

# Campanhas de Desinformação Documentadas em África

País visado	Ano de início	Atores Chave	Objetivos	Táticas	Impacto
<a href="#">Global (visando a África do Sul, o Gana e a Nigéria)</a>	2022	Indeterminado (pró-Rússia)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espalhar narrativas pró-Kremlin sobre a invasão russa da Ucrânia</li> <li>• Criar a aparência de apoio global na preparação para a votação da ONU para condenar a invasão</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Milhares de contas novas, falsas e pirateadas começaram uma campanha maciça e coordenada em 2 de março de 2022, para ludibriar artificialmente o algoritmo do Twitter de modo a que dois hashtags pró-russos formassem tendência</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 23 milhões de tweets publicaram os hashtags #IstandwithPutin #IstandwithRussia (principalmente nos países BRICS)</li> </ul>
<a href="#">Nigéria</a>	2022	Indeterminado (pró-Rússia)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espalhar narrativas pró-Kremlin sobre a invasão russa da Ucrânia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• As contas de redes sociais de jornalistas autênticos e utilizadores nigerianos das redes sociais foram pirateados através da plataforma Buffer</li> <li>• Uma vez acessadas, estas contas foram utilizadas para publicar propaganda pró-russa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Através do Buffer, foram acedidas 1.552 contas, das quais 618 contas foram utilizadas para publicar 766 mensagens não autorizadas através do Twitter, Facebook e LinkedIn</li> <li>• Foi relatada uma partilha significativa da propaganda russa</li> </ul>
<a href="#">Mali</a>	2021	Grupo Wagner (Rússia)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espalhar mensagens anti-francesas, anti-ONU e pró-russas</li> <li>• Limpar o registo dos direitos humanos da Wagner antes da sua chegada ao Mali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uma campanha coordenada de mensagens falsas e enganosas apareceu no Twitter, TikTok, Telegramas, WhatsApp e Facebook</li> <li>• A moderação foi contornada através da utilização de trocadilhos com múltiplos significados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotos falsas foram divulgadas aos 5.000 membros de um só canal no Telegram</li> </ul>

<p><u>Quênia</u></p>	<p>2021</p>	<p>Indeterminado. Operado através de empresas privadas pouco transparentes durante a revisão do Tribunal Superior do Quênia das emendas constitucionais relacionadas com a Building Bridges Initiative (BBI)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Controlar a narrativa em torno da revisão judicial da BBI</li> <li>• Manchar a integridade e a competência do Supremo Tribunal</li> <li>• Desacreditar jornalistas e ativistas visados</li> <li>• Distorcer a opinião pública em torno do lançamento dos Pandora Papers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Os indivíduos foram pagos para publicar conteúdos maliciosos sincronizados para ludibriar os algoritmos para gerar a tendência do conteúdo no Twitter (astroturfing)</li> <li>• As atividades foram coordenadas no WhatsApp e pagas através da M-Pesa para evitar a deteção</li> <li>• Os utilizadores verificados foram pagos para "alugar" as suas contas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Composta por 3.7000 contas, esta rede espalhou 23.000 tweets e 31 hastags artificiais</li> <li>• Jornalistas e ativistas relataram ter sido molestados e terem recorrido à autocensura</li> </ul>
<p><u>Mali, Burkina Faso e Níger</u></p>	<p>2020</p>	<p>Grupos que afirmam ser organizações sem fins lucrativos, instituições de caridade e páginas comunitárias</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Denegrir líderes democraticamente eleitos para suavizar o terreno para os golpes militares</li> <li>• Promover as juntas militares e adiar a realização de eleições</li> <li>• Defender uma "revolução" em toda a região do Sahel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Páginas do Facebook publicaram conteúdo coordenado e enganador pró-russo e anti-francês/ocidental</li> <li>• Um terço das publicações das páginas foi publicado com um intervalo de 60 segundos entre si no período que antecedeu o golpe de estado do Mali em 2020 e a chegada dos mercenários Wagner ao Mali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estas páginas foram seguidas por 140.000 contas e publicadas 24.000 vezes</li> </ul>

