête sur l'affirmation (ou le mème) et à tenter de vérifier le contenu. Ce processus différait selon la nature du contenu à vérifier, mais pouvait comprendre :

» Enquêter sur la provenance d'un élément de contenu, telle une image ou une vidéo, en utilisant des outils tels que Google Reverse Image Search (pour savoir si une image a circulé en ligne avant l'événement qu'on affirme montrer, ou a été manipulée à partir d'une image plus ancienne), InVID (pour évaluer la provenance de vidéos YouTube);

» Rechercher la source d'un élément de contenu, afin de déterminer si une affirmation, un mème ou une image émanent d'une personne réelle, ou ont été disséminés par des comptes robots ou fictifs (une stratégie de désinformation fréquemment utilisée);

» Communiquer avec les membres de la coalition partenaire qui seraient les mieux placés pour collaborer à l'investigation (si elle se rapporte à un certain état ou district du Mexique, par exemple);

» Vérifier les statistiques relatives aux sources sur lesquelles les affirmations politiques sont fondées, y compris l'évaluation de la méthodologie statistique utilisée pour l'affirmation, afin de mieux comprendre si une donnée a été utilisée en respectant pleinement et de manière exacte son contexte. Cela peut également nécessiter de communiquer avec des spécialistes du sujet pour obtenir leur point de vue.

» **Révision du contenu** : Après avoir mené ses investigations, le journaliste présentait ses observations à un réviseur principal, qui passait en revue les observations et le processus utilisé, afin de s'assurer que le contenu publié par Verificado respectait des normes rigoureuses en matière de contenu.

» **Production** : Une fois le contenu approuvé, les producteurs préparaient le contenu en vue de sa publication. Animal Politico préparait le contenu visuel pour publication sur le site Web du projet Verificado.mx. Dans le cas des déclarations et du contenu comportant une dimension plus visuelle, AJ+ Español créait des éléments visuels et de courtes vidéos expliquant le démenti et, souvent, comment le contenu avait été manipulé pour les auditoires.

» **Publication et distribution avec les partenaires** : Avant la publication, un courriel était envoyé à tous les partenaires de la coalition, avec une liste du contenu à publier le jour suivant, ce qui leur permettait d'ajouter les articles et éléments visuels sur leur propre système de gestion des communications (CMS). Cela signifiait qu'à l'étape de la publication, les démentis de Verificado pouvaient être simultanément publiés par n'importe lequel des 90 partenaires de la coalition de médias participant au projet - ce qui augmentait considérablement la probabilité que toute personne ayant vu ou partagé le contenu erroné initial voie le démenti ou la correction telle que publiée par la coalition Verificado.

Bien que certaines particularités pouvaient varier selon les projets, les phases décrites précédemment sont généralement applicables à tout projet de signalement de désinformation électorale. Cela sous-tend une somme importante de travail, mené par beaucoup d'intervenants, qui souvent ne partagent pas le même lieu de travail. La coordination représente un défi de taille, et on ne saurait insister sur l'importance du fait d'avoir des chefs de contenu pour superviser l'ensemble du processus. Pour Verificado, ce rôle était assumé par Alba Mora Roca (AJ+ Español), Tania Montalvo et Daniel Moreno (Animal Politico).

En plus d'assumer la gestion quotidienne de Verificado, l'équipe principale de direction - Diana Larrea, Alba Mora Roca (AJ+ Español), Daniel Moreno, Tania Montalvo (Animal Político) et moi-même (Pop-Up Newsroom) faisons des appels de gestion hebdomadaires afin de discuter des questions stratégiques courantes et d'apporter au flux des travaux les rajustements requis pour garantir la bonne marche de l'ensemble des activités.



**Toute
personne
ayant vu
ou partagé
le contenu
erroné initial
voit le
démenti ou
la correction**

Vérification de faits et débats présidentiels

Au cours de la campagne électorale ont eu lieu trois débats clés où les candidats à la présidence ont mené des discussions animées au sujet de leur plateforme politique et visées politiques. Pour Verificado 2018, ces débats constituaient des occasions importantes de vérifier les déclarations faites par les candidats et d'évaluer leur style rhétorique. Pour chaque débat, l'ensemble de l'équipe de Verificado - enrichie de membres du personnel d'Animal Politico, jusqu'à concurrence de plus de 60 journalistes - s'est attachée à documenter et à analyser les déclarations faites par les candidats, en temps réel, AJ+ produisant des éléments visuels et graphiques qui comparaient les diverses approches des candidats.

Pour le troisième débat présidentiel, le plus important des trois, la salle de presse a vérifié 40 déclarations, publié les observations après le débat et au cours des jours suivants. En matière de vérification des faits, la rapidité est importante, mais l'exactitude est vitale. Les jours qui ont suivi chaque débat présidentiel ont affiché l'achalandage le plus important sur Verificado.mx, ce qui témoigne de la valeur d'une intervention aux moments clés des campagnes électorales et de l'investissement d'énergie fait pour passer en revue et analyser les déclarations des candidats.

Pour plus d'information :

[What it's like to fact-check a Mexican presidential debate](#)

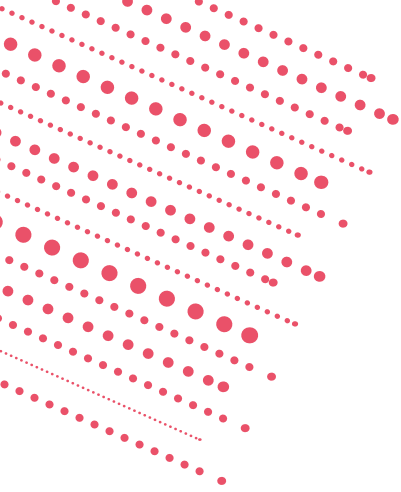
Salle de presse au jour des élections

Le 1er juillet 2018, les équipes combinées de Verificado se sont réunies dans une salle de presse commune à Mexico afin de fournir une couverture en temps réel du processus électoral. Si la désinformation au cours de la campagne a une incidence sur la capacité du public de faire des choix informés dans le cadre d'une élection, la désinformation qui a lieu le jour des élections peut influencer le taux de participation - une stratégie qui peut être utilisée comme arme par les candidats et partis qui souhaitent réduire la participation en recourant à une dissémination virale de fausses déclarations à propos de bulletins de vote brûlés. Par ailleurs, il est essentiel que dans les cas où des irrégularités de scrutin sont avérées, elles soient déclarées rapidement par les médias afin que les régulateurs des élections puissent intervenir comme il se doit.

Sous la direction de Fergus Bell, de Pop-Up Newsroom, et de moi-même, d'Alba Mora Roca et de Diana Larrea (AJ+), ainsi que de Tania



La rapidité est importante, mais l'exactitude est vitale



Montalvo et de Daniel Moreno (Animal Politico), nous avons adapté le flux de travail quotidien de Verificado afin qu'il se déroule davantage en temps réel, grâce à de nouvelles technologies, telles que [Krzana](#), susceptibles de nous permettre d'être informés des irrégularités potentielles le plus rapidement possible.

Notre couverture menée le jour des élections a porté sur de nombreux articles et divers éléments, le jour des élections, dont des [séries de vidéos](#) d'incidents de vol armé de bulletins de vote dans la ville de Puebla, filmées par des citoyens dans les bureaux de scrutin et visionnées par notre salle de presse de pair avec des partenaires locaux, et a comporté la publication de [textes de démenti](#) ajoutés à l'application de caméra de Facebook et indiquant que la prise de photos à l'intérieur des bureaux de scrutin était illégale. Après notre rapport, Facebook a rapidement changé le texte qui figurait dans l'application.

Technologie de collaboration

Un élément clé de la collaboration aura été une suite de technologies qui ont permis de structurer les communications et le flux d'information entre les divers bureaux et équipes de l'opération Verificado. Parmi les principaux outils utilisés, citons :

- » Slack - une plateforme de communication en milieu de travail qui est bien adaptée à la collaboration des équipes d'un même lieu de travail et éloignées pour partager des idées et poser des questions. Tous les partenaires de la coalition étaient présents sur l'équipe Slack de Verificado, qui constituait la plaque tournante du projet.
- » Check - une plateforme libre de vérification en collaboration créée par Meedan, utilisée comme banc de travail central pour recueillir le contenu et le soumettre à l'investigation pour le projet. Check permet aux équipes de collaborer dans le processus de collecte du contenu et de respecter un processus structuré de vérification et d'annotation, avant l'attribution du statut « Verdadero » (Vrai), « Falso » (Faux) ou « Engañoso » (Trompeur). Check joue ainsi le rôle d'une base de données de projet, contenant tous les liens, déclarations, mêmes et contenus analysés par le projet - ce qui est utile, car cela permet d'éviter le dédoublement du travail, aspect important à éviter lorsqu'on doit traiter des centaines de déclarations tout en n'ayant qu'une capacité de traitement limitée.

[Remarque : Je suis directeur des programmes chez Meedan, l'organisme de technologie sans but lucratif qui assure le développement de Check].