<p><u>Toda a África, especialmente e Mali, RCA, Camarões, África do Sul e Moçambique</u></p>	<p>2019</p>	<p>Influenciadores africanos apoiados por entidades associadas a Prigozhin/com afiliação Russa</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover narrativas antidemocráticas, anti-UE, anti-ONU através de vozes africanas</li> <li>• Esta rede tem promovido especialmente a propaganda russa em torno da sua invasão da Ucrânia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recrutamento, instrução e financiamento de influenciadores das redes sociais, intelectuais e figuras mediáticas africanas a partir da Cimeira de Sochi</li> <li>• Os influenciadores promovem a desinformação russa nos meios de comunicação social, rádio e programas de televisão (tais como Lengo Songo, Radio Révolution Panafricaine e Afrique Média TV), e nas publicações dos "think tanks" (tais como AFRIC) apoiados pela Rússia</li> <li>• Grande parte deste conteúdo provém diretamente dos meios de comunicação estatais russos, tais como RT e Sputnik. <a href="#">A RT registou pelo menos quatro novos nomes de domínio africanos antes da invasão russa da Ucrânia e planeia criar um gabinete editorial em Nairobi, Quênia</a></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposição generalizada direta e indireta dos africanos a estas mensagens</li> <li>• Mais de 600 sites de notícias africanos captaram o conteúdo de Sputnik e RT "como fontes normais"</li> </ul>
--	-------------	--	---	---	---

<p><a href="#">Tanzânia</a></p>	<p>2021</p>	<p>Contas de apoio ao governo tanzaniano</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Silenciar a oposição e os líderes da sociedade civil jogando com a moderação do Twitter em matéria de direitos de autor, a fim de que os relatos desses líderes sejam retirados da plataforma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 268 relatos ligados ao partido no poder tanzaniano (e anteriormente utilizados como personas russas) coordenavam a reportagem contraditória para assediar a oposição tanzaniana e os líderes da sociedade civil</li> <li>• Foram criadas falsas páginas web com o conteúdo dos líderes visados, após o que foram apresentadas queixas de direitos de autor que levaram à remoção das contas dos líderes</li> <li>• Estas contas também promoveram hashtags pró-governamentais e ampliaram as contas governamentais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O Twitter removeu pelo menos duas das contas dos líderes da sociedade civil</li> <li>• Outros líderes foram intimidados pelo assédio</li> </ul>
<p><a href="#">Eritreia</a></p>	<p>2021</p>	<p>Académico ligado ao partido no poder</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Negar as alegações de abusos das forças eritreias em Tigré</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Foi publicado um relatório de verificação de pseudo-factos para alegar desonestidade</li> <li>• O relatório foi posteriormente promovido por funcionários eritreus e etíopes</li> <li>• O relatório acusa os meios de comunicação social ocidentais e os funcionários de desinformação</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O áudio que teria sido alegadamente captado pelos funcionários eritreus elogiando este relatório e encorajando esforços semelhantes neste sentido para apoiar as suas negações</li> </ul>

<u>Etiópia</u>	2020	Apoiantes da diáspora das forças etíopes ou tigrínias durante o conflito	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moldar a narrativa do conflito no Tigré</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campanha "Click-to-tweet" de fornecimento de publicações sensacionalistas pré-escritas nas redes sociais para os utilizadores publicarem e dirigirem para atores internacionais para ludibriar os algoritmos</li> <li>• Criação de contas de imitadores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uma barreira de informações inexatas e não verificadas sobre o conflito do Tigré confundiu a análise rigorosa</li> </ul>
<u>Uganda</u>	2020, antes das eleições presidenciais de janeiro de 2021	<p>Rede de contas associada a:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Ministério das Tecnologias de Informação e Comunicação e Orientação Nacional</li> <li>2) Um porta-voz do tenente-general Muhoozi Kainerugaba</li> <li>3) Entidades que afirmam ser empresas de relações públicas/organizações de notícias</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Denegrir os opositores políticos</li> <li>• Desorganizar os esforços da oposição para organizar e partilhar informações eleitorais precisas sobre os meios de comunicação social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contas falsas e duplicadas nas redes sociais publicaram afirmações forjadas sobre opositores políticos</li> <li>• As contas amplificaram os conteúdos umas das outras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A rede atingiu um grande número de seguidores (mais de 10.000 seguidores) e um amplo alcance nas redes sociais no período que antecedeu as eleições</li> <li>• O Uganda bloqueou as redes sociais antes das eleições em resposta à remoção da rede de desinformação do Facebook</li> </ul>
<u>África do Sul</u>	2020	Primeiro partido sul-africano (movimento político nacionalista)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover o sentimento xenófobo e afrofóbico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Foi criado um comando anónimo no Twitter que reivindicava enganosamente as imagens de outras pessoas e aumentava artificialmente a sua contagem de seguidores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ganhou mais de 50.000 seguidores e contribuiu para o crescimento de grupos xenófobos e hashtags nas redes sociais sul-africanas</li> </ul>