WhatsApp

Après le lancement de Verificado 2018, il est devenu de plus en plus évident que la seule surveillance des plateformes sociales « ouvertes » - Facebook, Twitter, Instagram, publications sur la campagne - ne permettait de traiter qu'une partie de la dissémination de la désinformation relative aux campagnes. WhatsApp, une application de messagerie privée qui appartient maintenant à Facebook, est très populaire au Mexique, et il était clair que certaines rumeurs et activités de désinformation étaient largement partagées sur cette plateforme. Sous la gouverne d'AJ+ Español, Verificado 2018 a lancé un « fil-conseil » WhatsApp qui invitait les utilisateurs à envoyer à l'équipe le contenu qu'ils soupçonnaient être faux ou douteux. Les journalistes de Verificado enquêtaient ensuite sur les cas déposés et répondaient aux utilisateurs en leur faisant part des résultats des vérifications.

Dans la production de ces résultats de vérification et démentis, AJ+ Español a fait preuve de sa créativité, en établissant un nouveau format propre à WhatsApp - nommé *verificado*, à cause de sa nature verticale, documentée de faits. Le but poursuivi par le *verificado* était de créer un contenu partagé qui serait transmis aux amis et groupes, sur WhatsApp, pour contrer le partage viral de fausses informations. Verificado a également lancé une campagne de publicité portant sur le fil-conseil WhatsApp, qui contraît une information de blâme déplaisante accusant les femmes d'être responsables de la dissémination de rumeurs sur la plateforme. Verificado 2018 était la première collaboration portant sur des élections qui s'attachait à traiter du problème de la désinformation par l'intermédiaire de WhatsApp, et la plateforme offrait une occasion importante d'étendre la portée de la collaboration auprès des auditoires, initialement par les mot-clic **#WeWantYouToVerify** sur Twitter et Facebook.

WhatsApp promo video : <https://twitter.com/VerificadoMX/status/1009964203958865921>

Un exemple de déclaration que nous avons démentie par l'intermédiaire de WhatsApp est celui d'une rumeur voulant que traits des crayons utilisés pour remplir les bulletins de vote étaient effaçables et que les votes pouvaient ainsi être modifiés après avoir été déposés dans l'urne. Cette affirmation a été répétitivement démentie par les autorités électorales et nous avons clairement indiqué aux électeurs que s'ils étaient préoccupés par cette question, ils pouvaient utiliser leurs propres stylos : <https://twitter.com/VerificadoMX/status/1013455709353250816>

En plus de répondre aux demandes individuelles des utilisateurs, nous avons utilisé la fonctionnalité « État » de WhatsApp pour partager avec tous les utilisateurs du compte tous les démentis et le contenu que nous avons publié sur WhatsApp au cours des 24 dernières heures : <https://twitter.com/VerificadoMX/status/999678137872007169>



Verificado 2018 était la première collaboration portant sur des élections qui s'attachait à traiter du problème de la désinformation par l'intermédiaire de WhatsApp



Langage visuel

Dès les premiers jours de Verificado 2018, les partenaires centraux ont été informés qu'il était nécessaire d'établir une identité et une image de marque solides pour la campagne. Cela allait servir à plusieurs fins :

- » Une identité et une image de marque solides contribuent à distinguer notre contenu de celui d'autres marques et de la désinformation contre laquelle nous luttons;
- » Une identité visuelle et un contenu solides (logo, jeu d'éléments visuels) assortis de valeurs rigoureuses de production sont difficiles à copier, ce qui réduit le risque que les auteurs de la désinformation imitent l'image de marque et l'utilisent pour diffuser davantage de désinformation;
- » Une fois que les auditoires ont su reconnaître la marque et ont compris les objectifs du projet, le langage visuel fourni contribuait à rapidement inspirer confiance aux auditoires à l'égard de notre contenu.

Nous avons lancé Verificado avec l'appui d'une solide vidéo promotionnelle, mettant en vedette Diana Larrea, qui expliquait l'urgence du problème et les objectifs de l'initiative : <https://twitter.com/PopupNews/status/981884425108586496>

Outre la solidité de la marque et de l'identité visuelle, il était crucial pour Verificado que nous intégrions des valeurs de production rigoureuses à notre contenu, afin qu'il soit le plus visuel, mobilisant et susceptible de partage possible. Un élément clé de beaucoup de cas de désinformation est souvent qu'elle contient beaucoup d'information - sans contexte, ou en utilisant un contexte trompeur - imbriquée dans un élément visuel, tels un mème ou une vidéo. Ces mèmes de désinformation se disséminent rapidement dans les réseaux sociaux et une vérification des faits - aussi documentée et rigoureuse qu'elle soit - n'a tout simplement pas la même capacité virale que le contenu sur lequel elle porte. Pour cette raison, Verificado produisait délibérément un contenu qui serait susceptible de rivaliser avec la désinformation en matière de propagation virale - souvent en sabotant les mèmes, intégrant des gifs et émoticône, et présentant des animations amusantes et mobilisantes.