<a href="#"><u>A República Democrática do Congo</u></a>	2020	O político congolês, Honoré Mvula, e o seu partido político, Force des Patriotes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Angariar seguidores para Mvula e o seu partido político</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contas falsas nas redes sociais, geridas por estudantes universitários, publicaram páginas com notícias sensacionalistas, que foram depois disfarçadas de forma pouco transparente para apoiar a Mvula</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1,5 milhões de gostos foram acumulados a partir das páginas</li> </ul>
<a href="#"><u>Guiné</u></a>	Antes das eleições de outubro de 2020	Partido político do Presidente Alpha Condé: o Rally do Povo Guineense e a sua rede de comunicadores políticos pagos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inundar o Facebook na Guiné com conteúdo pró-Condé na preparação da sua controversa proposta para um terceiro mandato</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conteúdos coordenados foram promovidos no Facebook através de uma grande rede de contas e páginas com nomes falsos, que não revelaram que foram pagos a comunicadores políticos do partido Condé</li> <li>• Vários administradores de páginas estavam sediados na Turquia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O conteúdo atingiu 800.000 seguidores num país de 13 milhões de pessoas</li> </ul>
<a href="#"><u>Sudão</u></a>	2019, 2021	Entidades ligadas a Prigozhin e à Agência de Investigação na Internet da Rússia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover a Rússia e Prigozhin como amigos do Sudão</li> <li>• Apoiar as Forças de Apoio Rápido do Sudão</li> <li>• Retratar os líderes civis do Sudão como peões dos Estados Unidos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contas falsas nas redes sociais afirmaram ser políticos ou organizações dos meios de comunicação sudanesas</li> <li>• Cidadãos sudaneses foram contratados para operar algumas destas páginas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A rede de desinformação ganhou um seguimento de mais de 440.000 contas de utilizadores</li> </ul>

<u>Togo e Costa do Marfim</u>	2019 e 2020	Empresa tunisina de comunicações digitais Ureputation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover as controversas candidaturas eleitorais do Presidente do Togo, Faure Gnassingbé, em fevereiro de 2020 e do ex-Presidente Henri Bédié na Costa do Marfim em outubro de 2020</li> <li>• Páginas adicionais dirigidas ao Chade, Comores, Congo-Brazzaville, Gâmbia, Guiné, Mali, Níger e Senegal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O conteúdo não autêntico coordenado foi difundido através de redes de contas falsas que se apresentavam como locais e organizações noticiosas independentes nos países visados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 900 contas, grupos e páginas afiliadas à operação UReputation tinham um total combinado de 3,8 milhões de seguidores</li> </ul>
<u>Somália</u>	2019	Empresas privadas sediadas no Egito e nos EAU	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Insinuar que o governo do Qatar patrocinou ataques terroristas na Somália como parte da competição do Estado do Golfo no Corno de África</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Criaram falsas alegações de patrocínio do Qatar a ataques terroristas, que foram amplificadas através de páginas que se fizeram passar por noticiários regionais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• As páginas tiveram mais de 13,7 milhões de seguidores em todo o Norte de África e no Médio Oriente</li> </ul>
<u>Argélia, Angola, Gana, Mali, Moçambique, Níger, Nigéria, Senegal, Togo, Tunísia</u>	2019	Empresa israelita de marketing político Archimedes Group e os atores políticos que os contrataram	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover políticos designados enquanto denigrem outros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A campanha empenhou-se em coordenar comportamentos não autênticos no Facebook, incluindo a criação de páginas falsas e enganadoras de "verificação de factos" e páginas de "fuga" de informação falsa sobre políticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Globalmente, a rede de páginas inautênticas foi seguida por 2,8 milhões de utilizadores</li> </ul>
<u>Nigéria e Egito</u>	2019	Empresas privadas, MintReach com sede na Nigéria e Flexell no Egito	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover conteúdo positivo sobre os EAU, incluindo a sua atividade no Iémen</li> <li>• Promover as críticas ao Qatar, à Turquia e ao Irão, bem como ao acordo nuclear iraniano</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A campanha difundiu conteúdos coordenados não autênticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cerca de 500 contas, grupos e páginas ganharam um total de 1,4 milhões de seguidores</li> </ul>
<u>África do Sul</u>	eleição de 2019	Prigozhin/AFRIC (Rússia)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoiar a reeleição do Partido ANC e aprofundar os laços russos com os seus líderes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plano de difusão de desinformação que desacreditaria o Partido da Aliança Democrática e os Combatentes da Liberdade Económica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incerto</li> </ul>

<p><u>Global incluindo embaixadas chinesas em 27 países africanos. Os de maior amplificação artificial foram: Angola, Libéria, África do Sul, Gana, Malawi, Namíbia, Botswana, Djibouti, Mali, Chade</u></p>	<p>2018</p>	<p>China</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amplificar artificialmente as mensagens do Departamento Central de Propaganda Chinês</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oficiais chineses amplificaram as reportagens dos meios de comunicação estatais</li> <li>• Os exércitos de contas falsas impulsionaram então as publicações de funcionários através de retweets</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Os diplomatas chineses na maioria dos países africanos tiveram os seus tweets artificialmente amplificados</li> <li>• Dezenas de milhares de falsos retweets</li> <li>• O Twitter suspendeu 30.000 contas ligadas a esta campanha</li> </ul>
<p><u>Camarões, RCA, Costa do Marfim, RDC, Madagáscar, Moçambique e Sudão</u></p>	<p>2018</p>	<p>Entidades russas ligadas a Yevgeny Prigozhin</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fornecer claque política aos candidatos do partido no poder</li> <li>• Atiçar sentimento anti-francês</li> <li>• Promover a Rússia e os interesses russos, especialmente em torno da extração de minérios e negócios de armas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Divulgar conteúdos coordenados não autênticos através de contas falsas baseadas no estrangeiro e contas nacionais "franchisadas" (onde os locais são pagos para fazer publicações)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• As páginas inautênticas publicaram 48.000 vezes, receberam mais de 9,7 milhões de interações e receberam gostos de mais de 1,7 milhões de contas</li> </ul>
<p><u>África do Sul</u></p>	<p>2016</p>	<p>Bell Pottinger, empresa britânica de relações públicas detida pelos irmãos Gupta (acusada de corrupção maciça como parte de um escândalo de captura estatal)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alimentar a animosidade racial para distrair do papel de Gupta na captura do estado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A campanha envolveu 100 contas falsas no Twitter e bots para gerar 220.000 tweets para amplificar sites e discursos cheios de ódio</li> <li>• O conteúdo foi amplificado pelos meios de comunicação social pertencentes aos irmãos Gupta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A desinformação danificou a confiança e o diálogo em torno de questões de reforma económica na África do Sul – aspetos que continuam a moldar o discurso político sul-africano</li> </ul>



<p><u>Líbia</u></p>	<p>2014</p>	<p>Interesses externos no Egipto, Rússia, Arábia Saudita e Emirados Árabes Unidos</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover o senhor da guerra líbio Khalifa Haftar</li> <li>• Disseminar as narrativas pró-russas sobre o conflito líbio</li> <li>• Semear polarização, confusão e desconfiança nos espaços digitais líbios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redes baseadas nos EAU e na Arábia Saudita criaram falsas contas no Twitter fazendo-se passar por líbios</li> <li>• As afiliadas do Grupo Wagner contrataram líbios para produzir desinformação em torno do conflito líbio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perturbou as redes nascentes de informação digital da Líbia</li> <li>• Amplificou a polarização da sociedade líbia</li> </ul>
---------------------	-------------	---	---	--	--