Un exemple de notre utilisation de gifs, d'émoticônes et d'animations pour démentir la rumeur citée précédemment au sujet des traits de crayon effaçables : <https://twitter.com/VerificadoMX/status/1013459010568286209>

Sensibilisation à la désinformation



En plus de traiter les déclarations particulières faites par les candidats ou encore les rumeurs et mêmes propagés sur les réseaux sociaux ouverts et privés, Verificado s'est également attaché à traiter le problème de la désinformation en aidant le public à comprendre la dynamique de fonctionnement de la désinformation. Pour ce faire, nous avons mené des entrevues avec des chercheurs tels qu'Alberto Escorcia, qui expliquaient comment, au cours des premières semaines de la campagne, il avait analysé 17 sujets en vogue sur Twitter qui semblaient appuyer divers candidats. En utilisant des méthodes de mappage, Alberto a constaté que seuls quatre des 17 sujets étaient organiques - les autres étant tous le résultat d'une activité de robots informatiques : <https://twitter.com/VerificadoMX/status/984474465366142976>

Nous avons également publié un glossaire des termes, qui expliquait la différence entre robots informatiques, trolls, decks et comptes fictifs, autant d'approches utilisées par les intervenants en désinformation pour propagation de contenu trompeur : <https://twitter.com/VerificadoMX/status/997241015164686336>

Dans une vidéo, nous avons mené des entrevues auprès de « robots informatiques » humains à la solde de campagnes politiques pour gérer des comptes fictifs pour propager des messages de soutien pour un candidat tout en attaquant les autres candidats afin d'influencer l'opinion publique par la désinformation : <https://twitter.com/VerificadoMX/status/1014624904044597248>

En plus d'expliquer comment divers acteurs de la désinformation utilisent diverses méthodes pour manipuler les réseaux sociaux afin d'influencer l'opinion publique par la désinformation, nous avons également publié de courtes vidéos explicatives pour aider les auditoires à mieux comprendre comment ils peuvent eux-mêmes mener un vérification de base du contenu. Dans cette vidéo, nous expliquons comment il est possible de vérifier rapidement si une image vue sur un média social a existé en ligne auparavant et, ainsi, si elle a été manipulée ou située dans un contexte trompeur, en utilisant une méthode connue sous le nom de recherche inversée d'image : <https://twitter.com/VerificadoMX/status/984556769962856449> Cette vidéo publiée sur Twitter et sur Facebook a été visionnée plus de 1,5 million de fois et a été l'élément de contenu le plus consulté au cours de l'ensemble du projet - ce qui démontre clairement l'intérêt des auditoires pour ce type de guides.



Le fait de placer du contenu de sensibilisation à la désinformation dans les publications de Verificado s'est avéré être une stratégie très réussie : si nous n'avions été qu'un projet d'alphabétisation en matière de médias, il est peu probable que nous aurions suscité un tel intérêt des auditoires. Mais à mesure que les analyses, vérifications des faits et démentis publiés à point nommé ont attiré l'attention des auditoires, la suite a démontré que les auditoires ont beaucoup apprécié les explications et le contenu d'alphabétisation que nous avons jumelés au contenu de vérification des faits.

Impact

L'accueil de l'auditoire à Verificado a été impressionnant. Dès le départ, nos comptes sociaux ont rapidement gagné en popularité, affichant plus de 50 000 adeptes sur Twitter et Facebook dès les premiers jours du projet - entièrement organique, sans publicité payante. À la fin de Verificado, ces chiffres atteignaient plus de 200 000 adeptes sur chacune des plateformes, et 10 000 adeptes de notre canal WhatsApp. La notoriété de l'initiative a été telle que nous avons attiré l'attention des candidats à la présidence (qui occasionnellement [tentaient de se défendre](#) contre le fait que nous avons déclaré leurs déclarations trompeuses), des [vedettes de cinéma](#), d'un ex-secrétaire général de l'ONU et de médias influents. Lorsque le projet a touché à sa fin dans les jours qui ont suivi les élections, les auditoires et les médias ont pressé Verificado de poursuivre son travail - message que nous avons transmis aux vérificateurs de faits d'[El Sabueso](#) et d'une unité nouvellement formée chez AJ+, [Verifica](#).

L'ex-secrétaire général de l'ONU, le défunt Kofi Annan, fait l'éloge de Verificado dans un discours prononcé à l'Instituto Nacional Electoral du Mexique : <https://twitter.com/ajplusespanol/status/999809775545106432>

Ce degré de mobilisation avec un projet tel que Verificado était tout à fait sans précédent et a constitué, pour les chefs du projet, une mesure significative de son succès : notre projet a changé le niveau du discours public entourant les élections, et Verificado est devenu un point de contact clé pour de nombreux électeurs mexicains pendant la durée de la campagne.

Si la mobilisation du public avec Verificado est la véritable mesure de l'impact de l'initiative, nous avons également reçu des témoignages de reconnaissance de collègues des médias. En septembre 2018, Verificado a été couronné lauréat du prix inaugural Online Journalism Award [Excellence en matière de collaboration et de partenariats](#), et après avoir remporté le prix Latin America Digital Media Award for Innovation in Engaging Youth Audiences, nous avons remporté le World Digital Media Award dans la même catégorie à l'occasion d'une [cérémonie WAN-IFRA](#) à Glasgow en juin 2019.

>

Verificado est devenu un point de contact clé pour de nombreux électeurs mexicains



**Les auditoires
et les médias
ont pressé
Verificado de
poursuivre
son travail**

Quelques chiffres

- » Commencé avec trois partenaires, puis lancé avec 30 partenaires, le projet s'est conclu avec plus de 90 partenaires de l'ensemble du Mexique.
- » Au cours d'une période de trois mois et demi, nous avons publié plus de 400 articles et plus de 100 vidéos.
- » Notre page d'accueil, Verificado.mx, a enregistré plus de 5 millions de visites uniques.
- » Nous avons réuni plus de 400 000 adeptes sur Twitter et Facebook, et plus de 10 000 abonnés sur WhatsApp.

Leçons et contributions utiles

- » La motivation pour lancer un projet de la nature de Verificado était fondée. Notre expérience du projet au quotidien aura démontré que l'écosystème de l'information préélectorale était extrêmement bruyant et politiquement chargé, et que notre projet aura aidé une partie importante de l'électorat mexicain à naviguer dans cet environnement bruyant.
- » Verificado 2018 n'aurait pas connu le succès qui a été le sien sans une collaboration obtenue à divers niveaux :
 - » Entre les partenaires centraux, qui ont partagé leurs compétences, leurs contacts et leur expérience, à titre gracieux;
 - » Entre l'ensemble du réseau de partenaires, qui ont contribué à fournir l'information et les articles à vérifier, et à distribuer le contenu de Verificado auprès de l'auditoire le plus vaste et le plus diversifié possible;
 - » Entre le projet et l'auditoire, qui a suivi avec passion les activités de Verificado par l'intermédiaire des réseaux sociaux et de WhatsApp et nous a envoyé l'information qu'il souhaitait faire vérifier, et a partagé le contenu que nous avons publié avec ses amis et ses proches.
- » Le modèle Verificado s'est fondé sur l'expérience et les pratiques d'initiatives antérieures, mais a été créé spécifiquement pour le Mexique, avec des partenaires mexicains qui avaient une connaissance approfondie du milieu des médias mexicains. Pour mettre en œuvre des projets similaires dans d'autres contextes, il est toujours de mise

de suivre un processus de conception rigoureux et complet qui fait appel à divers intervenants ayant une solide connaissance des réalités locales et de remettre en question les postulats fondés sur des expériences antérieures.

» Il est essentiel d'établir un flux des travaux solide en matière de contenu - pour garantir la plus grande intégrité et la plus grande qualité possible des extraits du projet. Il est également essentiel de faire œuvre de créativité dans votre façon de présenter vos observations à un auditoire, afin qu'elles suscitent mobilisation et partage.

» Établissez une coalition diversifiée de partenaires, afin de vous assurer que le travail de démenti et de vérification du contenu ne soit pas mené que sur un segment étroit de l'auditoire qui pourrait être déjà moins touché par la désinformation.

» Préparez-vous à l'avance! Ces collaborations ne s'obtiennent pas du jour au lendemain, et plus vous aurez de temps pour faire votre planification et mobiliser des partenaires, moins vous risquerez à être confronté à des problèmes au moment du lancement.

Verificado vous salue : [Hasta la Proxima!](#)

verificado 
2018 

